

# Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Transportasi Online Indrive di Bandung

Muhammad Rifan Mutaqin, Mochamad Malik Akbar Rohandi\*, Septiana Ayu Estri Mahani

*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.*

## ARTICLE INFO

### Article history :

Received : 19/9/2023

Revised : 20/12/2023

Published : 22/12/2023



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 3

No. : 2

Halaman : 69 - 78

Terbitan : **Desember 2023**

## ABSTRAK

Pada Perkembangan teknologi saat ini, berbagai perubahan yang terjadi khususnya yaitu pada Perkembangan Teknologi Jasa Transportasi *Online*. Salah satu sektor jasa yang mempunyai peranan yang penting dalam menunjang aktivitas sehari-hari adalah sektor jasa transportasi darat. Salah satunya yaitu salah satunya yang terbaru yaitu InDrive. Kegiatan penelitian ini dilakukan pada jasa transportasi online InDrive di kota Bandung. Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif dan verifikatif dengan metode kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah non probability sampling yaitu purposive sampling. Populasi pada penelitian ini masyarakat yang pernah menggunakan jasa transportasi *online* InDrive di Bandung. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif menggunakan analisis regresi linier berganda, uji statistic F, uji statistic t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Pelayanan, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, serta Harga, dan Kualitas Pelayanan, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian jasa transportasi *online* InDrive di Bandung.

**Kata Kunci:** *Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian*

## ABSTRACT

In the current technological development, various changes are particularly evident in the advancement of Online Transportation Services Technology. One of the service sectors that plays a crucial role in supporting daily activities is the ground transportation sector, with InDrive being one of the latest innovations. The research activities focus on the online transportation services provided by InDrive in the city of Bandung. This research falls into the categories of descriptive and verificative research with a quantitative method. The sampling technique employed is non-probability sampling, specifically purposive sampling. The population for this study consists of individuals who have used InDrive's online transportation services in Bandung, with a sample size of 100 respondents. Data collection is carried out using a questionnaire. The data analysis involves descriptive and verificative analyses using multiple linear regression analysis, F-statistic test, t-statistic test, and coefficient of determination. The research findings conclude that Price, partially, does not significantly influence Purchase Decisions. Service Quality, partially, significantly influences Purchase Decisions, and Price and Service Quality, simultaneously, significantly influence the Purchase Decisions of InDrive's online transportation services in Bandung.

**Keywords :** *Price, Service Quality, and Purchase Decision.*

© 2023 Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Unisba Press. All rights reserved.

## A. Pendahuluan

Pada Perkembangan teknologi saat ini, berbagai perubahan yang terjadi khususnya yaitu pada Perkembangan Teknologi Jasa Transportasi Online. Jasa Transportasi online merupakan suatu jasa transportasi yang mampu mengantarkan kita dari titik tempat penjemputan sampai ke titik tempat tujuan dengan menggunakan lebih mudah. Jasa transportasi online berbasis aplikasi yaitu sistem elektronik untuk penghubung antara pengemudi dengan konsumen jasa (Eka Brilian *et al.*, n.d.). Dan juga dengan proses pemesanannya. saat ini jasa transportasi online banyak bermunculan di Indonesia yaitu seperti salah satunya yang terbaru yaitu InDrive. Salah satu sektor jasa yang mempunyai peranan yang cukup penting dalam menunjang aktivitas sehari-hari adalah sektor jasa transportasi darat karena jasa transportasi darat dipergunakan masyarakat untuk memperlancar aktifitas sehari-hari. Pentingnya transportasi tersebut tercermin pada semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa transportasi tersebut, dan dengan meningkatnya jumlah penduduk serta pengembangan pemukiman juga tempat-tempat hiburan lainnya di kota - kota besar salah satunya di kota Bandung.

Berkembangnya bisnis online ini terjadi karena seiring kemajuan teknologi, maka munculah suatu inovasi yaitu transportasi Online di Indonesia sendiri transportasi Online sudah menjadi perbincangan di kalangan masyarakat dengan Go-jek sebagai pelopor pertama bisnis transportasi online ini yang didirikan di tahun 2010 oleh Nadiem Makarim, bahkan Go-jek ini telah merambah keseluruhan wilayah di Indonesia dan ada juga Grab sebuah perusahaan berasal Singapura yang melayani aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di enam negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia, dan Filipina.

