

**PENGARUH KEAMANAN, FITUR LAYANAN DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB
BIKE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA/I FEB UMSU)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Manajemen*



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

OLEH:

HAFIZ NURMUHTAR

NPM : 1505160811

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Sarjana Strata-I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dalam sidang yang diselenggarakan pada hari jumat, Tanggal 11 Oktober 2019, Pukul 14.00 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, melihat, memperhatikan, menimbang :

MEMUTUSKAN

Nama : HAFIZ NURMUHTAR
 NPM : 1505160811
 Program Studi : MANAJEMEN
 Judul Skripsi : PENGANTAR KEAMANAN FITUR LAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA TRANSFORTASI ONLINE GRAB BIKER, STUDI KASUS DA MAHASISWA UMSU.

Dinyatakan : (B) Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh/gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

PENGUJI I

PENGUJI II

(Dr. Bahril Datuk S, SE,MM)

(MUHAMMAD FAHMI SE.MM)

Menimbang

Unggulkan Kelas Terpercaya
 (ADEK KUNAWAN GULTOM SE,MSI)

Ketua

Sekretaris

(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si)

(ADE GUNAWAN, S.E., M.SI)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238



PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : HAFIZ NURMUHTAR

NPM : 1505160811

Program Studi : MANAJEMEN

Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

Judul Skripsi : PENGARUH KEAMANAN FITUR LAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB BIKE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA/I FEB UMSU)

Disetujui dan telah memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam Ujian Mempertahankan Skripsi.

Medan, Oktober 2019

Pembimbing

DEDEK KURNIAWAN GULTOM, S.E., M.Si

Diketahui/Disetujui

Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU

Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU

JASMAN SARIPUDDIN, S.E., M.Si

H. JANURI, S.E., M.M., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : HAFIZ NURMUHTAR
NPM : 1505160811
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Penelitian : PENGARUH KEAMANAN, FITUR LAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB BIKE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA/ FEB UMSU)

| Tanggal | Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi | Paraf | Keterangan |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------|-------|------------|
| 24/9-19 | Bimbingan Angket | | |
| 1/10-19 | Perbaiki Analisis data Perbaiki & tambahkan Perbaiki Kesimpulan & Saran | | |
| 7/10-19 | Perbaiki Daftar Pustaka Perbaiki Format mandelay | | |
| 8/10-19 | Skripsi di Ace Langkat sidang meja hijau | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Medan, Oktober 2019

Dosen Pembimbing

Diketahui / Disetujui
Ketua Program Studi Manajemen

DEDEK KURNIAWAN GULTOM, SE., M.Si

JASMAN SARIPUDDIN, SE., M.Si



Scanned with
CamScanner

ABSTRAK

Hafiz Nurmuchtar. NPM 1505160811. Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Pada Mahasiswa FEB UMSU. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi. 2019.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fitur layanan terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa FEB UMSU yang berjumlah 4559 Mahasiswa. sedangkan sampel yang memenuhi kriteria penarikan sampel pengamatan yang dilakukan berjumlah 98 Mahasiswa FEB UMSU dengan menggunakan rumus slovin. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik angket dan wawancara /interview. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Regressi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji t dan Uji F, dan Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *software* SPSS versi 24.00. Secara parsial diketahui keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa FEB UMSU. Secara parsial diketahui bahwa fitur layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa FEB UMSU. Secara parsial diketahui kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa FEB UMSU. Secara simultan diketahui bahwa keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa FEB UMSU.

Kata Kunci : Keamanan, Fitur Layanan, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR



Assalammualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamin puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan rahmatnya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya tidak lupa pula peneliti mengucapkan Shalawat dan Salam kepada Junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa Risalahnya kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua. Penelitian ini merupakan kewajiban bagi peneliti guna melengkapi tugas-tugas serta memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun judul peneliti yaitu : **“PengaruhKeamanan, FiturLayanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Bike (Studi Kasus Pada Mahasiswa /i FEB UMSU)”**.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan fitur layanan dari berbagai pihak yang tidak ternilai harganya. Untuk itu dalam kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah bersedia membantu, mefitur layanan, membimbing,dan mengarahkan selama penyusunan skripsi. Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Ayahanda Muchtar dan Ibunda Nurlela tercinta yang telah mengasuh dan memberikan rasa cinta dan kasih sayang serta mendidik dan mendukung peneliti dalam pembuatan skripsi ini. Dan seluruh keluarga besar yang telah banyak memberikan dukungan moril, materi dan spiritual kepada penulis serta kasih sayangnya yang tiada henti kepada penulis.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak H. Januri S.E., M.M, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Ade Gunawan S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Jasman Saripuddin Hasibuan, SE. M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Jufrizen S.E., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Dedek Kurniawan Gultom S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi..
9. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan segala ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada peneliti, serta seluruh staff pegawai Fakultas Ekonomi.

10. Kepada teman-teman saya Habibi, Adam Husin Nst, M. Ikhlas, Febri Adiyaksa, Riza Anshari yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis. yang telah membantu peneliti baik selama masa pelaksanaan maupun dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu dengan kerendahan hati peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih semoga skripsi ini dapat penulis lanjutkan dalam penelitian dan akhirnya dapat menyelesaikan Skripsi yang menjadi salah satu syarat penulis menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Wassalammualaikum, WarahmatullahiWabarakatuh

Medan, Oktober2019

Penulis

Hafiz Nurmuchtar
NPM:1505160811

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|-----------------------------------------------------------|------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 6 |
| C. Batasan dan Rumusan Masalah..... | 7 |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 9 |
| A. Uraian Teoritis | 9 |
| 1. Keputusan Pembelian..... | 9 |
| a. Pengertian Keputusan Pembelian..... | 9 |
| b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian | 10 |
| c. Model Dalam Pengambilan Keputusan..... | 17 |
| d. Indikator Keputusan Pembelian | 19 |
| 2. Keamanan..... | 21 |
| a. Pengertian Keamanan..... | 21 |
| b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keamanan | 22 |
| c. Indikator-indikator Keamanan | 22 |
| 3. Fitur Layanan | 23 |
| a. Pengertian FiturLayanan | 23 |
| b. Indikator Fitur Layanan..... | 24 |
| 4. Kualitas Pelayanan | 25 |
| a. Pengertian Kualitas Pelayanan..... | 25 |
| b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.... | 26 |
| c. Manfaat Dan Tujuan Kualitas Pelayanan..... | 28 |
| d. Indikator Kualitas Pelayanan | 28 |
| B. Kerangka Konseptual | 30 |
| C. Hipotesis..... | 33 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 34 |
| A. Pendekatan Penelitian | 34 |
| B. Definisi Operasional..... | 34 |
| C. Tempat dan Waktu Penelitian | 36 |
| D. Populasi dan Sampel | 37 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 39 |
| F. Teknik Pengujian Instrumen | 40 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| G. Teknik Analisis Data..... | 44 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 51 |
| A. Hasil Penelitian | 51 |
| 1. Deskripsi Hasil Penelitian | 51 |
| a. Jenis Kelamin | 51 |
| b. Semester | 51 |
| c. Seberapa Sering Menggunakan Grab Bike | 52 |
| d. Presentase Jawaban Responden | 52 |
| e. Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian | 53 |
| f. Frekuensi Jawaban Variabel Keamanan | 54 |
| g. Frekuensi Jawaban Variabel Fitur Layanan..... | 55 |
| h. Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan..... | 57 |
| 2. Analisis Data | 58 |
| a. Uji Asumsi Klasik..... | 58 |
| b. Regresi Linier Berganda..... | 63 |
| c. Pengujian Hipotesis..... | 64 |
| d. Koefisien Determinasi..... | 69 |
| B. Pembahasan..... | 70 |
| 1. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian | 70 |
| 2. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian | 71 |
| 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian..... | 72 |
| 4. Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian..... | 73 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 74 |
| A. Kesimpulan | 74 |
| B. Saran..... | 74 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

| | |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Tabel III.1 Indikator Keputusan Pembelian (Y) | 35 |
| Tabel III.2 Indikator Keamanan (X1) | 35 |
| Tabel III.3 Indikator Fitur Layanan(X2)..... | 36 |
| Tabel III.4 Indikator Kualitas Pelayanan (X3)..... | 36 |
| Tabel III.5 Jadwal Penelitian..... | 37 |
| Tabel III.6 Jumlah Mahasiswa FEB UMSU (Tahun 2016-2018)..... | 37 |
| Tabel III. 7 Penentuan Strata Sampel..... | 39 |
| Tabel III.8 Skala Pengukuran Likert | 40 |
| Tabel III.9 Hasil Uji Validitas..... | 42 |
| Tabel III.10 Hasil Uji Reliabilitas | 44 |
| Tabel IV.1 Jenis Kelamin..... | 50 |
| Tabel IV.2 Semester..... | 51 |
| Tabel IV.3 Seberapa Sering Menggunakan Grab Bike..... | 51 |
| Tabel IV.4 Kriteria Jawaban Responden | 52 |
| Tabel IV.5 Skor Angket Untuk Variabel Keputusan Pembelian | 52 |
| Tabel IV.6 Skor Angket Untuk Variabel Keamanan | 54 |
| Tabel IV.7 Skor Angket Untuk Variabel Fitur Layanan..... | 55 |
| Tabel IV.8 Skor Angket Untuk Variabel Kualitas Pelayanan | 57 |
| Tabel IV.9 Hasil Uji Normalitas (Kolmogrov Smirnov) | 60 |
| Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolinieritas | 61 |
| Tabel IV.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 63 |
| Tabel IV.12 Hasil Uji Statistik t..... | 66 |

| | |
|--------------------------------------------------|----|
| Tabel IV.13 Hasil Uji F..... | 68 |
| Tabel IV.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 69 |

DAFTAR GAMBAR

Halaman

| | |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar II.1 Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian..... | 30 |
| Gambar II.2 Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian | 31 |
| Gambar II.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ... | 32 |
| Gambar II.4 Kerangka Konseptual | 33 |
| Gambar III.1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t | 47 |
| Gambar III.2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji f | 49 |
| Gambar IV.1 Hasil Uji Normalitas | 59 |
| Gambar IV.2 Hasil Uji Heterokedastisitas..... | 62 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era modern ini masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang/alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Oleh karena itu pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba menggaet konsumennya dengan peningkatan pelayanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan armada, keamanan, ketepatan waktu dan lain sebagainya. Di Indonesia banyak dijumpai sepeda motor juga melakukan fungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang/barang dan memungut biaya yang disepakati, moda transportasi jenis ini dikenal dengan nama ojek.

Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan. Sebelumnya ojek memakai sistem pangkalan berbasis wilayah di tikungan dan mulut-mulut gang. Pengendara ojek dari wilayah lain tidak bisa sembarangan “mangkal” di suatu wilayah tanpa ijin dari pengendara ojek di wilayah tersebut. Untuk menggunakan jasa ojek pun, pemakai jasa harus membayar kontan dan tak jarang sering tawar-menawar. Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek online yang dikenal dengan nama Go-Jek, Uber, Grab Bike dan lain sebagainya. Semua memberikan pelayanan yang hampir sama mulai darimengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda, namun dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi telepon genggam maupun *website*. Dengan melalui aplikasi telepon genggam tentu pihak transportasi online

harus mengutamakan tingkat kepuasan konsumen yaitu dengan mengutamakan keselamatan dan keamanan pelanggan, selalu memberikan fitur-fitur yang dapat memudahkan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi online tersebut, dan yang paling utama adalah bagaimana caranya agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak transportasi online tersebut sehingga pelanggan akan terus menggunakan jasa transportasi online di kemudian harinya.

Pada kebanyakan orang, keputusan pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya. Keinginan membeli konsumen merupakan suatu hal yang tersembunyi dalam hati konsumen yang mana tak ada seorang pun yang bisa tau apa yang diinginkan dan yang diharapkan oleh konsumen. Niat membeli terlihat dari perilaku konsumen dan sikap terhadap suatu produk dan keyakinan tersebut juga akan menyebabkan naik turunnya minat beli konsumen. Keputusan sebagai penekanan pada pilihan konsumen yang harus diperhatikan adalah bahwa konsumen juga membuat beberapa keputusan sehubungan dengan perilaku tidak membeli. (Sutisna, 2015). keputusan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi online tidak jauh dari yang namanya keamanan, karena apabila konsumen merasa aman dalam menggunakan jasa transportasi online tersebut, maka konsumen akan merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan, serta dengan fitur-fitur lengkap yang terdapat di dalam aplikasi transportasi onliner tersebut yang dapat memudahkan konsumen dalam melakukan segala aktifitas yang tidak memungkinkan konsumen tersebut untuk meninggalkan pekerjaannya pada saat ini serta kualitas pelayanan yang

diberikan akan menjadi nilai tambah, sehingga pelanggan akan setia menggunakan jasa transportasi online tersebut di kemudian hari.

Menurut (Adam, 2015) faktor keamanan masih menjadi penghalang utama. Beberapa hambatan masih menjadi penyebab kenapa orang masih enggan untuk menggunakan transportasi online. Pertama, masih adanya *driver* transportasi online yang tidak mentaati rambu-rambu lalu lintas dan marka jalan. Hal ini akan menyebabkan terjadinya hal yang tidak diinginkan. Seperti terjadinya kecelakaan, membahayakan orang lain dan pengemudi lainnya hingga penilangan dan sanksi tegas yang diberikan pihak berwajib atas pelanggaran di jalan raya. Secara umum, konsep keamanan mengacu pada kemampuan untuk melindungi terhadap ancaman potensial. Namun, dalam lingkungan transportasi online yaitu mulai dari data konsumen seperti informasi tentang konsumen yang tertera di aplikasi transportasi online tersebut yang berupa nomor telepon konsumen, nama lengkap konsumen pihak transportasi online harus dapat merahasiakan data pribadi konsumen, sehingga tidak adanya aksi kriminal yang terjadi.

Selain keamanan yang dapat menjadi pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian selanjutnya adalah fitur. Fitur merupakan alat persaingan untuk membedakan produk perusahaan terhadap produk sejenis yang menjadi pesaingnya. Fitur yang ditawarkan kepada konsumen diawali dari penawaran fitur-fitur yang kompleks. Konsumen akan selalu menyesuaikan fitur yang dimiliki produk/jasa dengan harga yang ditawarkan oleh perusahaan. (Kotler, 2008). Fitur juga menjadi salah satu penunjang untuk konsumen dalam menggunakan jasa transportasi online tersebut. Semakin banyak fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi transportasi online tersebut, konsumen akan merasa puas

dengan pelayanan yang diberikan dan dengan adanya fitur yang dapat memudahkan seseorang dalam melakukan suatu pekerjaannya.

Selanjut faktor penentu konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah dari segi kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan yang diberikan masih kurang maksimal seperti tidak *driver* yang tidak ramah dan juga cara berkendara yang ugal-ugalan yang dapat membahayakan konsumen maupun pengendara lain. Menurut (Kotler, 2008) Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk dan jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan dengan memberikan pelayanan kepada para pelanggan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang menjadi harapan pelanggan transportasi online yaitu mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Ketidakpuasan pada salah satu atau banyak dimensi layanan tentunya akan memberikan kontribusi terhadap tingkat layanan secara keseluruhan dan menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efektif dan efisien. Apabila pelanggan merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan pihak transportasi online, maka layanan tersebut dipastikan tidak efektif dan efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik. Ketika pelanggan Grab Bike merasa puas dengan pelayanan yang didapatkan, maka besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan menggunakan jasa transportasi online dan mereka juga akan merekomendasikan pada teman-teman, dan keluarganya tentang transportasi online tersebut.

Grab merupakan salah satu platform O2O yang bermarkas di Singapura dan paling sering digunakan di Asia Tenggara, menyediakan layanan kebutuhan sehari-hari bagi para pelanggan termasuk perjalanan, pesan-antar makanan,

pengiriman barang dan pembayaran menggunakan dompet digital. Saat ini grab menyediakan layanan di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, Vietnam, Myanmar dan Kamboja. Di Indonesia, grab melayani pemesanan kendaraan seperti ojek (Grab Bike), mobil (Grab Car) dan Taksi (Grab Taxi) serta kurir (Grab Express) dan Pesan-antar makanan (Grab Food). Saat ini grab tersedia di 125 kota di seluruh Indonesia, mulai dari Banda Aceh hingga Papua.

Hasil dari pra riset yang dilakukan, penulis menemukan fenomena-fenomena yang terjadi di transportasi online Grab Bike yaitu mulai dari segi keamanan dimana tingkat keamanan Grab Bike masih minim, masih adanya para *Driver* Grab Bike yang tidak menyediakan helm bagi penumpang, terutama pada malam hari, hal ini akan menyebabkan kejadian fatal di jalan raya serta masih adanya *Driver* yang ugal-ugalan dan tidak mematuhi rambu-rambu lalu lintas yang ada. Ini akan menyebabkan terjadinya kecelakaan lalu lintas dan juga dari segi keamanan data pribadi konsumen. Masih adanya *driver* yang bersikap curang seperti dengan cara meminjam telepon seluler milik konsumen, lalu melakukan pemesanan yang ditujukan ke telepon seluler milik *driver* tersebut. Jika pemesanan tidak tertuju pada *driver* tersebut lalu *driver* tersebut meng-*cancel* pemesanan secara terus menerus, hal ini akan menyebabkan akun dari konsumen tersebut akan di blokir oleh perusahaan grab tersebut. Hal ini akan menyebabkan konsumen tidak dapat menggunakan aplikasi tersebut. Selanjutnya dari segi fitur-fitur yang ditawarkan oleh grab bike masih sedikit dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Go-Jek. Serta kualitas pelayanan yang diberikan masih belum maksimal. Bisa lihat bahwa masih adanya *driver* yang tidak ramah terhadap konsumennya dan juga dari segi pesan-antar makanan (Grab Food). Masih adanya

pesanan makanan konsumen yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen dan keterlambatan driver dalam mengantar pesanan makanan tersebut.

Berdasarkan pentingnya keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi keputusan pembelian, maka perlu dilakukan penelitian tentang faktor-faktor tersebut dalam mempengaruhi keputusan pembeli dalam menggunakan jasa transportasi online, oleh karena itu peneliti tertarik untuk menguji pengaruh yang terjadi antar variabel dengan judul **“Pengaruh Keamanan, Fitur dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan dalam menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Bike (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UMSU)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka permasalahan-permasalahan yang ada dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Keamanan yang diberikan masih belum maksimal, seperti masih adanya para *Driver* Grab Bike yang tidak menyediakan helm bagi penumpang, berkendara secara ugal-ugalan, melanggar peraturan lalu lintas dan masih rendahnya sistem keamanan aplikasi grab tersebut.
2. Fitur-fitur yang terdapat di aplikasi grab bike tersebut masih sedikit dibandingkan dengan pesaingnya.
3. Pelayanan yang diberikan oleh grab bike masih belum maksimal dikarenakan masih adanya driver yang tidak ramah terhadap konsumennya serta tidak sesuainya pesanan makanan yang diterima konsumen.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang ada dan agar tidak terjadi kesalah paham dalam pembahasan serta untuk memperjelas pokok bahasan dalam penelitian penulis membatasi masalah dalam penelitian ini mengenai Keamanan, Fitur dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Bike (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU).

2. Rumusan Masalah

Agar lebih jelas rumusan permasalahan yang dihadapi sebagai dasar penelitian ini, maka penulis mencoba merumuskan masalah. Adapun yang menjadi rumusan masalah adalah:

- a. Apakah ada pengaruh keamanan terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi online grab bike ?
- b. Apakah ada pengaruh fitur terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi online grab bike ?
- c. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi online grab bike ?
- d. Apakah ada pengaruh keamanan, fitur dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi online grab bike ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keamanan terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi online grab bike.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fitur terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi online grab bike.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi online grab bike.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keamanan, fitur dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi online grab bike.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang pemasaran dan menambah wawasan dalam bidang khususnya yang menyangkut keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan.

b. Manfaat Praktis

Menjadi masukan berguna untuk perusahaan transportasi online khususnya grab, dalam hal pengaruh keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

c. Manfaat bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta dapat memberikan informasi sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis

1. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian adalah keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif (Sangadji, 2013).

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, dan *process*, sehingga membentuk suatu ikap pada konsumen untuuk mengolah, segala informasi dan mengambil kesimpulan beruparesponse yang muncul produk apa yang akan dibeli. Alma (2014, hal. 96). Keputusan pembelian konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai (Kotler, 2008).

Pengertian lain tentang Keputusan pembelian adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran, mereka menyebutkan inti dari pengambilan keputusan pembelia yaitu proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya (Olson, 2013).Keputusan pembelian adalah proses

keputusan dan tindakan orang-orang yang terlibat dalam pembelian dan penggunaan produk. Faktor utama adalah sikap orang lain, faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diharapkan yang tak terduga (Sangadji, 2013).

Keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi yang membuat para konsumen menyusun daftar peringkat barang dalam peringkat pilihannya dimana tahap evaluasi itu akan menciptakan hasrat pembelian, sehingga konsumen akan membeli barang yang paling mereka sukai. (Lubis, 2015).

