

INOVASI, KUALITAS PELAYANAN DRIVER DAN E-SERVICESCAPE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN GO-JEK DI SURAKARTA

Syam Ma'arip Aiddul Fitra, Eny Kustiyah, Ratna Damayanti

Progam Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, UNIBA Surakarta

Email : syam.arip@yahoo.com

Abstract : *The study aims to analyze the effect of partial or simultaneous innovation, driver service quality and e-servicescape on the decision to use Go-jek in Surakarta, Central Java. This type of research is quantitative. The population of this study are those who are Go-jek users in Surakarta. In this study the sample obtained by 100 respondents. Data obtained from the questionnaire using accidental sampling sampling technique. In this study using multiple linear regression analysis. The results of the study show innovation, the quality of driver services and e-servicescape simultaneously or partially influence the decision to use Go-jek in Surakarta.*

Keywords: *Innovation, Service quality, E-servicescape, Decision of Use*

Abstrak : *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara parsial ataupun simultan inovasi, kualitas pelayanan driver dan e-servicescape terhadap keputusan penggunaan Go-jek di Surakarta, Jawa Tengah. Jenis penelitian adalah Kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah mereka pengguna Go-jek di Surakarta. Dalam penelitian ini sampel yang didapatkan sebesar 100 responden. Data diperoleh dari kuesioner menggunakan teknik sampling accidental sampling. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan inovasi, kualitas pelayanan driver dan e-servicescape secara simultan ataupun parsial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Go-jek di Surakarta.*

Keywords: *Innovation, Service quality, E-servicescape, Decision of Use*

1. PENDAHULUAN

Zaman modern seperti ini alat transportasi sangat dibutuhkan untuk menunjang aktivitas masyarakat yang beragam. Dalam menarik konsumennya pengusaha jasa transportasi melakukan inovasi terhadap bisnisnya, mulai dari ketepatan waktu, kemudahan pemesanan, kenyamanan armada dan juga peningkatan pelayanan lainnya. Di Indonesia dijumpai moda transportasi dengan nama ojek, ojek dalam prakteknya menggunakan kendaraan roda dua (sepeda motor) dalam melayani penggunanya, seperti mengangkut barang dan orang dengan biaya yang sudah disepakati.

Seiring berkembangnya teknologi, para pelaku usaha jasa transportasi melakukan inovasi pada bisnisnya. Memanfaatkan perkembangan teknologi yang pesat, pengusaha berinovasi dengan mengembangkan layanan pemesanan ojek secara online dan menerapkan standar pelayanan yang baik. Dengan hal tersebut pengusaha bertujuan agar konsumen mengambil keputusan untuk menggunakan ataupun membeli jasa transportasi ojek.

Menurut Finanda dan Wiwaha (2017) Keputusan pembelian merupakan upaya dari konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan untuk mengonsumsi dan menggunakan suatu jasa atau produk yang diinginkan. Keputusan penggunaan/pembelian menjadi tolak ukur tercapai dan tidaknya tujuan perusahaan (Rizal, Adam dan Ibrahim, 2017). Agar tercapainya tujuan perusahaan perlu adanya strategi inovasi bisnis atau inovasi produk.

Pengembangan dari temuan sebelumnya dengan menekankan pada kualitas barang atau jasa yang sebelumnya sudah ada. Orientasi merupakan kunci untuk produk yang sukses dalam sebuah inovasi dari perusahaan (Nataya dan Sutanto, 2018). Menurut Curatman *et al.*(2016) Inovasi produk merujuk pada bagaimana perusahaan dalam menggunakan atau mengadopsi teknologi baru. Untuk menciptakan inovasi perusahaan harus mengadaptasi teknologi dan memberikan pelayanan yang berkualitas.