InDrive merupakan perusahaan dibidang transportasi online yang berasal asal Rusia. Maxim sebagai pendatang baru pada layanan ojek berbasis aplikasi mobile melalui layanannya dengan keunggulannya yaitu tarif yang lebih ekonomis dari pesaing lainnya. Keberadaan jasa transportasi darat ini dirasa sangat penting sekali, khususnya jasa transportasi yang murah, nyaman, serta aman yang diinginkan oleh masyarakat pada saat ini. salah satu bisnis yang sedang berkembang serta ramai digunakan saat ini adalah jasa transportasi sepeda motor atau yang dulu seringkali pada sebut sebagai ojek. sekarang ini juga bahwasannya jasa transportasi ini dikenal menggunakan istilah ojek online, Jika dahulu bahwa ojek itu dikelola secara konvensional serta kepemilikannya tunggal, Maka saat ini munculah bisnis baru ojek online yaitu suatu usaha komersial, yang sudah menyediakan jasa transportasi bagi umum dan juga dapat dikelola secara profesional serta lebih efektif dan efisien bagi penggunanya.

Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat juga berdampak pada permintaan jasa transportasi yang juga semakin meningkat yang menyebabkan tumbuhnya dunia usaha di bidang jasa transportasi. Dalam dunia bisnis, ada beberapa faktor yang dapat dijadikan tolok ukur dalam mempertimbangkan keputusan konsumen terhadap suatu produk atau jasa, antara lain kualitas layanan yang diberikan dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan. InDrive, yang merupakan perusahaan jasa yang tentunya memiliki kemampuan bersaing dengan perusahaan pelayanan online lainnya yang saat ini banyak digemari oleh masyarakat, seperti Grab dan Gojek.

Perkembangan dunia bisnis saat ini juga terdapat perusahaan baru mengakibatkan persaingan semakin ketat. tingkat persaingan yang tinggi mendorong perusahaan untuk menciptakan produk atau jasa sesuai kebutuhan konsumen yang selalu berubah. dan karena taraf persaingan ini juga membentuk konsumen lebih selektif dalam menentukan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen, fenomena bisnis pada industri jasa semakin banyak, adalah bisnis pada industri jasa transportasi online. Penggunaan layanan transportasi online sangat populer di kalangan masyarakat yang berada di Kota Bandung, baik masyarakat umum, pelajar, mahasiswa, hingga pekerja kantoran. saat ini ada beberapa perusahaan transportasi online yang masuk ke pasar Indonesia, yakni Go-jek, Grab, dan InDrive. dan masih banyak lagi. Bandung menjadi kota kedua setelah Medan dimana aplikasi inDriver diluncurkan. inDriver telah terhubung ke 2.000 pengemudi, dan ada puluhan pengemudi baru yang mendaftarkan diri untuk menjadi mitra inDriver setiap harinya.

Berikut ini merupakan Tarif InDrive per kilometer, Tarif InDrive per kilometer mengikuti kebijakan dinas perhubungan yang memberlakukan tarif dan *service charge* yang lebih rendah dan lebih tinggi. Selain itu, tarif juga akan dibagi berdasarkan wilayah regional. Yaitu sebagai berikut :

**Tabel 1.** Biaya Penggunaan InDrive

No	Zona	Tarif Minimal	Tarif Maksimal	Biaya Layanan
1	Sumatera, Jawa, dan Bali.	Rp. 1.850/km	Rp. 2.300/km	Rp. 7000 – Rp.10.000
2	Jabodetabek	Rp. 2.250/km	Rp. 2.6500/km	Rp. 9.000 – Rp.10.500
3	Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, Kepulauan Maluku dan Papua.	Rp. 2.100/km	Rp. 2.600/km	Rp. Rp. 7000 – Rp.10.000

Sumber: (ruangojol.com, 2022)

Dimana dari tabel 1 menyatakan bahwa biaya penggunaan InDrive setiap daerah atau setiap zona berbeda beda, Adapun beberapa kategori yang membedakan biaya penggunaan InDrive setiap daerah yaitu tarif minimal, tarif maksimal, dan juga biaya layanan. Yang pertama untuk tarif minimal yang paling rendah yaitu di zona pertama dengan tarif sebesar Rp.1.850/km lebih rendah dari zona kedua Rp.2.250/km dan ketiga Rp.2.100/km. Selanjutnya tarif maksimal, yang paling tinggi yaitu di zona kedua dengan tarif sebesar Rp.2.650/km lebih tinggi dari zona pertama Rp.2.300/km dan ketiga Rp.2.600km. dan yang terakhir untuk biaya layanan yang paling tinggi yaitu di zona kedua dengan tarif sebesar Rp. 9.000 – Rp.10.500 lebih besar dari zona pertama Rp.7.000 – 10.000 dan zona ketiga Rp.7.000 – 10.000.