Berdasarkan definisi para ahli diatas dapat disimpulkan keputusan pembelian adalah merupakan tahapan pengambilan keputusan dimana konsumen secara langsung berkeinginan untuk membeli produk atau jasa.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Perilaku konsumen merupakan faktor yang terpenting yang dapat memengaruhi proses keputusan konsumen untuk membeli atau mengonsumsi produk atau jasa. Faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumen adalah *faktor lingkungan konsumen dan perbedaan perilaku individu konsumen*. Menurut (Schiffman, 2009) “perilaku konsumen akan mempengaruhi konsumen untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan, oleh karena itu perusahaan harus memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut (Kotler,2008) Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor yaitu adalah:

- 1) Faktor budaya
- 2) Faktor sosial/sosiologis
- 3) Faktor pribadi
- 4) Faktor psikologis

Berikut ini adalah penjelasannya:

1) Faktor budaya

Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku pembelian.

a) Budaya (*culture*)

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar.

b) Sub-budaya (*Sub-culture*)

Sub budaya adalah bagian dari budaya. Masing-masing budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak sub-budaya yang membentuk segmen pasar penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. Kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal, termasuk pakaian, perabot rumah tangga, kegiatan dalam waktu luang, dan mobil.

2) Faktor Sosial/sosiologis

Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial Seperti: kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.

a) Kelompok referensi

Kelompok acuan adalah seseorang yang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keaggotaan.

b) Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan ia telah menjadi objek penelitian yang luas. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Kita dapat membedakan antara dua keluarga dalam kehidupan pembelian. Keluarga orientasi terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan orientasi atas agama, politik, dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri dan cinta.

c) Peran dan Status

Seseorang berpartisipasi ke dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya-keluarga, klub organisasi. Kedudukan orang itu di masing-masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan

status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status, orang-orang memilih produk yang dapat mengkonsumsi peran dan status mereka di masyarakat.

3) Faktor pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

a) Usia dan Tahap Siklus Hidup

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Selera orang terhadap pakaian, perabotan, dan reaksi juga berhubungan dengan usia. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga, sembilan tahap siklus hidup keluarga bersama dengan situasi keuangan dan minat produk yang berbeda-beda untuk masing-masing kelompok. Pemasar sering memilih kelompok-kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sasaran mereka. Namun, rumah tangga yang menjadi sasaran tidak selalu berdasarkan konsep keluarga.

b) Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsi, pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang; penghasilan yang dapat dibelanjakan (level, kestabilan, pola waktu), tabungan dan aktiva (termasuk presentase aktiva yang

lancar/likuid), utang, kemampuan untuk meminjam, dan sikap terhadap belanja atau menabung.

c) Gaya Hidup

Orang-orang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Para pemasar mencari hubungan antara produk mereka dan kelompok gaya hidup.

d) Kepribadian dan konsep diri

Masing-masing orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi.

4) Faktor psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu: motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

a) Motivasi

Motivasi adalah kekuatan psikologis yang membentuk perilaku manusia sebagian besar dan tidak disadari dan bahwa seseorang tidak dapat memahami motivasi dirinya secara menyeluruh.

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu, beberapa kebutuhan bersifat biogenis; kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman. Kebutuhan yang lain bersifat psikogenis; kebutuhan itu muncul dari tekanan psikologis seperti; keanggotaan kelompok. Suatu kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai tingkat intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak.

b) Persepsi

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

c) Pembelajaran

Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman, sebagian besar perilaku manusia adalah hasil dari belajar. Ahli teori pembelajaran yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara dorongan, rangsangan, petunjuk bertindak, tanggapan dan penguatan.

d) Keyakinan dan Sikap

Melalui bertindak dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap, keduanya kemudian mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Yang paling penting bagi para pemasar global adalah fakta bahwa pembeli sering mempertahankan keyakinan yang mudah

dilihat tentang mereka atau produk berdasarkan negara asal mereka.

Menurut (Nitisusastro, 2012) tipikal pertimbangan konsumen terhadap produk sebelum mengambil keputusan, dalam empat kelompok yang meliputi:

1) Pertimbangan ekonomis

Tipikal pertimbangan secara ekonomis terkait dengan perhitungan konsumen secara ekonomis atas barang atau jasa yang akan dibeli. Konsumen akan mempertimbangkan dan menghitung secara ekonomis tentang manfaat yang akan diperoleh dengan pengorbanan yang akan dikeluarkan.

2) Pertimbangan pasif

Pada tipikal ini konsumen dianggap sebagai pembeli yang tidak berfikir secara rasional dan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal yang melekat pada individu setiap konsumen. Faktor internal meliputi unsur- unsur persepsi, kepribadian dan pembelajaran.

3) Pertimbangan rasional

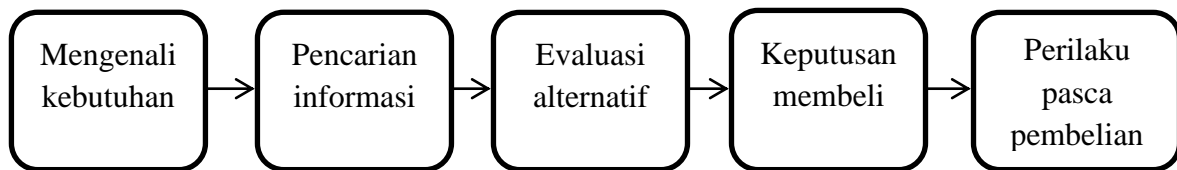
Pada tipikal ini konsumen lebih mengutamakan keputusan pada manfaat dan kemampuan produk yang dibeli dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi. Dengan demikian maka konsumen ini fokus pertimbangannya terletak pada manfaat dari kualitas dari produk yang akan diputuskan untuk dibeli.

4) Pertimbangan emosional

Konsumen pada tipikal ini lebih menitikberatkan keputusannya pada pertimbangan emosional. Dalam kehidupan sehari-hari kita sering dipengaruhi oleh perasaan emosional, seperti: karena rasa cinta, karena rasa ingin lebih feminim atau ingin merasa lebih disegani oleh para pesaing.

c. Model Dalam Pengambilan Keputusan

Menurut (Setiadi, 2013) proses keputusan pembelian konsumen melalui lima tahap yaitu:



Gambar II.1
Tahap Dalam Pengambilan Keputusan

Berikut akan disajikan kelima tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

1) Mengenal masalah

Mengenal masalah merupakan proses membeli saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal maupun eksternal dalam kasus pertama dari kebutuhan normal seseorang, yaitu rasa lapar, dahaga, atau seks meningkat hingga suatu tingkat tertentu dan berubah menjadi dorongan. Atau suatu kebutuhan yang timbul karena disebabkan rangsangan eksternal seseorang

melewati sebuah toko roti dan melihat roti yang baru selesai dibakar dapat merangsang rasa laparnya.

2) Pencarian informasi

Konsumen yang telah tertarik mungkin akan mencari lebih banyak informasi. Apabila konsumen begitu kuat dan produk yang memuaskan berada dalam jangkauan, konsumen kemungkinan besar akan membelinya. Namun jika produk berada jauh dari jangkauan, konsumen mungkin akan menyimpan kebutuhannya dalam ingatan atau melakukan pencarian informasi. Pencarian informasi merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen telah tertarik untuk mencari lebih banyak informasi.

3) Evaluasi alternatif

Pemasar perlu mengetahui evaluasi berbagai alternatif, yaitu suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek- merek alternatif dalam satu susunan pilihan. Jika mereka tahu bahwa proses evaluasi sedang berjalan, pemasar dapat mengambil langkah- langkah untuk memengaruhi keputusan pembelian.

4) Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian sampai konsumen benar- benar membeli produk. Biasanya keputusan pembelian konsumen adalah pembelian merek yang paling disukai. Namun demikian ada dua faktor yang bisa muncul diantara niat untuk membeli dan keputusan pembelian yang mungkin

mengubah niat tersebut. Faktor pertama adalah: sikap orang lain, faktor kedua adalah: situasi yang tidak diharapkan.

5) Perilaku setelah pembelian

Setelah membeli produk, konsumen bisa puas atau tidak puas, dan akan terlibat dalam perilaku pascapembelian yang tetap menarik bagi pemasar. Perilaku pascapembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan. Hubungan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan dari produk merupakan faktor yang menentukan apakah pembeli puas atau tidak.

d. Indikator Keputusan Pembelian

Proses pembelian berlangsung jauh sebelum pembelian actual dan berlanjut sesudahnya. Untuk itu pemasar perlu berfokus pada seluruh proses pengambilan keputusan bukan hanya pada proses pembelian saja.

Indikator-indikator keputusan pembelian yaitu, Produk, Merek dan penentuan saat pembelian (Kotler, 2009). Adapun penjelasan dari ketiga indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1) Produk

Memilih produk adalah hasil atas keputusan pembeli akan segala sesuatu, baik menguntungkan maupun tidak yang diperoleh seseorang melalui pertukaran.

2) Merek

Merek merupakan alat utama yang digunakan oleh pemasar untuk membedakan produk mereka dari produk lain. Merek pilihan adalah suatu nama istilah, symbol, desain yang mengidentifikasi produk para penjual dan membedakannya dari produk pesaing.

3) Penentuan saat Pembelian

Merupakan suatu keputusan akhir atas pengevaluasi alternative (pilihan) yang ada untuk melakukan suatu pembelian.

Sedangkan menurut (Griffin, 2009) menyatakan indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian konsumen antara lain:

- 1) Keputusan terhadap produk/jasa yang tersedia
- 2) Keputusan terhadap harga yang diberikan
- 3) Keputusan terhadap pelayanan yang diberikan

Berikut ini adalah penjelasannya:

1) Keputusan terhadap produk yang tersedia

Ketersediaan produk menjadi hal yang terpenting dalam keputusan pembelian, produk yang tersedialah yang akan menjadi pendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

2) Keputusan terhadap harga yang diberikan

Harga menjadi tolak ukur konsumen untuk memutuskan pembelian produk, konsumen akan membandingkan harga produk dan kualitas produk dengan produk lain.

3) Keputusan terhadap pelayanan yang diberikan

Perusahaan harus dapat memberi pelayanan yang maksimal kepada calon pembeli, karena setiap konsumen pasti menginginkan layanan

prima layaknya raja, konsumen yang mendapatkan layanan prima secara tidak sadar bisa menjadi tertarik dengan suatu produk yang dijual perusahaan karena senang dengan pelayanan yang diberikan.

Menurut (Kotler, 2012) terdapat indikator dari proses keputusan pembelian yaitu:

- 1) Tujuan dalam membeli sebuah produk/jasa
- 2) Pemrosesan informasi untuk sampai ke penilaian merek
- 3) Kemantapan pada sebuah produk
- 4) Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- 5) Melakukan pembelian ulang

2. Keamanan

a. Pengertian Keamanan

(Suryani, 2013)“medefinisikan keamanan sebagai kemampuan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Lebih lanjut Park dan Kim mengatakan bahwa jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak”.

