

EFEKTIVITAS LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE: SIKAP LAYANAN, KETEPATAN WAKTU, DAN KESESUAIAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA TRANSPORTASI ONLINE DI KOTA MEDAN

Andry Sevchenko Gatuso Sianturi

Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Jasa transportasi online merupakan salah satu sarana transportasi yang memiliki tingkat kenyamanan dan keamanan yang sangat diminati saat ini. Inovasi pada sistem dan layanan menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi pengguna aplikasi untuk memilih dan menggunakan aplikasi transportasi online sebagai sarana transportasi yang memiliki keterjangkauan harga, sikap layanan dan ketepatan waktu penjemputan. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Penelitian ini menggunakan 100 sampel dari Kecamatan Medan Labuhan, dengan metode cluster sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap layanan memiliki nilai t-statistics $6,249 > 1.66$ dan nilai p values 0.000 maka sikap layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan. Pada variabel ketepatan waktu penjemputan memiliki nilai t-statistics $0,784 < 1.66$ dan nilai p values 0.433 maka pada ketepatan waktu penjemputan tidak mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan, sedangkan pada variabel kesesuaian harga memiliki nilai t-statistics $2.589 > 1.66$ dan nilai p values 0.010 maka pada kesesuaian harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online di Kota Medan. Dengan Adjusted R. Square sebesar 0,482 yang dapat diinterpretasikan bahwa variasi variabel keputusan penggunaan transportasi online dapat dijelaskan oleh variabel sikap layanan, ketepatan waktu penjemputan dan kesesuaian harga sebesar 48,2%, sedangkan sisanya 51,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel yang diteliti.

Kata Kunci: Sikap Layanan, Ketepatan Waktu Penjemputan, Kesesuaian Harga, Keputusan Pengguna Transportasi Online

EFFECTIVENESS OF ONLINE TRANSPORT SERVICES: SERVICE ATTITUDE, TIMELINESS, AND PRICE APPROPRIATENESS ON RIDE-HAILING USER DECISIONS IN MEDAN CITY

Andry Sevchenko Gatuso Sianturi

Study Programme S1 Management
Faculty of Economic
Universitas Prima Indonesia

ABSTRACT

Online transport services are one of the means of transport that has a level of comfort and safety that is in great demand today. Innovation in systems and services is one of the main attractions for application users to choose and use online transportation applications as a means of transportation that has affordability, service attitude and pick-up timeliness. In this study using quantitative methods, quantitative methods are research based on the philosophy of positivism, used to research on certain populations and samples. This study used 100 samples from Medan Labuhan District, using the cluster sampling method. The results of this study indicate that the service attitude variable has a t-statistics value of $6.249 > 1.66$ and a p-value of 0.000, so service attitude has a positive and significant influence on decisions to use online transportation in Medan City. The pick-up timeliness variable has a t-statistics value of $0.784 < 1.66$ and a p value of 0.433, so the pick-up timeliness does not have a positive and insignificant effect on the decision to use online transportation in Medan City, while the price suitability variable has a t-statistics value of $2.589 > 1.66$ and a p value of 0.010, so the price suitability has a positive and significant effect on the decision to use online transportation in Medan City. With an Adjusted R. Square of 0.482 which can be interpreted that the variation in the online transportation usage decision variable can be explained by the service attitude variable, pick-up timeliness and price suitability by 48.2%, while the remaining 51.8% is explained by other variables outside of the variables studied

Keywords: Service Attitude, Pick-up Timeliness, Price Appropriateness, Ride-Hailing User Decisions