Berikut Data Perbandingan Layanan dari beberapa perusahaan transportasi online Go-jek, Grab, dan InDrive.

**Tabel 2.** Data Perbandingan Layanan

No.	Keterangan	Grab	Go-jek	InDrive
1.	Harga ditentukan oleh aplikasi	√	√	X
2.	<i>Driver</i> ditentukan oleh aplikasi	√	√	X
3.	Terdapat pilihan transportasi berupa sepeda motor dan mobil	√	√	√
4.	Dapat memilih jenis kendaraan yang diinginkan ketika ada penawaran dari <i>drivernya</i> .	X	X	√
5.	Jumlah penggunaan aplikasi	100jt +	100jt +	100jt +
		( <i>Play Store</i> )	( <i>Play Store</i> )	( <i>Play Store</i> )
6.	Rating Layanan	4,85	4,5	4,80

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2022

Dimana dalam tabel 2 menjelaskan mengenai perbandingan layanan dari jasa transportasi InDrive dengan kompetitornya yaitu Grab dan Go-Jek. Ada beberapa point yang dibahas di atas, Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada kategori 1 – 5 dari Grab dan juga Go-Jek sama. Namun untuk InDrive berbeda dan sama hanya pada kategori ke 3 dan 5 selebihnya berbeda. Karena InDrive untuk penentuan harga tidak langsung ditentukan oleh aplikasi, Driver dapat dipilih, serta juga jenis mobil atau kendaraan dapat dipilih sesuai dengan keinginan ketika ada penawaran dari drivernya. Untuk jumlah pengguna Grab, Go-jek dan InDrive sama yaitu di angka 100jt + (Play Store). Selanjutnya untuk rating layanan kompetitor lebih unggul yaitu Grab dengan total rating 4,85, kedua InDrive 4,80, dan terakhir Go-Jek 4,5. Yang merupakan rating penilaian dari setiap aplikasi dari setiap pengguna aplikasi tersebut dan data diambil oleh peneliti langsung dari *Play Store* dan *App Store*.

Selanjutnya adalah *Data Review* penggunaan InDrive dari beberapa pengguna pada kolom komentar penggunaan aplikasi InDrive yang dapat dilihat di *Play Store* dan *App Store*, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.** Review InDrive pada Aplikasi google Play Store dan App Store

No	Rating	Nama	Keluhan/ Masukan
1.	☆	Josua BM Sitompul	Saat ini, InDrive sudah kehilangan ciri khas lelang ordernya disebabkan adanya fitur autobid, selain itu juga marak penggunaan aplikasi pihak ketiga, sehingga <i>driver</i> yang menggunakan aplikasi <i>original</i> tidak mampu bersaing. Penumpang juga dirugikan, karena aplikasi pihak ketiga tersebut dapat membuat jarak palsu sehingga penumpang terlalu lama menunggu. Hal tersebut tentunya membuat buruk citra Indriver terhadap penumpang atau <i>driver</i> dapat mengakibatkan beralihnya pelanggan serta <i>driver</i> ke aplikasi lain.
2.	☆	Budi Ariyandi	Ketidakjelasan Aplikasi InDrive saat ini, yaitu setiap akan melakukan pemesanan InDrive jenis kendaraan motor, tetapi terjadi pemilihan secara otomatis yang kurang jelas dan tidak seperti biasanya, sehingga menghambat waktu yang ada.
3.	☆☆☆	Hlimatu Syadiah	Ketidakjelasan informasi jarak, yang dapat membingungkan pelanggan dalam melakukan pemesanan, sehingga dapat menghambat kegiatan pelanggan, dan menghambat waktu, dan terjadi kecurangan <i>driver</i> yang katanya menggunakan aplikasi tambahan yang dapat merugikan <i>driver</i> dan pengguna.