Kualitas pelayanan merujuk pada tindakan yang berwujud dan dapat dirasakan maupun diingat oleh konsumen. Tindakan tersebut berdampak pada penggunaan jasa ataupun produk oleh konsumen (Mathodah, 2019). Kualitas Layanan menjadi tolak ukur sebuah prestasi atau pencapaian dalam layanan pelanggan (Gunawan dan Saragih, 2019).Selanjutnya yang tidak kalah penting *e-servicescape*, merupakan lingkungan dimana interaksi antara penjual dan konsumen (Rahman, Arifin dan Bafadhal, 2018).

2. KAJIAN TEORI

Keputusan penggunaan

Keputusan pembelian menjadi tolak ukur tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan (Rizal, Adam dan Ibrahim, 2017). Dimana konsumen membeli dengan melalui proses dalam tahap pengambilan keputusan (Damayanti dan Basuki, 2018). Menurut Ali dan Anggita (2017) keputusan penggunaan adalah kegiatan dimana konsumen dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya untuk menggunakan maupun membeli suatu produk atau jasa yang diinginkan. Menurut Finanda dan Wiwaha (2017),Indikator keputusan pembelian dilihat dari :

- a. Pengenalan
- b. Mencari informasi
- c. Mengevaluasi
- d. Keputusan membeli atau menggunakan
- e. Perilaku pascapembelian

Inovasi

Inovasi adalah pengembangan dari temuan sebelumnya dengan menekankan pada kualitas barang atau jasa yang sebelumnya sudah ada. Orientasi merupakan kunci untuk produk yang sukses dalam sebuah inovasi dari perusahaan (Nataya dan Sutanto, 2018). Menurut Curatman *et al.*(2016) Inovasi produk adalah bagaimana perusahaan dalam menggunakan atau mengadopsi teknologi baru. Untuk menciptakan inovasi perusahaan harus melihat adanya pasar, produk yang bermutu, proses di internal yang baik dan mampu mengadaptasi teknologi yang baru.

Rasyid dan Indah (2018) Inovasi Produk terdiri dari 5 dimensi, antara lain sebagai berikut :

- a. Keunggulan relatife (*relatife advantage*)
- b. Kesesuaian (*Compatibility*)
- c. Kerumitan/komplek (*complexity*)
- d. Percobaan (*trialability*)
- e. Keterlihatan (*Observability*)

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan adalah tindakan yang berwujud dan dapat dirasakan maupun diingat oleh konsumen. Tindakan tersebut berdampak pada penggunaan jasa ataupun produk oleh konsumen (Mathodah, 2019). Kualitas layanan adalah sebuah prestasi dalam layanan pelanggan (Gunawan dan Saragih, 2019).

Menurut Andayani dan Lubis (2017) Dimensi-dimensi kualitas layanan, dapat dilihat dari :

- Wujud atau Bukti fisik
- Kehandalan (*Reliability*)
- Ketanggapan (*Responsive*)
- Jaminan (*Asurance*)
- Empati (*Empathy*)

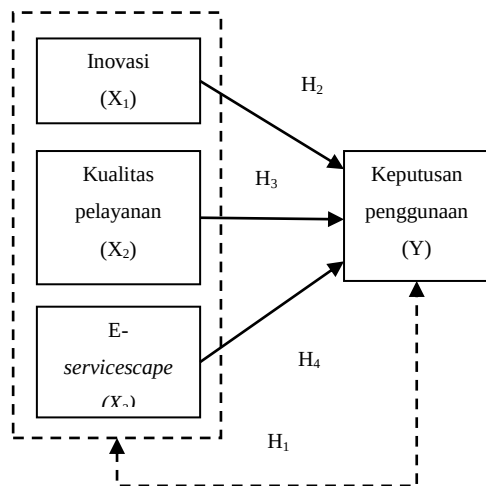
E-servicescape

Servicescape merupakan lingkungan fisik (*offline*) jasa yang diciptakan, dan bentuk komunikasi berwujud (*tangible*) yang didalamnya terdapat pelayanan pada fasilitas eksterior maupun fasilitas interior (Rahman, Arifin dan Bafadhal, 2018). Menurut Hakim dan Deswindi, (2015) *e-servicescape* adalah lingkungan yang dirasakan pengguna pada ruang online saat menerima atau menjelajah *website* layanan perusahaan.

