

BAB I

PENDAHULUAN

1. PENDAHULUAN

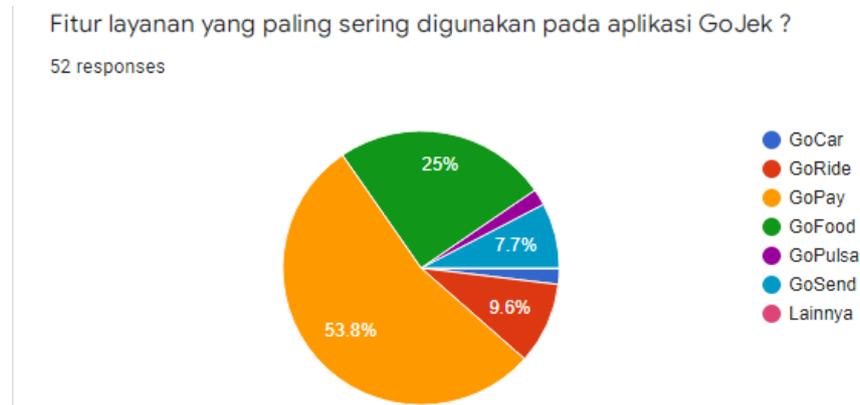
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Kemajuan dan perkembangan teknologi yang diiringi dengan perkembangan sistem informasi berbasis teknologi terjadi begitu pesat di era globalisasi ini. Di era digital seperti saat ini transportasi dan komunikasi sulit untuk dipisahkan dari kehidupan manusia hal tersebut dapat mempermudah pekerjaan manusia. Teknologi dimanfaatkan di berbagai bidang tak hanya di bidang komunikasi saja tetapi di bidang lain seperti transportasi, komunikasi, transaksi dan lain-lain.

Teknologi yang berkembang mendorong pelaku usaha untuk semakin kreatif dan inovatif menciptakan bisnis baru, terutama bisnis yang menyediakan layanan jasa khususnya dalam bidang transportasi. Setiap individu saat ini membutuhkan transporta yang cepat, nyaman, aman dan terpercaya. Oleh sebab itu, untuk memenuhi hal tersebut perlu adanya penyedia layanan jasa transportasi, terutama layanan transportasi darat yang sering digunakan untuk aktivitas sehari-hari. Saat ini di Indonesia, transportasi darat yang sering digunakan untuk aktivitas sehari-hari, yaitu mobil, motor, dan bus. Kebutuhan akan transportasi darat seringkali memengaruhi aktivitas sehari-hari. Jika akses untuk transportasi tersebut sulit maka akan menghambat aktivitas, sedangkan jika aksesnya mudah maka akan memperlancar aktivitas. Oleh karena itu, dengan adanya perkembangan teknologi maka mendukung kemudahan mengakses transportasi secara digital atau online. Salah satu perusahaan penyedia layanan transportasi online yaitu Gojek.

Gojek merupakan aplikasi layanan moda transportasi bagi masyarakat melalui jasa ojek online. Dalam perkembangannya, Gojek memiliki dua metode pembayaran dalam aplikasi Gojek terbagi dua, yaitu Tunai dan Non Tunai. Pembayaran non-tunai dilakukan dengan fitur GoPay. GoPay

merupakan layanan serta fitur dompet digital yang digunakan untuk melakukan transaksi dalam aplikasi Gojek.



Gambar 1.1 Hasil Pengambilan Sampel

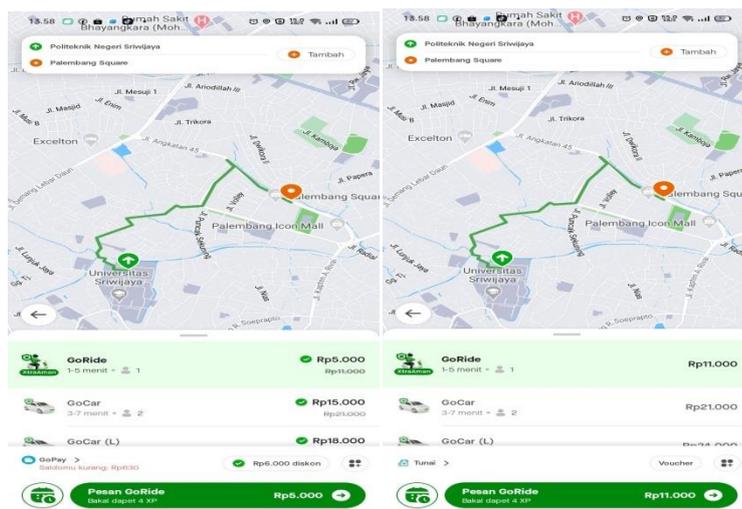
Sumber: Data Diolah (2022)