4.	☆	Topan Zain	Penilaian yang saya berikan berkurang, disebabkan performa atau kinerja dari <i>driver</i> yang mulai menurun, mulai dari tidak membalas chat, <i>driver</i> yang tidak sopan dan cancel pemesanan tanpa alasan. Serta terjadi <i>error</i> pada aplikasi.
5.	☆☆☆	Bagus SE	Aplikasi yang selalu <i>error</i> dan membuat pengguna kebingungan melihat posisi <i>driver</i> dalam menjemput pelanggan. Sehingga sarannya agar segera diperbaiki.
6.	☆	User Indive Medan sejak 2019	<i>Driver</i> InDrive saat ini kebanyakan bersikap tidak sopan atau tidak pantas, harga yang berbeda dari sebelumnya, dan disamakan dengan jasa lain sehingga ciri khas dari InDrive mulai berkurang.
7.	☆	marhensalderbaidksjxia	<i>Driver</i> dari InDrive kebanyak tidak memiliki sikap yang baik, terjadi <i>error</i> pada aplikasi, serta <i>driver</i> yang telat menjemput pelanggan.
8.	☆	Siti Arneidha	<i>Driver</i> menjemput pelanggan terlambat atau tidak sesuai dengan yang ada di aplikasi.
9.	☆	PHariyanto	Tidak sesuai dalam penggunaan InDrive, Pertama terjadi <i>Error</i> pada aplikasi, Ketidak jelasan posisi <i>driver</i> , <i>driver</i> yang tidak sopan, tidak dapat mengendarai kendaraan dengan baik, selalu tidak memiliki uang kembalian.
10.	☆☆	butterStrawberry	Sarannya, agar disediakan pembayaran secara <i>digital</i> .

Sumber : *Play Store* dan *App Store*, Diolah oleh peneliti, 2023

Dimana hasil dari beberapa *review* diatas menyatakan bahwa aplikasi InDrive ataupun *driver* dari InDrive sendiri masih memiliki kelemahan baik dalam Kepercayaan, Kepuasan serta kualitas layanannya yaitu Seperti: beberapa *driver* InDrive membatalkan pesanan dari pelanggan, ketidakmampuan *driver* dalam menepatkan waktu untuk menjemput pelanggan (sering terlambat), aplikasi kadang *error*, *Driver* yang kurang beretika, dan kelemahan-kelemahan lainnya.

Keputusan pembelian adalah suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk tertentu setelah mendapat rangsangan-rangsangan pembelian. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan konsumen yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang yang ditawarkan. Minat beli adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek dan jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. (Rachmi Oktora Citra Rahayu & Hendrati Dwi Mulyaningsih, 2022). Harga ialah yang menjadi bagian, pembaruan apa

yang akan dipasarkan, perolehan yang didapatkan ataupun perolehan pembiayaan. Menjadikannya mudah untuk pemasaran, yang dapat dilakukan keselarasan, fitur dari produknya, penyalurnya ataupun hal lainnya.

Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Kualitas layanan adalah penilaian nasabah perihal seberapa baik pelayanan tersebut dalam memenuhi harapan nasabah. Kualitas pelayanan berkaitan dengan konsep persepsi dan ekspektasi (Alvin Cakra Pratista *et al.*, 2021). Berdasarkan fenomena dan ditemukannya beberapa kesenjangan dari penelitian yang telah terjadi, hal tersebut menjadi alasan utama yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan pengamatan lebih lanjut mengenai “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online InDrive* Di Kota Bandung”.

Berdasarkan permasalahan yang ada didalam latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) Bagaimana Harga yang ditentukan dalam Penggunaan Jasa Transportasi *Online InDrive* di Kota Bandung; (2) Bagaimana Kualitas Pelayanan yang ditentukan dalam Penggunaan Jasa Transportasi *Online InDrive* di Kota Bandung; (3) Bagaimana Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online InDrive* di Kota Bandung; (4) Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online InDrive* Di Kota Bandung?; (5) Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online InDrive* Di Kota Bandung?; (6) Seberapa besar pengaruh Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online InDrive* Di Kota Bandung?

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui Harga yang ditentukan dalam penggunaan Jasa Transportasi *Online InDrive* di Kota Bandung; (2) Untuk Mengetahui Kualitas Pelayanan yang ditentukan dalam penggunaan Jasa Transportasi *Online InDrive* di Kota Bandung; (3) Untuk Mengetahui Keputusan Pembelian dalam menggunakan Jasa Transportasi *Online InDrive* di Kota Bandung; (4) Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online InDrive* Di Kota Bandung?; (5) Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online InDrive* Di Kota Bandung?; (6) Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh Harga, dan Kualitas Layanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online InDrive* Di Kota Bandung?