Menurut Oebit dan Sari (2018) terdapat 3 dimensi *e-servicescape*, yaitu :

- Banding estetika
- Tata letak dan fungsinya
- Keamanan pembayaran

Kerangka Pemikiran



Gambar 1
Kerangka pemikiran

Hipotesis

- H1 : inovasi, kualitas layanan driver dan *e-servicescape* berpengaruh simultan dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.
- H2 : inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

H3 : kualitas layanan driver berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

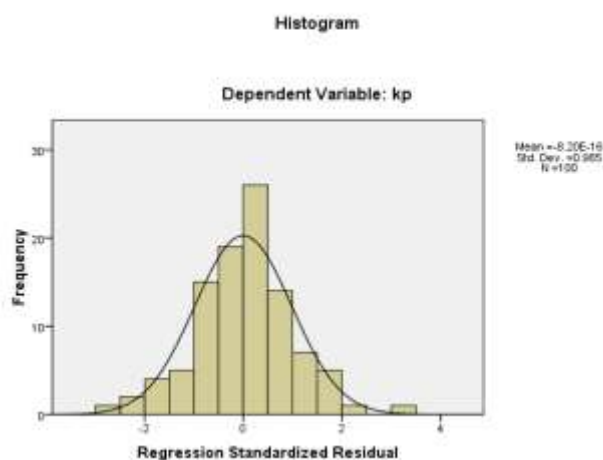
H4 : *e-servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian dilakukan di Surakarta. Populasi adalah Pengguna go-jek di Surakarta. Sampel sebanyak 100 responden dengan pengambilan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental samplin*.

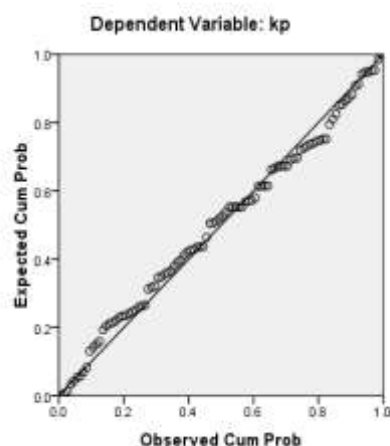
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas



Gambar 2. Grafik Hitogram

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 3. Grafik Nomal P-P Plot

Tabel 1.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.56969518
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.746
Asymp. Sig. (2-tailed)		.633
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data primer diolah, 2019

Uji Multikolenieritas

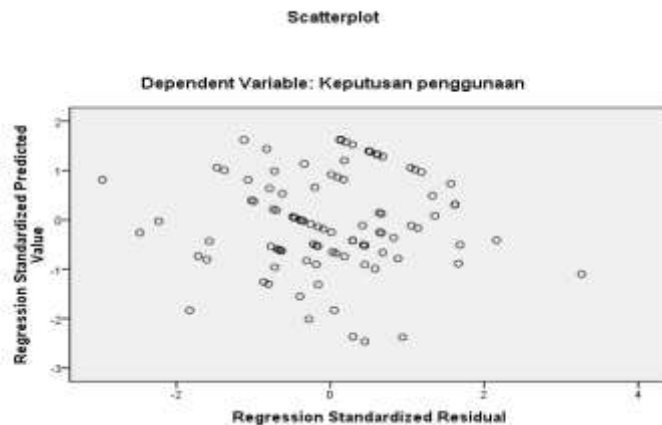
Tabel 2
Hasil Uji Multikolenieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Inovasi	.404	2.474
kualitas pelayanan driver	.397	2.516
e-servicescape	.318	3.149