(Kurtz, 2008) menyatakan bahwa “pelanggan khawatir informasi mengenai diri mereka akan tersedia bagi orang lain tanpa seizin mereka, riset pemasaran mengindikasikan bahwa keamanan privasi adalah kekhawatiran utama dari para pengguna internet dan mungkin dapat menjadi penghalang bagi pertumbuhan perdagangan elektronik”.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa keamanan berperan penting dalam bertransaksi secara online dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keamanan

Menurut (Suryani, 2015) untuk meraih kesuksesan, keamanan memiliki tiga faktor, yaitu :

1) Regulasi dan Kebijakan Untuk Semua Pengguna

Pengguna dalam hal ini adalah mereka yang memiliki kontak kedalam sistem, memiliki akses masing-masing, menggunakan layanan, dengan tingkat berbeda. Yang ditekankan pada regulasi dan kebijakan untuk semua pengguna adalah *Security Awareness* atau kesadaran akan pentingnya keamanan sistem di dalam sebuah layanan (termasuk pada *e-commerce*).

2) Standarisasi Keamanan

Yang harus diperhatikan berkaitan dengan penyediaan keamanan pada *e-commerce* adalah adanya standarisasi keamanan, terutamanya yang diakui secara internasional dan menjadi pedomanan bagi seluruh *e-commerce* di dunia.

3) Keamanan Pada Sistem

Keamanan pada sistem adalah point yang paling banyak dibahas dan diimplementasikan, mengingat aspeknya sangat banyak untuk setiap layer pada jaringan computer, dengan banyak kemungkinan jenis penyerangan, serta beragam kemungkinan solusi penyelesaian di dalamnya.

c. Indikator Keamanan

(Rama, 2008) menyatakan indikator yang digunakan untuk mengukur keamanan konsumen antara lain :

1) Integritas (*Integrity*)

Untuk menjaga keaslian/keutuhan data, sistem harus memiliki kemampuan untuk mendeteksi manipulasi data oleh pihak-pihak yang tidak berhak, antara lain penyisipan, penghapusan dan pensubsitusian data lain kedalam data yang sebenarnya.

2) Nonrepudiasi/Nirpenyangkalan (*Nonrepudiation*)

Ini berhubungan dengan identifikasi/pengenalan, baik secara kesatuan sistem maupun informasi itu sendiri. Dua pihak yang saling berkomunikasi harus saling memperkenalkan diri. Informasi yang dikirimkan melalui kanal harus diautentikasi keaslian, isi datanya, waktu pengiriman, dan lain-lain.

3) Autentikasi (*Authentication*)

Ini berhubungan dengan identifikasi/pengenalan, baik secara kesatuan sistem maupun informasi itu sendiri. Dua pihak yang saling berkomunikasi harus saling memperkenalkan diri. Informasi yang dikirimkan melalui kanal harus diautentikasi keaslian, isi datanya, waktu pengiriman, dan lain-lain.

3. Fitur Layanan

a. Pengertian Fitur Layanan

Dalam pembuatan suatu produk/jasa perlu adanya hal yang istimewa, unik dan hal yang berbeda dari produk yang lain. Fitur atau spesifikasi dalam produk tentunya dapat mewakili keunggulan dari produk itu sendiri. Dari fitur atau spesifikasi dari produk itu sendiri konsumen dapat membedakan dari produk satu dengan produk lainnya.

Menurut (Kotler, 2008). Fitur juga menjadi salah satu penunjang untuk konsumen dalam menggunakan jasa transportasi online tersebut. Semakin banyak fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi transportasi online tersebut, konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan dengan adanya fitur yang dapat memudahkan seseorang dalam melakukan suatu pekerjaannya.

Menurut (sangadji, 2013) fitur adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk/jasa. Karena fitur ini menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk/jasa, maka bagi pemasar tradisional fitur adalah alat kunci untuk mendefensiasikan produk mereka dengan produk pesaing.

Menurut (Suryani, 2013) terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator ketersediaan fitur (*Feature Availability*) suatu sistem *internet banking*, yaitu kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2012) fitur adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa fitur adalah bagian penting dari atribut produk/jasa yang merefleksikan manfaat dan fungsi dari sebuah produk atau jasa. Fitur juga merupakan sesuatu yang istimewa yang diciptakan pada produk/jasa yang tidak terdapat pada produk lain sehingga menjadi pembeda produk/jasa tersebut dengan produk lain dan dapat dijadikan dasar pertimbangan pengambilan keputusan pembelian.

b. Indikator Fitur Layanan

Menurut (Suryani, 2013) terdapat 4 indikator fitur yaitu:

- 1) Kelengkapan Fitur
- 2) Kebutuhan fitur

- 3) Ketertarikan fitur
- 4) Kemudahan dalam penggunaan

Berikut ini adalah penjelasannya:

- 1) Kelengkapan fitur

Adalah tersedianya semua jenis layanan yang ditawarkan untuk dinikmati dan dipakai oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen.

- 2) Kebutuhan fitur

Adalah segala jenis layanan yang dibutuhkan oleh konsumen demi menunjang segala aktivitas dalam sehari-hari.

- 3) Ketertarikan fitur

Adalah arah perhatian terhadap fitur karena merasa tertarik dan adanya kesadaran untuk melaksanakan suatu tindakan untuk mencapai tujuan yang di inginkan oleh konsumen itu sendiri.

- 4) Kemudahan dalam penggunaan

adalah sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan bebas dari kesulitan. Jadi apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya.

4. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Kotler, 2012) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut (Tjiptono, 2012) Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mengandung berbagai macam penafsiran karena kualitas memiliki sejumlah level universal (sama di manapun) kultural (tergantung sistem budaya) sosial (dibentuk oleh kelas sosial ekonomi, kelompok stnis, keluarga dan teman sepergaulan) dan personal (tergantung preferensi atau setiap selera individu). Sedangkan Menurut (Sangadji, 2013) kualitas pelayanan juga mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelaggan.

Jadi kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Implikasinya baik buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa menuhi harapan pelanggan secara konsisten.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut (parasuraman, 2015) terdapat 5 faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) *Reliability* (kehandalan)
Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang tepat dan akurat sehingga langsung dapat dirasakan manfaatnya.
- 2) *Responsiveness* atau responsive
Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan penjelasan yang benar atas pelayanan yang diberikan dan pertanyaan yang dilontarkan oleh pelanggan.
- 3) *Assurance* (jaminan)
Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menumbuhkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pelanggannya.
- 4) *Empathy* (empati)
Kesediaan perusahaan jasa untuk memberikan perhatian secara individual atau perorangan kepada pelanggannya.

5) *Tangibles* (berwujud)

Peralatan atau mesin-mesin yang digunakan dalam melakukan pelayanan cukup modern dan dapat diandalkan.

Sedangkan menurut (Tjiptono, 2012) terdapat delapan faktor paling penting untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan yaitu:

- 1) Kinerja (*performance*)
- 2) Fitur (*features*)
- 3) Reliabilitas
- 4) Konfirmasi (*conformance*)
- 5) Daya tahan (*durability*)
- 6) *Serviceability*
- 7) Estetika (*aesthetics*)
- 8) Persepsi terhadap kualitas

Berikut adalah penjelasannya:

- 1) Kinerja (*performances*) artinya karakteristik operasi dasar dari suatu produk misalnya kecepatan pengiriman paket serta kebersihan tempat sebuah restoran yang dapat konsumen merasa nyaman.
- 2) Fitur (*features*) artinya karakteristik pelengkap khusus yang bisa menambah pengalaman pemakaian produk. Contohnya minum gratis selama penerbangan pesawat.
- 3) Reliabilitas artinya probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka semakin andal produk tersebut.
- 4) Konfirmasi (*conformance*) artinya tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan, misalnya ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan kereta api dan kesesuaian antara ukuran sepatu dengan standart yang berlaku.
- 5) Daya tahan (*durability*) artinya jumlah pemakaian produk sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian

normal yang dimungkinkan semakin besar pula daya tahan produk. Baterai merupakan salah satu contoh produk yang kerap kali menekankan aspek daya tahan sebagai positioning kunci.

- 6) *Serviceability* artinya kecepatan dan kemudahan untuk diresapi serta kompetensi keramah tamahan pelayan staff.
- 7) Estetika (*aesthetics*) menyangkut penampilan produk yang bisa dinilai dengan panca indera (rasa, aroma, suara, dan seterusnya)
- 8) Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*) artinya kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual contohnya mobil BMW, arloji Rolex kemeja Polo, dan peralatan elektronik Sony.

c. Manfaat Dan Tujuan Kualitas Pelayanan

Menurut (Kotler, 2008) manfaat kualitas pelayanan adalah memaksimalkan nilai seumur hidup pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang menguntungkan serta pelanggan yang menguntungkan adalah orang, rumah tangga, atau perusahaan yang sepanjang waktu menghasilkan aliran pendapatan yang melebihi jumlah aliran biaya. Dengan kualitas layanan yang terbaik akan dapat menghasilkan profitabilitas kepada pelanggan ataupun perusahaan. Tujuan dari kualitas pelayanan adalah semata-mata untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan, membangun relasi serta mendapat aliran laba masa depan yang diarpakan sepanjang pembelian seumur hidup pelanggan.

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang diberikan hendaknya pelayanan yang dapat memberikan rasa puas bagi sipenerimanya, layanan tersebut dan pelayanan yang diberikan

kepada pelanggan tersebut dituntut untuk selalu disempurnakan dan ditingkatkan baik mutu ataupun kualitasnya.

Menurut (Tjiptono, 2012) ada lima indikator kualitas pelayanan yaitu:

- 1) Reliabilitas
kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.
- 2) Responsivitas
kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen.
- 3) Jaminan
kemampuan dan keramahan serta sopan santun Perusahaan dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.
- 4) Empati
sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen.
- 5) Bukti Fisik
kualitas pelayanan berupa sarana fisik Perusahaan.

Menurut (Kotler, 2012) Indikator dari Kualitas pelayanan juga ada limayaitu:

- 1) Bukti Fisik
Yaitu penampilan fisik layanan perusahaan, seperti penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, kebersihan, kerapian dan media komunikasi.
- 2) Empati
Yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
- 3) Keandalan
Yaitu kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- 4) Cepat tanggap
Yaitu daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan dan memberikan jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.
- 5) Jaminan
Yaitu kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

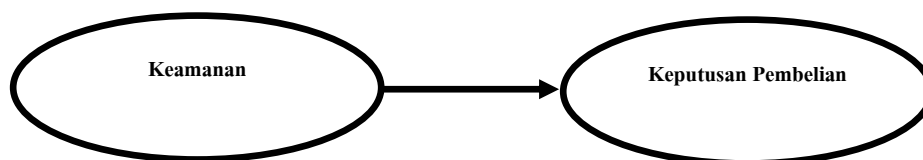
B. Kerangka Konseptual

1. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian

keamanan berperan penting dalam bertransaksi secara online dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak.