Dilakukan survey pada April 2022, terhadap pengguna Gojek di program studi D4 Telekomunikasi untuk mengetahui banyaknya fitur Gojek yang paling sering digunakan oleh pengguna. Dari survei awal tersebut yang dilakukan kepada 52 responden, adapun hasil yang didapatkan 2 pengguna memilih GoCar dengan persentase 3,8%, 13 pengguna memilih GoFood dengan persentase 25%, 5 pengguna memilih GoRide dengan persentase 9,6%, 4 pengguna memilih GoSend dengan persentase 7,7% dan 28 pengguna memilih GoPay dengan persentase 53,8%. Berdasarkan survey ini, fitur layanan GoPay paling banyak digunakan oleh pengguna aplikasi Gojek.

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang konkrit. Selanjutnya, konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan menentukan sikap yang akan diambil sebagai keputusan. Dalam sebuah keputusan pembelian terdapat beberapa peran konsumen, yaitu *inisiator*, *influencer*, *decider*, *buyer*, *user*. Perusahaan perlu mengenal peranan tersebut untuk merancang produk, menentukan pesan, dan mengalokasikan biaya anggaran promosi, serta membuat program pemasaran yang sesuai dengan pembeli.

Ada empat faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen, yaitu budaya, sosial, probadi dan psikologis. Selain itu faktor pemasaran juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya adalah: produk, harga, promosi dan saluran distribusi (Harahap, 2015).

Dari berbagai faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan, ada dua faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan fitur GoPay, yaitu faktor harga dan promosi. Harga merupakan pengorbanan sejumlah uang akan manfaat yang didapat dari memiliki dan menggunakan produk. Faktor harga dapat berupa potongan harga, sehingga membuat konsumen tertarik untuk memilih dan menggunakan jasanya. Harga produk memiliki peranan penting dalam penjualan dan menarik minat konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Harga yang terjangkau biasanya akan lebih menarik minat beli konsumen. Harga yang terjangkau akan meningkatkan keinginan konsumen untuk selalu membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Hubungan harga dengan keputusan penggunaan, yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga, maka keputusan pembelian akan rendah, sebaliknya jika harga rendah, maka keputusan pembelian akan tinggi (Sudarsana dan Ni Nyoman, 2021).



Gambar 1.2 Perbandingan Harga GoRide dengan pembayaran Gopay dan Tunai
Sumber: Gojek.com

Dari perbandingan gambar diatas antara pembayaran tunai dan non tunai pada aplikasi gojek bahwa harga GoRide dari Politeknik Negeri Sriwijaya ke Palembang Square sebesar Rp 11.000 dengan tunai. Sedangkan, pembayaran dengan GoPay sebesar Rp 8000. Jadi, pembayaran dengan GoPay lebih murah. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Louis (2021), harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Gopay. Hal ini berarti semakin terjangkau harga yang ditawarkan semakin tinggi pula minat penggunanya.

Faktor lain yang mendukung keputusan pembelian adalah promosi. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Jika suatu produk memiliki promosi yang baik maka barang atau jasa yang ditawarkan akan mudah diingat oleh konsumen. Sebaliknya, jika promosi suatu produk atau jasa tidak baik maka produk atau jasa akan sulit dikenal oleh masyarakat. Perkembangang GoPay di masyarakat tentu tidak terlepas dari peran promosi. Sebaik apapun kualitas suatu produk, jika pemasaran kepada konsumen tidak dilakukan maka konsumen tidak akan mengenal produk tersebut sehingga konsumen tidak akan menggunakan produk tersebut (Sudarsana dan Ni Nyoman, 2021).

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jayanti (2021), hasil uji signifikan parameter individual atau uji t terhadap variabel promosi diperoleh hasil signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan thitung 4,599 lebih besar dari ttabel 1,9847. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan pada penelitian ini bahwa secara parsial variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan GoPay. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat promosi yang ditawarkan semakin tinggi pula minat penggunanya oleh perusahaan GoJek, seperti iklan yang gencar dilakukan di media masa, promosi penjualan yang menarik, *Public relations* yang baik dan jenis promosi lainnya.