a. Dependent Variable :
keputusan penggunaan

Sumber : Data primer diolah, 2019

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Grafik Scatterplot

Tabel 3
Hasil Uji *glejser*
Coefficients^a

Model	Sig.
1 (Constant)	.060
Inovasi	.569
Kualitas pelayanan driver	.124
E-servicescape	.266

a. Dependent Variable:
Abs_Res

Sumber : Data primer diolah, 2019

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.470	1.400		-1.050	.296
Inovasi	.248	.097	.215	2.566	.012
Kualitas pelayanan driver	.110	.045	.207	2.455	.016
E-servicescape	.291	.054	.506	5.357	.000

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.470	1.400		-1.050	.296
Inovasi	.248	.097	.215	2.566	.012
Kualitas pelayanan driver	.110	.045	.207	2.455	.016
E-servicescape	.291	.054	.506	5.357	.000

a. Dependent Variable: Keputusan penggunaan

Sumber : Data primer diolah, 2019

Uji F

Tabel 5
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	653.630	3	217.877	85.746	.000 ^a
Residual	243.930	96	2.541		
Total	897.560	99			

a. Predictors: (Constant), E-servicescape, Inovasi, Kualitas pelayanan driver

b. Dependent Variable: Keputusan penggunaan

Sumber : Data primer diolah, 2019

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6.
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 ^a	.728	.720	1.59403

a. Predictors: (Constant), E-servicescape, Inovasi, Kualitas pelayanan driver

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari tabel 6 diketahui Nilai Koefisien determinasi (R^2) adalah 72% atau 0,728. Artinya variabel inovasi, kualitas pelayanan driver dan *e-servicescape* berpengaruh sebesar 72% terhadap keputusan penggunaan. Dan sisanya sebesar 28% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

- 1) Inovasi, Kualitas layanan driver dan *e-servicescape* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Go-jek di Surakarta.
Berdasarkan hasil uji F menunjukkan inovasi, kualitas layanan driver dan *e-servicescape* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Go-jek di Surakarta. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji F yaitu F_{hitung} sebesar 85,746 dan signifikansi $0,000 < 5\%$. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Damayanti dan Basuki, 2018) Kualitas pelayanan dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.
- 2) Inovasi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Go-jek di Surakarta.
Inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Go-jek di Surakarta. Dapat dilihat dari hasil Uji t yaitu t_{hitung} sebesar 2,566, koefisien regresi sebesar 0,248 mempunyai nilai positif dan signifikansi sebesar $0,012 < 5\%$. Hasil ini mendukung penelitian (Rasyid dan Indah, 2018) bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.
- 3) Kualitas pelayanan driver berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Go-jek di Surakarta.
Kualitas layanan driver secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Go-jek di Surakarta. Dapat dilihat dari hasil Uji t yaitu t_{hitung} sebesar 2,455, koefisien regresi sebesar 0,110 mempunyai nilai positif dan signifikansi sebesar $0,016 < 5\%$. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Damayanti dan Basuki, 2018) yang menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.
- 4) *E-servicescape* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan transportasi online Go-jek di Surakarta
E-servicescape secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Go-jek di Surakarta. Dapat dilihat dari hasil Uji t yaitu t_{hitung} sebesar 5,357, koefisien regresi sebesar 0,291 mempunyai nilai positif dan signifikansi sebesar $0,000 < 5\%$. Hasil ini mendukung penelitian (Rahmad, Arifin dan Bafadhal, 2018) bahwa *e-servicescape* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online Go-jek di Surakarta.

5. Simpulan dan Saran

Kesimpulan

- 1) Inovasi, kualitas layanan driver, dan *e-servicescape* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Go-jek di Surakarta.
- 2) Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Go-jek di Surakarta.
- 3) Kualitas pelayanan driver berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Go-jek di Surakarta.
- 4) *E-servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Go-jek di Surakarta.