(Suryani, 2013) mendefinisikan keamanan sebagai kemampuan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Lebih lanjut Park dan Kim mengatakan bahwa jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alwafi (2016), permatasari (2015) dan Tugiso (2016) menyimpulkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Apabila keamanan lebih di tingkatkan lagi, maka konsumen akan terus melakukan pembelian ulang karena konsumen merasa puas dengan tingkat keamanan yang diberikan. Sehingga konsumen merasa aman dalam melakukan pembelian atau bertransaksi.



Gambar II.2
Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian

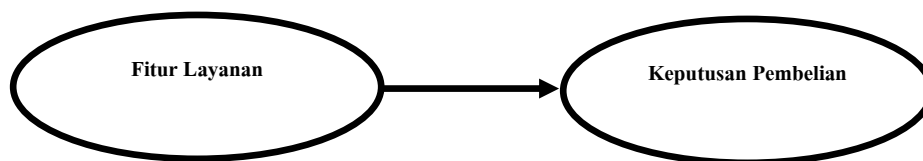
2. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian

Dalam pembuatan suatu produk/jasa perlu adanya hal yang istimewa, unik dan hal yang berbeda dari produk yang lain. Fitur atau spesifikasi dalam produk tentunya dapat mewakili keunggulan dari produk itu sendiri. Dari fitur atau

spesifikasi dari produk itu sendiri konsumen dapat membedakan dari produk satu dengan produk lainnya.

Menurut (Kotler, 2008). Fitur juga menjadi salah satu penunjang untuk konsumen dalam menggunakan jasa transportasi online tersebut. Semakin banyak fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi transportasi online tersebut, konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan dengan adanya fitur yang dapat memudahkan seseorang dalam melakukan suatu pekerjaannya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra (2016), Laheba (2015) dan Octaviyanti (2016) yang menyimpulkan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Jika fitur layanan lebih ditingkatkan kembali dengan cara menambahkan beberapa fitur yang dapat memudahkan konsumen dalam melakukan pekerjaannya, maka keputusan pembelian juga akan meningkat karena konsumen merasa puas atas fitur tambahan yang telah disediakan.



Gambar II.3
Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian

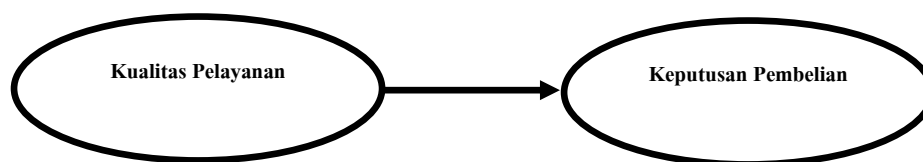
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Implikasinya baik buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Menurut (Tjiptono, 2012) Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas

sendiri mengandung berbagai macam penafsiran karena kualitas memiliki sejumlah level universal (sama di manapun) kultural (tergantung sistem budaya) sosial (dibentuk oleh kelas sosial ekonomi, kelompok stnis, keluarga dan teman sepergaulan) dan personal (tergantung preferensi atau setiap selera individu).

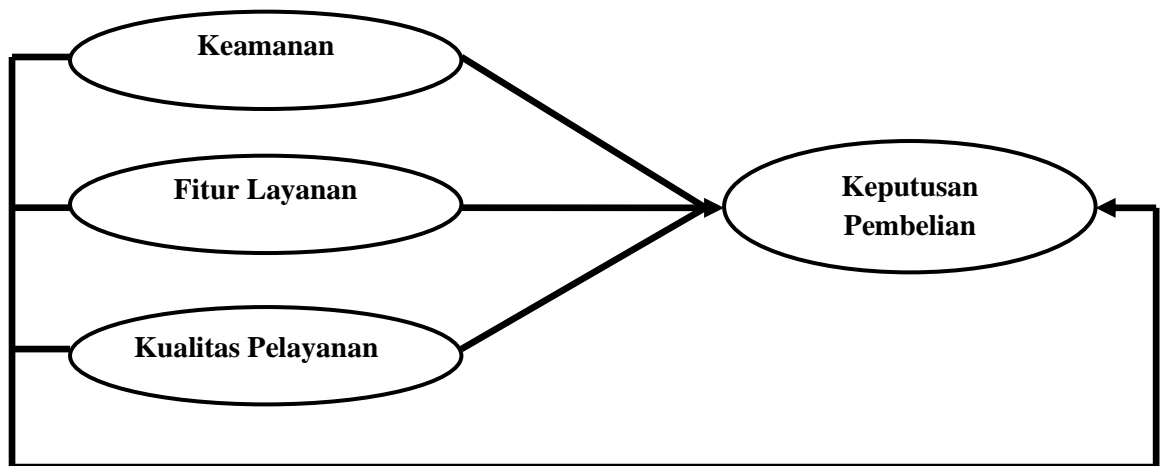
Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Arianty (2015), Gultom (2014) dan adyanto (2018) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen meningkat, maka keputusan pembelian juga akan meningkat karena konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.



Gambar II.4
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

4. Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian adalah keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif (Sangadji, 2013).



Gambar II.5
Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2016) menyatakan bahwa “Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.” oleh sebab itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Sebagai jawaban sementara dari hasil penulis sehubungan dengan permasalahan yang telah dirumuskan, maka hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh keamanan terhadap keputusan menggunakan transportasi online grab bike.
2. Ada pengaruh fitur layanan terhadap keputusan menggunakan transportasi online grab bike.
3. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan transportasi online grab bike.
4. Ada pengaruh keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan transportasi online grab bike.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian asosiatif yaitu penelitian untuk mengetahui hubungan antara dua variabel (atau lebih) tersebut. Di mana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran-ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis.

Penelitian asosiatif menurut (Sugiyono, 2016) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Jenis data penelitian ini berupa laporan data kuantitatif, yaitu berbentuk kaidengan menggunakan instrument formal, standart, bersifat mengukur.

B. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional yang bertujuan memperjelas mempermudah pemahaman terhadap variabel dengan istilah yang digunakan dalam penelitian adapun yang menjadi definisi oprasional dalam penelitian ini meliputi: harga, promosi, kualitas produk dan keputusan pembelian. Untuk lebih jelas penelitian memberikan definisi operasional penelitian sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian adalah keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa,

biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Tabel III.1
Indikator Keputusan Pembelian (Y)

| No. | Indikator |
|-----|------------------------------------------------------|
| 1 | Tujuan dalam membeli sebuah produk |
| 2 | Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek |
| 3 | Kemantapan pada sebuah produk |
| 4 | Memberikan rekomendasi kepada orang lain |
| 5 | Melakukan pembelian ulang |

(Kotler, 2012)

2. Keamanan (X1)

keamanan berperan penting dalam bertransaksi secara online dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak.

Tabel III.2
Indikator Keamanan (X1)

| No. | Indikator |
|-----|------------------------------|
| 1 | Autentikasi |
| 2 | Nonrepadiasi/Nirpenyangkalan |
| 3 | Integritas |

(Rama, 2008)

3. Fitur Layanan (X2)

Dalam pembuatan suatu produk/jasa perlu adanya hal yang istimewa, unik dan hal yang berbeda dari produk yang lain. Fitur atau spesifikasi dalam produk tentunya dapat mewakili keunggulan dair pdouk itu sendiri. Dari fitur atau spesifikasi dari produk itu sendiri konsumen dapat membedakan dari produk satu dengan produk lainnya.

Tabel III.3
Indikator Fitur Layanan (X2)

| No. | Indikator |
|------------|----------------------------|
| 1 | Kelengkapan Fitur |
| 2 | Kebutuhan fitur |
| 3 | Ketertarikan fitur |
| 4 | Kemudahan dalam penggunaan |

(Suryani, 2013)

4. Kualitas Pelayanan (X3)

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Implikasinya baik buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Tabel III.4
Indikator Kualitas Pelayanan (X3)

| No. | Indikator |
|------------|------------------|
| 1 | Reliabilitas |
| 2 | Responsivitas |
| 3 | Jaminan |
| 4 | Empati |
| 5 | Bukti Fisik |

(Tjiptono, 2012)

C. Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian : Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara

Jl. Muchtar Basri No.03, Medan

Waktu Penelitian : Direncanakan Bulan Juni 2019 s/d Oktober 2019

**Tabel III.5
Jadwal Penelitian**

| No | Jenis Kegiatan | Juni 2019 | | | | Juli 2019 | | | | agustus 2019 | | | | September 2019 | | | | Oktober 2019 | | | |
|----|--------------------|--------------|---|---|---|--------------|---|---|---|-----------------|---|---|---|-------------------|---|---|---|-----------------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Pengajuan Judul | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Prariset | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Penyusunan Laporan | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Bimbingan Proposal | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Seminar Proposal | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| 6 | Penyusunan Skripsi | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| 7 | Bimbingan Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | |
| 8 | Sidang Meja Hijau | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek- objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya”. (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FEB UMSU tahun 2016 sampai 2018 sebanyak 4.559 orang.

**Tabel III.6
Jumlah Mahasiswa FEB UMSU (Tahun 2016-2018)**

| | |
|------------|-------|
| MANAJEMEN | 2.639 |
| AKUNTANSI | 1.660 |
| IESP | 160 |
| PERPAJAKAN | 100 |

| | |
|--------|-------|
| Jumlah | 4.559 |
|--------|-------|

Sumber: Biro Administrasi Umum UMSU

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Dari populasi yang ada, ukuran sampel minimum diperoleh dengan menggunakan rumus slovin, maka disusun perhitungan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{4559}{1 + 4559 (0.1)^2} = 98$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan

sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, maksimum 10 %.

Berdasarkan perhitungan Slovin diatas maka, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 responden. Pengambilan sampel ini menggunakan metode *Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *Random sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang

secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. (Sugiyono, 2016).