Namun demikian CEO GoJek Nadiem Makarim dalam wawancaranya dengan Tempo.co, menyatakan bahwa ada 20 juta pengguna aktif aplikasi GoJek, dari jumlah pengguna aktif tersebut baru 55% yang melakukan

pembayaran Gopay. Dari pernyataan tersebut, menggambarkan bahwa GoPay belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagian pengguna GoJek masih mempertimbangkan untuk menggunakan GoPay.

Berdasarkan penelitian sebelumnya lainnya oleh Hermawan, *et. al* (2019), menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan dalam fitur GoPay berpengaruh positif terhadap kepuasan. Apabila dikaji dari hasil statistik deskriptif jawaban responden pada variabel harga, pernyataan dengan persentase penilaian tertinggi terutama pada item diskon atau potongan harga yang diberikan oleh GoPay. Artinya, diskon atau potongan harga yang diberikan GoPay pada merchant atau outlet yang bekerjasama dengan GoPay, termasuk diskon layanan antar yang diberikan apabila menggunakan fitur pembayaran GoPay, menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menggunakan fitur GoPay.

Dari beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan ditunjukan bahwa variabel harga dan promosi memiliki nilai positif terhadap keputusan penggunaan GoPay. Maka dari itu, perusahaan harus memerhatikan nilai harga dan promosi yang dilakukan pada GoPay karena memengaruhi jumlah pengguna GoPay.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis tertarik membahas tentang **“Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan GoPay Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas, yaitu:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan GoPay Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya?

2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan GoPay Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya?
3. Apakah harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan GoPay Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar Laporan ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu:

1. Pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan GoPay Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan GoPay Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Pengaruh harga dan promosi secara simultan terhadap keputusan penggunaan GoPay Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dengan melakukan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan GoPay Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan GoPay Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi secara simultan terhadap keputusan penggunaan GoPay Pada Mahasiswa

Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan wawasan dan pengetahuan bagi penulis melalui pengalaman yang diperoleh selama melakukan penelitian, serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.
2. Sebagai bahan pertimbangan dan masukan yang positif dalam mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan penggunaan GoPay pada Mahasiswa Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Sebagai pengetahuan dan wawasan serta bahan referensi bagi pembaca atau penulis lainnya.

1.5 METODE PENELITIAN

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Agar laporan ini akan lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan dari permasalahan yang ada, maka penulis akan membatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu pada Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan GoPay Pada Mahasiswa Semester 4 Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya yang beralamat di Jl. Srijaya Negara, Bukit Lama, Bukit Besar, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30139.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan Metode penelitian, penulis menggunakan dua macam data berdasarkan cara memperolehnya yaitu data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan jenis data berdasarkan cara memperolehnya tersebut, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya (Yusi dan Idris, 2009:103). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara membuat kuisisioner yang disebarakan kepada konsumen pengguna aplikasi GoPay pada mahasiswa semester 4 Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi (Yusi dan Idris, 2009:103). Data sekunder dalam laporan ini berupa data yang diperoleh dari beberapa sumber informasi seperti buku, internet, laporan, serta beberapa hasil penelitian yang telah ada.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam pengumpulan data dan informasi untuk penulisan penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008:199). Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan yang diharapkan dari responden.

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna GoPay pada mahasiswa semester 4 di Prodi D4
Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya

KELAS	JUMLAH MAHASISWA
Regular (Pagi)	19 Mahasiswa
KJP I (Siang)	15 Mahasiswa
KJP II (Malam)	6 Mahasiwa
Total	40 Mahasiswa

Sumber: Data diolah, 2022

2. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang teliti (Sugiyono:2012).

Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mencari sumber data dari berbagai tulisan baik jurnal ilmiah, buku-buku, yang berhubungan dengan metode penelitian sebagai referensi untuk mendapatkan keterangan secara tertulis sebagai landasan teori dalam menganalisa masalah yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dan sampel yang digunakan untuk penulisan penelitian ini adalah:

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi pada penelitian ini sebanyak 40Mahasiswa Semester 4 Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya. Pemilihan populasi hanya pada mahasiswa semester 4 dikarenakan

keterbatasan waktu, biaya dan tenaga untuk melakukan survey terhadap seluruh Mahasiswa D4 Telekomunikasi. Maka dari itu, populasi pada survey ini dibatasi pada mahasiswa program studi D4 Telekomunikasi.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011:81). Dapat disimpulkan, sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dalam penulisan penelitian ini yang dijadikan sampel adalah pengguna aplikasi GoPay pada Mahasiswa Semester 4 Program Studi D-IV Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya

3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah cara atau teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2019). Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Teknik Sampling yang digunakan oleh penulis adalah *Nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019:84).