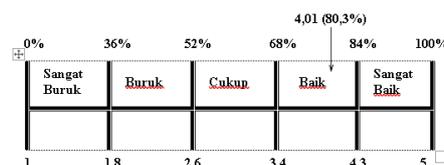
## B. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif dan verifikatif menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian (Sugiyono\_2011\_Metode\_Penelitian\_Pendidik, n.d.).Populasi penelitian ini adalah Populasi pada penelitian ini masyarakat yang pernah menggunakan jasa transportasi online *InDrive* di Kota Bandung.

Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan pendekatan purposive sampling yaitu metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria tertentu dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner, observasi, dan studi pustaka.

## C. Hasil dan Pembahasan

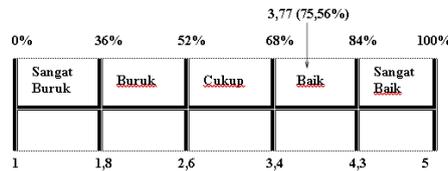
### Garis Kontinum Harga (X1)



Gambar 1: Garis Harga (X1)

Dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai Harga menghasilkan rata-rata dari keseluruhan indikator sebesar 4,01 (80,3%) yang berada pada kategori baik. Artinya secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa Keputusan Pembelian Jasa Transportasi online InDrive di Kota Bandung, “Baik”.

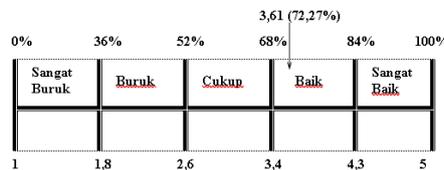
**Garis Kontinum Kualitas Pelayanan (X2)**



**Gambar 2:** Garis Kualitas Pelayanan (X2)

Dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan menghasilkan rata-rata dari keseluruhan indikator sebesar 3,77 (75,56%) yang berada pada kategori baik. Artinya secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa Keputusan Pembelian Jasa Transportasi online InDrive di Kota Bandung, “Baik”.

**Garis Kontinum Keputusan Pembelian (Y)**



**Gambar 3:** Garis Keputusan Pembelian (Y)

Dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai keputusan pembelian menghasilkan rata rata dari keseluruhan indikator sebesar 3,61 (72,27%) yang berada pada kategori baik. Artinya secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa Keputusan Pembelian Jasa Transportasi online InDrive di Kota Bandung, “Baik”.

**Analisis Linear Berganda**

**Tabel 1:** Analisis Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.480	2.499		4.595	.000
	X1	.192	.173	.116	1.113	.269
	X2	.546	.086	.659	6.318	.000

a. Dependent Variable: Y

$$Y = 11.480 + 0.192 X1 + 0.546 X2$$

Hasil persamaan regresi linier berganda diatas dapat disimpulkan bahwa: Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut : (a) Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 11.480 : artinya jika Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) nilainya adalah 0 (nol), maka Keputusan Pembelian (Y) nilainya adalah 11.480; (b) Koefisien regresi variabel Harga (X1) sebesar 0,192 : artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Harga (X1) mengalami kenaikan 1% maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,192; (c) Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,546 : artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Kualitas Pelayanan (X2) mengalami kenaikan 1%, maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,598.

**Pengujian Hipotesis**

Berikut merupakan hipotesis yang akan dicari: (1) H1 = Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online* InDrive di Kota Bandung; (2) H2 = Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online* InDrive di Kota Bandung; (3) H3 = Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online* InDrive di Kota Bandung.

**Uji Statistik t ( Parsial)**

**Tabel 2:** Uji Statistik t ( Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.480	2.499		4.595	.000
	X1	.192	.173	.116	1.113	.269
	X2	.546	.086	.659	6.318	.000

a. Dependent Variable: Y

Dapat Diketahui bahwa hasil uji-t variabel Harga, adalah thitung < t tabel dikarenakan 1,113 < 1,984, yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap jasa transportasi *online* InDrive di kota Bandung.

Dapat Diketahui bahwa hasil uji-t variabel Kualitas Pelayanan, adalah thitung > t tabel dikarenakan 6,318 > 1,984, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap jasa transportasi *online* InDrive di kota Bandung.