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah *probability sampling* dengan menggunakan *proportionate stratified random sampling*. Menurut sugiyono (2016, hal. 64) *proportionate stratified random sampling* adalah teknik yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang heterogen (tidak sejenis) dan berstrata secara proporsional. Teknik pengambilan sampel secara *proportionate stratified random sampling* digunakan dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang representatif dengan melihat populasi mahasiswa FEB UMSU yang berstrata, yakni terdiri dari beberapa golongan yang heterogen (tidak sejenis). Sehingga peneliti mengambil sampel dari tiap jurusan yaitu Manajemen, Akuntansi, Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan (IESP) dan D3-Perpajakan dan dari masing-masing jurusan diambil wakilnya sebagai sampel.

untuk menentukan besarnya sampel pada setiap jurusan dilakukan dengan alokasi proporsional agar sampel yang diambil lebih proporsional yaitu dengan cara:

Tabel III.7
Penentuan Strata Sampel

| No | Jurusan | Jumlah Populasi | Jumlah Sampel |
|--------|------------|-----------------|------------------------------|
| 1 | MANAJEMEN | 2.639 | $(2.639/4559)*98 = 57$ Orang |
| 2 | AKUNTANSI | 1.660 | $(1660/4559)*98 = 36$ Orang |
| 3 | IESP | 160 | $(160/4559)*98 = 3$ Orang |
| 4 | PERPAJAKAN | 100 | $(100/4559)*98 = 2$ Orang |
| Jumlah | | 4.559 | 98 Orang |

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Juliandi, 2015) teknik pengumpulan data dalam penelitian ini merupakan cara untuk mengumpulkan data-data yang relevan bagi penelitian. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara/interview

Wawancara adalah dialog secara langsung antara peneliti dengan responden sebagai salah satu cara dalam pengumpulan data yang diperlukan. Wawancara dapat dibedakan menjadi 2 bentuk:

- a. Wawancara terstruktur/terpimpin, ada pedoman wawancara yang disiapkan oleh peneliti.
- b. Wawancara tidak terstruktur/tidak terpimpin, peneliti tidak mempersiapkan pedoman wawancara.

2. Angket/kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan cara membuat daftar pertanyaan secara tertulis yang diajukan kepada responden di objek penelitian. Dengan skala likert dengan bentuk checklist, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi sebagaimana terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel III.8
Skala Pengukuran Likert

| Keterangan | Skor |
|--------------------|-------------|
| Sangat setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Kurang setuju (TS) | 3 |

| | |
|---------------------------|---|
| Tidak setuju (TS) | 2 |
| Sangat tidak setuju (STS) | 1 |

Sumber : Azuar (2015, hal. 71)

F. Teknik Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mampu mengukur apa yang harus diukur. Uji validitas digunakan untuk menguji seberapa cermat suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap butir (corrected item total correlation) yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 24.00 Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} melalui tahapan analisis sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{[n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n \cdot \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$$

(Sugiyono, 2016)

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi antara x dan y

x : variabel bebas (keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan)

y : variabel terikat (Keputusan Pembelian)

n : sampel $\Sigma x =$ jumlah pengamatan variabel x

Hipotesisnya adalah :

- a. $H_1: \rho \neq 0$ [tidak ada korelasi signifikan skor item dengan total skor
(tidak valid)]
- b. Kriteria penerimaan penolakan hipotesisnya adalah sebagai berikut:
- 1) Tolak H_0 jika nilai korelasi adalah positif dan probabilitas yang dihitung $<$ nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (sig.2tailed $<$ α 0,05).
 - 2) Terima H_0 jika nilai korelasi adalah negatif dan atau probabilitas yang dihitung $<$ nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (sig.2tailed $>$ α 0,05).

Tabel III.9
Hasil Uji Validitas

| Item Pernyataan | | R_{hitung} | R_{tabel} | Probabilitas | Keterangan |
|-------------------------------|-----|--------------|-------------|----------------|------------|
| Keputusan Pembelian(Y) | Y1 | 0.316 | 0.199 | 0.002 $<$ 0,05 | Valid |
| | Y2 | 0.675 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | Y3 | 0.361 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | Y4 | 0.707 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | Y5 | 0.453 | 0.199 | 0.001 $<$ 0,05 | Valid |
| | Y6 | 0.491 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | Y7 | 0.673 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | Y8 | 0.232 | 0.199 | 0.022 $<$ 0,05 | Valid |
| | Y9 | 0.544 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | Y10 | 0.529 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| Keamanan (X1) | X1 | 0.481 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | X2 | 0.402 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | X3 | 0.744 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | X4 | 0.552 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | X5 | 0.745 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | X6 | 0.798 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | X7 | 0.430 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | X8 | 0.302 | 0.199 | 0.002 $<$ 0,05 | Valid |
| | X9 | 0.798 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | X10 | 0.402 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| Fitur Layanan (X2) | X1 | 0.364 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | X2 | 0.301 | 0.199 | 0.003 $<$ 0,05 | Valid |
| | X3 | 0.407 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |
| | X4 | 0.698 | 0.199 | 0.000 $<$ 0,05 | Valid |

| | | | | | |
|--------------------------------|-----|-------|-------|--------------|-------|
| | X5 | 0.364 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| | X6 | 0.418 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| | X7 | 0.680 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| | X8 | 0.273 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| | X9 | 0.445 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| | X10 | 0.541 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| Kualitas Pelayanan (X3) | X1 | 0.547 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| | X2 | 0.272 | 0.199 | 0.007 < 0,05 | Valid |
| | X3 | 0.503 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| | X4 | 0.604 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| | X5 | 0.549 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| | X6 | 0.508 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| | X7 | 0.360 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| | X8 | 0.533 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| | X9 | 0.563 | 0.199 | 0.000 < 0,05 | Valid |
| | X10 | 0.249 | 0.199 | 0.013 < 0,05 | Valid |

Data Diolah SPSS 24.00

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala-gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji reabilitas dilakukan terhadap pertanyaan yang telah valid. Rumus yang dipakai adalah untuk menguji reabilitas dalam penelitian adalah *cronbarch alpha* yang penyelesaiannya dilakukan dengan membandingkan antara r_{alpha} dan r_{tabel} .

Reabilitas merupakan adanya ketepatan data yang didapat dari waktu ke waktu. Reabilitas berkenaan dengan tingkat keandalan suatu instrument penelitian tersebut. Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrument/indikator yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel.

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum \sigma b^2}{\sigma i^2} \right]$$

(Juliandi, 2015)

Keterangan :

r = Reliabilitas instrument

k = banyaknya

 $\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir σi^2 = varians total

Tabel III.10
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach Alpha | R _{tabel} | Keterangan |
|-------------------------|----------------|--------------------|------------|
| Keputusan Pembelian (Y) | 0,714 | 0,60 | Reliabel |
| Keamanan(X1) | 0,781 | 0,60 | Reliabel |
| Fitur Layanan(X2) | 0,636 | 0,60 | Reliabel |
| Kualitas Pelayanan (X3) | 0,674 | 0,60 | Reliabel |

G. Teknik analisis Data

Menurut(Sugiyono, 2016) “Analisis data tahapandalam proses peneliandengantujuanmenginvestigasi, mentransformasi, menggunakan pola-polagejalasosial yang di teliti agar laporanpenelitian dapat menunjukkan informasi, simpulan dan atau menyediakan rekomendasi untuk pembuat kebijakan”. Berikut ini adalah teknik analisis data yang akan dilakukan di dalam penelitian ini.

1. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

(Sugiyono, 2016)

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta

x_1 = Keamanan

x_2 = Fitur layanan

x_3 = Kualitas pelayanan

2. Uji Asumsi Klasik

Hipotesis memerlukan uji asumsi klasik, karena model analisis yang dipakai adalah regresi linear berganda. Asumsi klasik yang dimaksud terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan data distribusi yang mendekati distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal.

Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya, Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi standar normalitas, jika data menyebar

jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas, (Sugiyono, 2016)

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lainnya dalam suatu model regresi, atau untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara sesama variabel independen Uji Multikolinieritas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan, Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,01 dan untuk VIF kurang dari 10, (Sugiyono, 2016).

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya ketidaksamaan varian dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut heterokedastisitas. Uji untuk mengetahui heterokedastisitas ini melihat penyebaran dari *variance residual* pada diagram pencar. Bila pada diagram titik-titik yang ada menyebar secara acak atau tidak membentuk pola yang jelas maka ini menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi. Sehingga model regresi layak dipakai untuk diprediksi pengaruh struktur model berdasarkan masukan dari variabel bebasnya.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel Keamanan, Fitur layanan dan kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian, maka digunakan uji t:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

(Sugiyono, 2016)

t_{hitung} = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0 = 0$, artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

$H_a = \rho \neq 0$, artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

1) kriteria pengambilan keputusan

H_a diterima jika $-t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq t_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$, $df = n-k$

H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$

2) Kriteria Pengujian

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terhadap pengaruh antara variabel bebas (Keamanan, fitur layanan, kualitas pelayanan) dengan variabel terikat (Keputusan pembelian).

- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terhadap pengaruh antara variabel bebas (Keamanan, fitur layanan, kualitas pelayanan) dengan variabel terikat (Keputusan pembelian).



Gambar III.1
Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t

b. Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan secara serentak apakah variabel bebas atau dependent variabel (X_i), mempunyai pengaruh yang positif atau negatif, serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependent variabel (Y). Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi ganda dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$Fh = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

(Sugiyono, 2016)

Dimana :

Fh = nilai f hitung

R = koefisien korelasi ganda

K = jumlah variabel independen

N = jumlah anggota sampel

- 1) Bentuk pengujiannya adalah :

H_0 : $b = 0$ tidak ada hubungan yang signifikan variabel X_1 dan variabel X_2

secara bersama-sama terhadap variabel Y.

$H_a : b \neq 0$ terdapat hubungan yang signifikan variabel X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap variabel Y.

2) Kriteria pengambilan keputusan

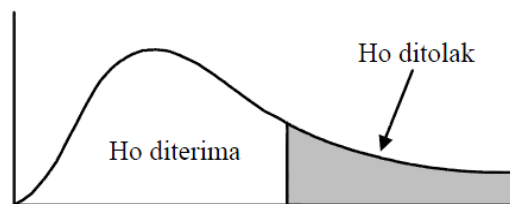
H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$

H_0 di terima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} > -F_{tabel}$

3) Kriteria Pengujian

a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terhadap pengaruh antara variabel bebas (X1, X2 dan X3) dengan variabel terikat (Y).

b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terhadap pengaruh antara variabel bebas (X1, X2 dan X3) dengan variabel terikat (Y).