Jenis *Nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh atau disebut sensus. Menurut Sugiyono (2017:85) *sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel jika semua anggota populasi dijadikan sampel. Hal ini dilakukan jika jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30, atau penelitian ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Berdasarkan penjelasan,

maka yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh dari populasi yang diambil, yaitu 40 Mahasiswa semester 4 Prodi D4 Telekomunikasi yang menggunakan GoPay.

1.5.5 Analisis Data

a. Metode Kuantitatif

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang memandang tingkah laku manusia dapat diramal dan realitas social, objektif dan dapat diukur (Yusuf (2013:58). Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numeric (Yusi dan Idris, 2016:108), penulis juga menggunakan analisis data kuantitatif (angka/hitungan) sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah responden terhadap kuesioner yang diberikan. Urutan pemberian skor dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Tingkatan skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Skala Pengukuran Likert

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (ST)	4
3.	Ragu-ragu (RG)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Yusi dan Idris, (2016:83)

Skala Likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuesioner bagi responden dan hasil jawaban akan diolah sebagai pembahasan terhadap jawaban dari permasalahan yang ada.

b. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Yusi dan Idris, 2016:92). Kuesioner dinyatakan valid ketika yang akan diukur pada kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, sehingga data keputusannya adalah:

Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir pertanyaan tersebut valid.

Jika r hitung $<$ r tabel, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

c. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah kesamaan dari hasil pengukuran atau pengamatan, jika fakta atau kenyataan diukur atau diamati berkali-kali di dalam waktu yang bersamaan (Nursalam: 2003). Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, jika dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Pengukuran reabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan aplikasi *IBM SPSS Statistics 25 for window's* yakni dengan uji Cronboach Alpha. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronboach Alpha rhitung $>$ 0,6 atau 60%.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Rumus yang akan digunakan adalah rumus regresi linear berganda dikarenakan jumlah variabel independen lebih dari satu. Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel serta untuk mengetahui kontribusi yang diberikan secara simultan oleh variabel X_1 dan X_2 terhadap nilai variabel Y . Rumus dari regresi berganda adalah:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat

a = konstanta

b_1, b_2 = koefisien regresi

X_1, X_2 = variabel bebas

Di mana \hat{Y} adalah variabel terikat; X_1 adalah variabel bebas pertama yang mempengaruhi; X_2 adalah variabel bebas kedua yang mempengaruhi; X_n adalah variabel bebas ke-n yang mempengaruhi variabel terikat dan $a, b_1, b_2 + \dots b_n$ adalah parameter atau koefisien regresi.

Dalam penelitian kali ini, variabel terikat adalah kepuasan pelanggan terhadap suatu produk maka terdapat beberapa variabel yang mungkin pengaruh hal tersebut seperti Harga (*Price*) dan Promosi (*Promotion*) Variabel-variabel tersebut dapat diuji untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel terhadap keputusan penggunaan dalam aplikasi GoPay.

e. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji t untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh (signifikan) antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk melakukan pengujian t maka dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut:

Adapun pengambilan keputusan untuk menentukan hipotesis adalah berdasarkan uji parsial (uji t), yaitu:

1. Jika $\alpha < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 artinya, terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
2. Jika $\alpha > 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 artinya, terdapat pengaruh yang tidak signifikan pada variabel variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

f. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama menggunakan F hitung (Danang Sunyoto, 2013:137).

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{n-k-1}}$$

Keterangan:

F = Harga F

R = Koefisien korelasi ganda

k = Ukuran sampel

n = Banyaknya variabel bebas

Adapun pengambilan keputusan untuk menentukan hipotesis adalah berdasarkan uji simultan (uji F), yaitu:

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_3 ditolak.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_3 diterima.

g. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi adalah salah satu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 berkisar hampir satu, berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dan sebaliknya, jika nilai R^2 semakin mendekati angka nol, berarti semakin lemah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel *Model Summary* dan tertulis *R Square*.