**Uji Statistik F (Simultan)**

**Tabel 3:** Uji Statistik F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2675.109	2	1337.554	55.803	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2325.001	97	23.969		
	Total	5000.110	99			

a. Dependent Variable: Y  
 b. Predictors: (Constant), X2, X1

Hasilnya karena output Fhitung (55,803) lebih besar dibandingkan Ftabel (3,09) maka pada tingkat kekeliruan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) diputuskan untuk menolak Ho dan menerima Ha, artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa variabel Bauran Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan pada variable Keputusan Pembelian.

**Uji Koefisien Korelasi (r)**

**Tabel 4:** Koefisien Korelasi

Correlations				
		X1	X2	Y
X1	Pearson Correlation	1	.767**	.622**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.767**	1	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.622**	.748**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Maka dapat di interpretasikan menggunakan tabel di bawah ini.

**Tabel 5:** Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1 ,000	Sangat Kuat

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 7, menunjukkan bahwa nilai signifikansi antara harga dan kualitas pelayanan sebesar 0,000, oleh karena itu terdapat hubungan antara harga dan kualitas pelayanan karena nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa korelasi antara harga (X1) dengan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,622. Oleh karena itu terdapat hubungan yang kuat antara harga (X1) dengan keputusan pembelian (Y) karena hasil korelasinya berada pada interval 0,60-0,799.

Lalu korelasi antara kualitas pelayanan (X2) dengan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,748. Oleh karena itu terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan (X2) dengan keputusan pembelian (Y) karena hasil korelasinya berada pada interval 0,60-0,799.

**Koefisien Determinasi**

**Tabel 6:** Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.752 <sup>a</sup>	<b>.566</b>	.557	5.315721	1.839
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Hasil R Square = 0,566 atau 56,6% yang diperoleh artinya Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel Harga dan Kualitas Pelayanan sebesar 56,6% sedangkan sisanya 43,4% dipengaruhi oleh faktor dan variabel lainnya yang tidak diteliti peneliti saat ini.

**D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut: (1) Harga (X1) yang diberikan oleh jasa transportasi *online* InDrive di kota Bandung dapat dikatakan penerapannya dinilai baik. Hal tersebut dapat dilihat pada rata-rata skor tanggapan responden mengenai variabel Harga yang berada dalam kategori “Baik”; (2) Kualitas Pelayanan (X2) yang diberikan oleh jasa transportasi *online* InDrive di kota Bandung dapat dikatakan penilaiannya dinilai Baik. Hal tersebut dapat dilihat pada rata-rata skor tanggapan responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan yang berada dalam kategori “Baik”; (3) Keputusan Pembelian (Y) dalam menggunakan jasa transportasi *online* InDrive di kota Bandung dapat dikatakan baik. Hal tersebut dapat dilihat pada rata-rata skor tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian yang berada dalam kategori “Baik”; (4) Secara parsial, tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Harga (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) jasa transportasi *online* InDrive di kota Bandung, yang berarti bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak; (5) Secara parsial, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) jasa transportasi *online* InDrive di kota Bandung, yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$

diterima; (6) Secara simultan, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada jasa transportasi *online* InDrive di kota Bandung yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### Daftar Pustaka

- [1] Gema Zakaria Diapinsagama, D., & Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya, yahocoid. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.
- [2] Samantha Elisabeth Adelweis Sinaga, (2022), The Influence of Word Of Mouth And Perceived Risk On The Interests Of In-Driver Online Transportation Service Users In Medan City.
- [3] Sugiyono\_2011\_Metode\_Penelitian\_Pendidik, (n.d.).
- [4] Hariyanti. (2021, September 4). Cara Mudah Cek Tarif Indriver Terbaru Untuk Penumpang Terbaru | Cepat dan Efektif! Retrieved January 4, 2023, from Ruangojol.com website: <https://www.ruangojol.com/2021/09/cara-mudah-cek-tarif-indriver-terbaru.html>
- [5] inDrive. Offer your fare. (2013). Retrieved January 11, 2023, from Indrive.com website: <https://indrive.com/id/home>
- [6] inDriver Ramaikan Layanan Transportasi Berbasis Online di Bandung. (2019). Retrieved March 11, 2023, from Nusae website: <https://kliknusae.com/2019/09/indriver-ramaikan-layanan-transportasi-berbasis-online-di-bandung>