Saran

- 1) Pada variabel inovasi, hendaknya PT.GO-JEK meningkatkan inovasi dalam layanan jasa sesuai keinginan konsumen, seperti dalam hal berikut :

- a. PT.GO-JEK hendaknya bisa menyediakan inovasi fitur pemilihan driver, karena dengan adanya fitur pemilihan driver, maka itu dirasa mengurangi waktu untuk menunggu penjemputan dari driver. Selama ini pada aplikasi ojek online (Go-jek) konsumen dapat melihat posisi *driver* ojek yang ada di sekitar mereka yang akan menjemput ketika order dilakukan. Tapi belum ada sistem pemilihan driver yang akan digunakan.
 - b. PT.GO-JEK sebaiknya memberikan inovasi berupa fitur berpindah tujuan. Selama ini setelah melakukan order maka konsumen akan diantar sesuai pada titik lokasi pemesanan pada aplikasi. Apabila ada panggilan mendadak atau perubahan tujuan secara tiba-tiba saat masih di tengah perjalanan, konsumen tidak dapat meminta driver atau pengemudi ojek untuk merubah arah tujuan. Melainkan kita harus melakukan pemesanan ulang dan berpindah ke *driver* yang lain.
 - c. Meningkatkan privasi data konsumen, yang saya tahu dari *driver* ojek online bahwa setelah menggunakan jasa ojek online, data konsumen akan tetap terekam pada history pemesanan pada *handphone driver*. Hal ini pun sangat riskan, mungkin kedepannya perusahaan bisa menghapus atau menutup log order setelah penggunaan jasa oleh konsumen.
- 2) Sebaiknya Go-jek bertindak tegas, seperti memblokir atau blacklist oknum driver yang menjual belikan akun. Karena hal ini bisa membahayakan konsumen.
- 3) Selanjutnya bagi peneliti yang lain disarankan untuk melakukan penelitian diluar variabel dalam penelitian ini (inovasi, kualitas pelayanan driver, *e-servicescape*) atau dapat mengkombinasi dari variabel dalam penelitian ini dengan variabel lain. Mengingat masih ada pengaruh variabel lain yang sebesar 28% .

DAFTAR PUSTAKA

- Al Rasyid, Harun dan Indah, Agus Tri. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*.Vol. XVI , No.1. p-ISSN: 1411-8637 eISSN: 2550-1178
- Anggita, Rizza dan Hapzi Ali. (2017). *The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk* (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District), *Scholars Bulletin*. Vol-3, Iss-6 , Juni 2017, 261-272. ISSN (Online): 2412-897X, ISSN (Print): 2412-9771
- Carisinyal.com. (2019). Perbedaan go-jek, grab dan maxim. <https://carisinyal.com/perbedaan-gojek-dan-grab/>. Diakses pada tanggal 20 Januari 2020
- Curatman, Aang. dkk. (2016). Analisis faktor-faktor pengaruh inovasi produk yang berdampak pada keunggulan bersaing UKM makanan dan minuman di wilayah harjamukti kota Cirebon. *Jurnal Logika*. Vol.XVIII, No.3, 61-75. E-ISSN: 1978-2560 ISSN: 2442-5176
- Damayanti, Llita Widya dan R Sugeng Basuki. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan penggunaan jasa gojek (go-ride) (studi pada mahasiswa jurusan administrasi niaga politeknik negeri malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*.Vol.4, No.1, 249-254. E-ISSN: 2407-5523 ISSN: 2407-3741

- Databoks.com. (2020). Perbandingan Pangsa Pasar Gojek dan Grab. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/20/pangsa-pasar-grab-di-indonesia-dan-vietnam-lebih-besar-daripada-gojek#:~:text=Hasil%20riset%20yang%20dikeluarkan%20oleh,10%2C3%25%20di%20Vietnam.> Diakses pada tanggal 14 Juli 2020.
- Finanda, Iknesya Rahma dan Arjuna Wiwaha. (2017). Pengaruh *word of mounth* dan *bran image* terhadap keputusan penggunaan salon kecantikan pada konsumen Miloff beuty bar. *E-journal Widya Ekonomika*. Vol.01, No.3, 134-140. ISSN: 2337-6686 ISSN-L: 2338-3321
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Go-jek.com. 2020. Struktur organisasi PT.Go-jek Indonesia. <https://www.gojek.com/about/>. Diakses tanggal 13 Juli 2020.
- Go.jek.com. (2020). Gambar Logo PT.Go-jek Indonesia. <https://www.gojek.com/about/>. Diakses tanggal 13 Juli 2020.
- Gunawan, Yoyo Indah dan Martono Saragih. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi pelayanan administrasi terhadap kepuasan pasien (Studi pada klinik gracia Bogor). *Junal Manajemen Kewirausahaan*. Vol.16, No.1. p-ISSN: 1858-1048 eISSN: 2654-9247
- Hakim, Lukmanul dan Leli Deswindi. (2014). *Assessing the Effects of e-servicescape on Customer Intention: A Study on the Hospital Websites in South Jakarta Social and Behavioral Sciences*.169 (2015) 227 – 239
- Ibrahim, Mahdani., Muhammad Adam dan Fachrul Riz. (2017). *Effect of Price, Design and Location on Decision of Purchase and Its Implication on Customer Satisfaction, International Journal Of Economics, Commerce and Management*. Vol.V, Issue.12, December 2017. ISSN 2348 0386
- Lubis, Alfi Syahri dan Nur Rahmah Andayani. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan PT.Sucofindo Batam. *Jurnalof Bussines Administration*.Vol.1, No.2, September 2017 232-243. e-ISSN 2548-9909
- Marlius, Doni. (2017). Loyalitas nasabah bank Nagaria Syariah cabang Bukit tinggi dilihat dari Kualitas pelayanan. *Jurnal Pundi*. Vol.01, No.3, 237-250. ISSN: 2355-7052
- Maryam, S. (2013). Statistik Deskriptif. Edisi kedua. Surakarta : *Badan Penerbit Islam Batik University Press (Uniba Press)*
- Md. Abdus Salam Sarker and N R M Borhan Uddin. “*Influence of Service Quality on Customer Satisfaction in Retail Banking: A Study on Some Private Commercial Banks in Bangladesh*”, *Green University Review* ISSN 22185283. 2017

- Nafalia, Mardon dan Djuwarti Soepeno. (2016). Analisis faktor-faktor mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian makanan indomie brand instant mie (studi kasus di fakultas ekonomi dan mahasiswa bisnis, fakultas ilmu sosial dan politik dan fakultas pertanian universitas Sam Ratulangi di Manado). *Jurnal EMBA*. Vol.4 No.4 Desember 2016, Hal. 984 - 992
- Nataya, Angelica dan J.E. Sutanto. (2018). *The Effect of Product Innovation and Service Innovation towards Marketing Performance (Case Study on Plastic Producer in Surabaya.) International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*. Vol.7, Issue.8, August.2018, 61-66. ISSN (Online): 2319 – 8028, ISSN (Print): 2319 – 801X
- Rahman, Mikyal Mardi., Zainul Arifin dan Aniesa Samira Bafadhal. (2018). Pengaruh *E-servicescape* terhadap *E-trust* (Survei *online* pada pengguna *website* Tokopedia di kota Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.XVIII, No.3, 61-4, 169-176
- Rijae, Z. M., & Magnadi, R. H. (2018). Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Penumpang Keberangkatan Domestik di Bandara Ahmad Yani Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. Vol.07, No.2, 1-11. ISSN (online): 2337-3792
- S, Mathodah. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan driver ojek *online* terhadap kepuasan konsumen pada Go-jek area Taengrang Selatan. *Scientific Journal Of Reflection*. Vol.2, No.3, 271-291. p-ISSN: 2615-3009 eISSN: 2621-3389