Gambar III.2
Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F

4. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (Keamanan, Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan) dalam menerangkan variabel dependen (Keputusan Pembelian). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin kecil (mendekati nol) berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas atau memiliki pengaruh yang kecil. Dan jika nilai R^2 semakin besar (mendekati satu).

$$D = R^2 \times 100\%$$

(Sugiyono, 2016)

Dimana :

D = koefisien determinasi

R^2 = koefisien variabel Keamanan, Fitur Layanan, Kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

100% = persentase kontribusi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengolah data angket dalam bentuk data yang terdiri dari 10 pernyataan untuk variabel keputusan pembelian (Y), 10 pernyataan untuk variabel keamanan (X1), 10 pernyataan untuk variabel fitur layanan (X2), dan 10 pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan (X3). Angket yang disebar ini diberikan kepada 98 Mahasiswa FEB UMSU. responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan skala likert berbentuk tabel ceklis.

a) Jenis Kelamin

Tabel IV.1
Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | | | | | |
|----------------------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | laki-laki | 50 | 51.0 | 51.0 | 51.0 |
| | perempuan | 48 | 49.0 | 49.0 | 100.0 |
| | Total | 98 | 100.0 | 100.0 | |

Data Diolah SPSS 24.00

Dari tabel IV. 1 diatas bisa dilihat bahwa persentase responden terdiri dari 50 (51%) orang laki-laki dan sebanyak 48 (49%) orang perempuan. Bisa di tarik kesimpulan bahwa yang menjadi mayoritas responden adalah laki-laki.

b) Semester

Tabel IV.2
Semester

| Semester | | | | | |
|-----------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | semester 3 | 11 | 11.2 | 11.2 | 11.2 |
| | Semester 5 | 16 | 16.3 | 16.3 | 27.6 |

| | | | | | |
|--|------------|----|-------|-------|-------|
| | Semester 7 | 15 | 15.3 | 15.3 | 42.9 |
| | Semester 9 | 56 | 57.1 | 57.1 | 100.0 |
| | Total | 98 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Hasil SPSS 24.00

Dari tabel IV.2 diatas bisa dilihat bahwa persentase responden dari semester terdiri dari 11 (21,2%) mahasiswa semester 3, sebanyak 16 (16,3%) mahasiswa semester 5, sebanyak 15 (15,3%) mahasiswa semester 7, dan sebanyak 56 (57,1%) mahasiswa semester 9. Bisa di tarik kesimpulan bahwa yang menjadi mayoritas responden dari mahasiswa adalah mahasiswa semester 9.

c) Seberapa Sering Menggunakan Grab Bike

Tabel IV.3
Seberapa Sering Menggunakan Grab Bike

| seberapa sering menggunakan jasa grab bike | | | | | |
|--------------------------------------------|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | satu kali | 40 | 40.8 | 40.8 | 40.8 |
| | lebih dari 1 kali | 58 | 59.2 | 59.2 | 100.0 |
| | Total | 98 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Hasil SPSS 24.00

Dari tabel IV.3 diatas bisa dilihat bahwa persentase responden dari seberapa sering menggunakan grab bike terdiri dari 40 (40,8%) mahasiswa yang menggunakan grab bike hanya satu kali, dan sebanyak 58 (59,2%) orang mahasiswa yang menggunakan jasa grab bike lebih dari satu kali. Bisa di tarik kesimpulan bahwa yang menjadi mayoritas responden dari seberapa sering menggunakan grab bike adalah lebih dari satu kali.

d) Persentase Jawaban Responden

Tabel IV.4
Kriteria Jawaban Responden

| Kriteria | Keterangan |
|----------|---------------|
| SS | Sangat Setuju |
| S | Setuju |

| | |
|-----|---------------------|
| KS | Kurang Setuju |
| TS | Tidak Setuju |
| STS | Sangat Tidak Setuju |

Dibawah ini akan dilampirkan persentase jawaban dari setiap pernyataan yang telah disebarkan kepada responden.

e) Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian

Tabel IV.5

Skor Angket Untuk Variabel Keputusan pembelian (Y)

| Alternarif Jawaban | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|----|------|----|------|----|------|----|-----|-----|-----|--------|-----|
| No. Per | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | Jumlah | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1. | 12 | 12,2 | 52 | 53,1 | 26 | 26,5 | 8 | 8,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 2. | 45 | 45,9 | 25 | 25,5 | 26 | 26,5 | 2 | 2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 3. | 13 | 13,3 | 51 | 52 | 27 | 27,6 | 1 | 1 | 6 | 6,1 | 98 | 100 |
| 4. | 51 | 52 | 23 | 23,5 | 18 | 18,4 | 6 | 6,1 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 5. | 10 | 10,2 | 43 | 43,9 | 39 | 39,8 | 6 | 6,1 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 6. | 41 | 41,8 | 28 | 28,6 | 22 | 22,4 | 3 | 3,1 | 4 | 4,1 | 98 | 100 |
| 7. | 55 | 56,1 | 19 | 19,4 | 16 | 16,3 | 8 | 8,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 8. | 14 | 14,3 | 54 | 55,1 | 21 | 21,4 | 9 | 9,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 9. | 46 | 46,9 | 25 | 25,5 | 19 | 19,4 | 3 | 3,1 | 5 | 5,1 | 98 | 100 |
| 10. | 15 | 15,3 | 45 | 45,9 | 33 | 33,7 | 0 | 0 | 5 | 5,1 | 98 | 100 |

Hasil SPSS 24.00

- 1) Jawaban responden Grab bike menawarkan pelayanan jasa yang sesuai dengan keinginan saya. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 53,1%.

- 2) Jawaban responden Saya senang menggunakan jasa grab bike karena selalu sampai ke lokasi tujuan dengan tepat waktu. Mayoritas responden menjawab Sangat Setuju yaitu sebesar 45,9%.
- 3) Jawaban responden tentang Saya senang menggunakan jasa grab bike dibandingkan jasa ojek online lainnya. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 52%.
- 4) Jawaban responden tentang Saya menggunakan grab bike karena harganya yang murah dibandingkan dengan yang lain. Mayoritas responden menjawab Sangat Setuju yaitu sebesar 52%.
- 5) Jawaban responden tentang Setiap melakukan transaksi, grab akan memberikan point kepada pelanggan yang bisa ditukarkan. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 43,9%.
- 6) Jawaban responden tentang Saya menggunakan grab bike karena grab bike selalu ada potongan harga. Mayoritas responden menjawab Sangat Setuju yaitu sebesar 41,8%.
- 7) Jawaban responden tentang Saya merasa puas dengan pelayanan grab dari segi grab food, karena selalu mengantarkan pesanan dengan cepat. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 56,1%.
- 8) Jawaban responden tentang Driver grab bike selalu mengutamakan keselamatan penumpangnya dibandingkan kecepatan. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 55,1%.
- 9) Jawaban responden Saya merasa senang dengan grab bike karena memiliki driver yang sopan dan ramah. Mayoritas responden menjawab Sangat Setuju yaitu sebesar 46,9%.

10) Jawaban responden tentang grab bike selalu mengutamakan kualitas pelayanan dan keluhan dari pelanggan. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 45,9%.

f) Frekuensi Jawaban Variabel Keamanan

Tabel IV.6
Skor Angket Untuk Variabel Keamanan (X1)

| Alternarif Jawaban | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|----|------|----|------|----|------|----|------|-----|-----|--------|-----|
| No. Per | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | Jumlah | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1. | 11 | 11,2 | 54 | 55,1 | 27 | 27,6 | 0 | 0 | 6 | 6,1 | 98 | 100 |
| 2. | 10 | 10,2 | 43 | 43,9 | 39 | 39,8 | 6 | 6,1 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 3. | 47 | 48 | 23 | 23,5 | 20 | 20,4 | 8 | 8,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 4. | 14 | 14,3 | 45 | 50 | 28 | 28,6 | 1 | 1 | 6 | 6,1 | 98 | 100 |
| 5. | 48 | 49 | 23 | 23,5 | 19 | 19,4 | 8 | 8,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 6. | 53 | 54,1 | 20 | 20,4 | 16 | 16,3 | 9 | 9,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 7. | 15 | 15,3 | 58 | 59,2 | 15 | 15,3 | 10 | 10,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 8. | 15 | 15,3 | 59 | 60,2 | 14 | 14,3 | 10 | 10,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 9. | 53 | 54,1 | 20 | 20,4 | 16 | 16,3 | 9 | 9,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 10. | 10 | 10,2 | 43 | 43,9 | 39 | 39,8 | 6 | 6,1 | 0 | 0 | 98 | 100 |

Hasil SPSS 24.00

- 1) Jawaban responden tentang Saya merasa Aman membagi informasi pribadi saya ke grab bike. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 55,1%.
- 2) Jawaban responden Saya merasa driver grab bike selalu memberikan standart keamanan seperti helm yang layak pakai. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 43,9%.

- 3) Jawaban responden tentang Saya merasa menggunakan grab bike dan melakukan transaksi dilindungi. Mayoritas responden menjawab Sangat Setuju yaitu sebesar 48%.
- 4) Jawaban responden tentang Saya yakin grab bike dapat menjaga informasi pribadi saya. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 50%.
- 5) Jawaban responden tentang Saya yakin grab bike menawarkan keamanan yang cukup. Mayoritas responden menjawab Sangat Setuju yaitu sebesar 49%.
- 6) Jawaban responden tentang driver grab bike tidak pernah ugal-ugalan dalam berkendara. Mayoritas responden menjawab Sangat Setuju yaitu sebesar 54,1%.
- 7) Jawaban responden tentang Saya yakin driver grab bike selalu mengutamakan keselamatan pelanggannya. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 59,2%.
- 8) Jawaban responden tentang Pada saat saya memesan jasa grab bike, pengemudi grab bike memberikan pesan kepada saya apabila telah sampai ditempat. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 60,2%.
- 9) Jawaban responden tentang Dalam berkendara, driver selalu mengikuti peraturan lalu lintas yang ada. Mayoritas responden menjawab Sangat Setuju yaitu sebesar 54,1%.
- 10) Jawaban responden tentang Pengemudi grab bike terampil dalam mengemudikan kendaraannya. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 43,9%.

g) Frekuensi Jawaban Variabel Fitur Layanan

Tabel IV.7
Skor Angket Untuk Variabel Fitur layanan (X2)

| Alternarif Jawaban | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|-----------|----------|----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|------------|----------|---------------|----------|
| No. Per | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | Jumlah | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1. | 10 | 10,2 | 43 | 43,9 | 39 | 39,8 | 6 | 6,1 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 2. | 15 | 15,3 | 52 | 53,1 | 21 | 21,4 | 10 | 10,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 3. | 13 | 13,3 | 51 | 52 | 27 | 27,6 | 1 | 1 | 6 | 6,1 | 98 | 100 |
| 4. | 51 | 52 | 23 | 23,5 | 18 | 18,4 | 6 | 6,1 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 5. | 10 | 10,2 | 43 | 43,9 | 39 | 39,8 | 6 | 6,1 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 6. | 41 | 41,8 | 28 | 28,6 | 22 | 22,4 | 3 | 3,1 | 4 | 4,1 | 98 | 100 |
| 7. | 55 | 56,1 | 19 | 19,4 | 16 | 16,3 | 8 | 8,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 8. | 14 | 14,3 | 54 | 55,1 | 21 | 21,4 | 9 | 9,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 9. | 46 | 46,9 | 25 | 25,5 | 19 | 19,4 | 3 | 3,1 | 5 | 5,1 | 98 | 100 |
| 10. | 15 | 15,3 | 45 | 45,9 | 33 | 33,7 | 0 | 0 | 5 | 5,1 | 98 | 100 |

1) Jawaban responden tentang Fitur yang tawarkan oleh grab bike lengkap.

Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 43,9%.

2) Jawaban responden tentang Fitur yang dimiliki grab bike beragam dan unik. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 53,1%.

3) Jawaban responden tentang Saya menggunakan grab karena fitur-fitur yang ada didalam grab tersebut dapat memenuhi kebutuhan saya. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 52%.

4) Jawaban responden tentang Saya menggunakan grab karena dapat mempermudah saya dalam kegiatan saya sehari-hari. Mayoritas responden menjawab Sangat Setuju yaitu sebesar 52%.

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|----|------|----|------|----|------|----|------|---|-----|----|-----|
| 1. | 8 | 8,2 | 59 | 60,2 | 19 | 19,4 | 12 | 12,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 2. | 12 | 12,2 | 52 | 53,1 | 26 | 26,5 | 8 | 8,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 3. | 2 | 2 | 54 | 55,1 | 25 | 25,5 | 17 | 17,3 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 4. | 29 | 29,5 | 52 | 53,1 | 14 | 14,3 | 3 | 3,1 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 5. | 36 | 36,7 | 36 | 36,7 | 21 | 21,4 | 5 | 5,1 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 6. | 20 | 20,4 | 47 | 48 | 29 | 29,6 | 0 | 0 | 3 | 3,1 | 98 | 100 |
| 7. | 44 | 44,9 | 26 | 26,5 | 26 | 26,5 | 2 | 2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 8. | 56 | 57,1 | 17 | 17,3 | 16 | 16,3 | 9 | 9,2 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 9. | 10 | 10,2 | 58 | 59,2 | 13 | 13,3 | 17 | 17,3 | 0 | 0 | 98 | 100 |
| 10. | 51 | 52 | 21 | 21,4 | 20 | 20,4 | 2 | 2 | 4 | 4,1 | 98 | 100 |

Data SPSS 24.00

- 1) Jawaban responden tentang Grab bike menunjukkan kesungguhannya dalam menangani masalah pelanggan. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 60,2%.
- 2) Jawaban responden tentang Saya menggunakan grab bike karena mampu mengantarkan saya ke tempat tujuan dengan selamat. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 53,1%.
- 3) Jawaban responden tentang *Driver* mengonfirmasi orderan dengan menghubungi pelanggan, untuk memastikan pesanan di tempat. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 55,1%.
- 4) Jawaban responden tentang *Driver* segera datang setelah menerima pesanan melalui aplikasi. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 53,1%.

- 5) Jawaban responden tentang *Driver* dapat mengemudikan sepeda motornya dengan baik. Mayoritas responden menjawab Sangat Setuju dan Setuju yaitu sebesar 36,7%.
- 6) Jawaban responden tentang *Driver* mempunyai pengetahuan mengenai informasi jalan/alamat yang akan dituju. Mayoritas responden menjawab Sangat Setuju yaitu sebesar 48%.
- 7) Jawaban responden tentang *Driver* sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan. Mayoritas responden menjawab Sangat Setuju yaitu sebesar 44,9%.
- 8) Jawaban responden tentang *Driver* memberitahukan cara menggunakan helm yang benar kepada pelanggan. Mayoritas responden menjawab Sangat Setuju yaitu sebesar 57,1%.
- 9) Jawaban responden tentang *Driver* memberikan helm dan masker kepada pelanggan. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 59,2%.
- 10) Jawaban responden tentang Kendaraan yang digunakan driver layak untuk digunakan. Mayoritas responden menjawab Setuju yaitu sebesar 52%.

2. Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

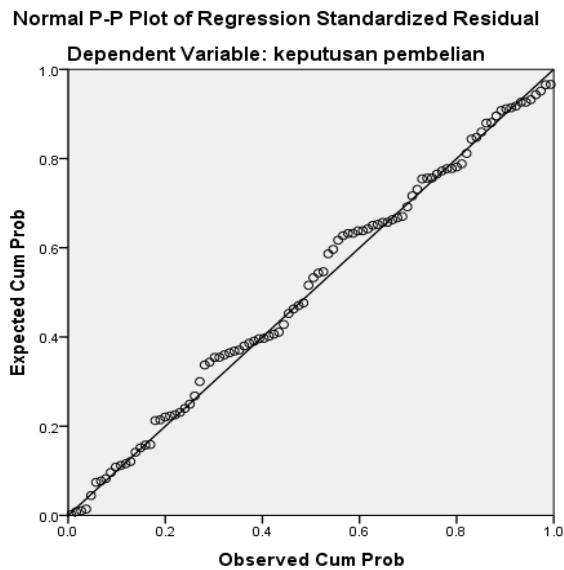
Dalam regresi linier berganda yang dikenal dengan beberapa asumsi klasik regresi berganda atau dikenal dengan BLUE (*Best Linear Unbias Estimation*). Pengujian asumsi klasik secara sederhana bertujuan untuk mengidentifikasi apakah model regresi merupakan model yang baik atau tidak. Ada beberapa pengujian asumsi klasik secara sederhana bertujuan untuk mengidentifikasi apakah model regresi merupakan yang baik atau tidak. Ada beberapa pengujian asumsi klasik tersebut yakni:

- 1) Normalitas
- 2) Multikolinearitas

3) Heterokedastistas

1) Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variable dependent dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar IV.1

Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar IV.1 di atas dapat dilihat bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal artinya data antara variabel dependen dan variabel independennya memiliki hubungan atau distribusi yang normal atau memenuhi uji asumsi normalitas.

Adapun pengujian normalitas data dengan menggunakan cara kolmogorov smirnov. Kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, maka dapat dilihat pada nilai probabilitasnya. Data adalah normal, jika nilai kolmogorov smirnov adalah tidak signifikan ($Asymp. Sig (2-tailed) > \alpha 0,05$).

Tabel IV.9

Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov)

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | |
|------------------------------------|-------------------------|
| | Unstandardized Residual |

| | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------|
| N | | 98 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | ,77688817 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,118 |
| | Positive | ,118 |
| | Negative | -,074 |
| Test Statistic | | ,118 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,080 ^c |
| <p>a. Test distribution is Normal.</p> <p>b. Calculated from data.</p> <p>c. Lilliefors Significance Correction.</p> | | |

Hasil Data SPSS 24.00

Berdasarkan Tabel IV.9 di atas dapat dilihat bahwa data dari hasil SPSS 24.00 menunjukkan nilai dari Asymp. Sig. (2-tailed) 0,080 yang berarti nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu sebesar $0,080 > \text{Sig } 0,05$. Artinya data antara variabel dependen dan variabel independennya memiliki hubungan atau distribusi yang normal atau memenuhi uji asumsi normalitas.

2) Multikolineritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi diantaranya variabel bebas, dengan ketentuan:

- a) Bila *Tolerance* $< 0,1$ atau sama dengan $VIF > 10$ maka terdapat masalah multikolinearitas yang serius.

- b) Bila *Tolerance* > 0,1 atau sama dengan *VIF* < 10 maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Dengan SPSS versi 24.00 maka dapat diperoleh hasil uji multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel IV.10

Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients^a | | | |
|---------------------------------|--------------------|-------------------------|-------|
| Model | | Collinearity Statistics | |
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | Keamanan | .531 | 1.883 |
| | fitur layanan | .527 | 1.898 |
| | Kualitas pelayanan | .702 | 1.424 |

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Hasil Data SPSS 24.00

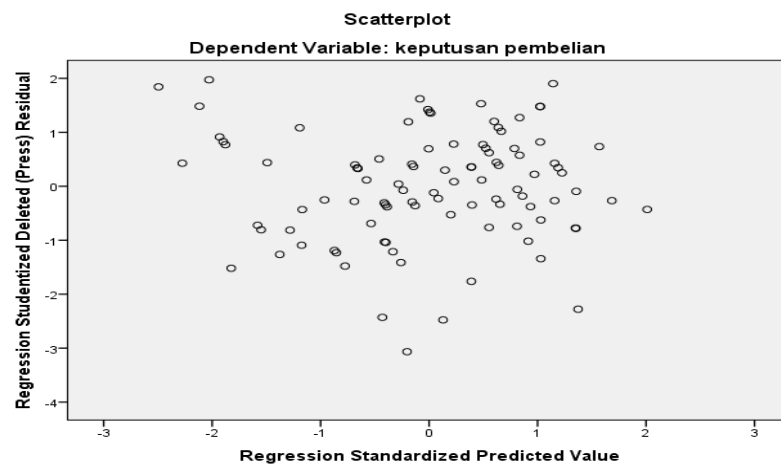
Berdasarkan tabel IV.10 diatas dapat diketahui bahwa nilai *VarianceInflation Factor* (VIF) untuk variabel Keamanan (X_1) sebesar 1,883, variabel fitur layanan (X_2) 1,898 dan variabel kualitas pelayanan (X_3) sebesar 1,424. Dari masing-masing variabel independen memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai 10. Demikian juga nilai *Tolerance* pada variabel Keamanan (X_1) sebesar 0,531, variabel fitur layanan (X_2) sebesar 0,527 dan variabel kualitas pelayanan (X_3) sebesar 0,702. Dari masing-masing variabel nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independen yang di indikasikan dari nilai *tolerance* setiap variabel independen lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi penelitian ini, analisis yang dilakukan adalah dengan metode informal. Metode informal dalam pengujian heterokedastisitas yakni metode grafik dan metode *Scatterplot*. Dasar analisis yaitu sebagai berikut:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik membentuk suatu pola yang teratur maka telah terjadi heterokedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar tidak teratur, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Dengan SPSS versi 24.00 maka dapat diperoleh hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut:



Gambar IV.2
Hasil Uji Heterokedastisitas

b. Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda yang digunakan adalah keputusan pembelian sebagai variabel dependen, keamanan, fitur layanan, dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen. Dimana analisis berganda berguna untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel dependen terhadap variabel independen. Berikut hasil pengelolaan data dengan menggunakan SPSS versi 24.00.

Tabel IV.11

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.207 | 1.610 | | 1.993 | .049 |

| | | | | | |
|--------------------------------------------|------|------|------|--------|------|
| Keamanan | .090 | .038 | .117 | 2.335 | .022 |
| fitur layanan | .919 | .049 | .955 | 18.914 | .000 |
| Kualitas pelayanan | .101 | .043 | .101 | 2.314 | .023 |
| a. Dependent Variable: Keputusan pembelian | | | | | |

Hasil SPSS 24.00

Dari tabel IV.11 diatas diketahui nilai-nilai sebagai berikut:

- 1) Konstanta = 3,207
- 2) Keamanan= 0,090
- 3) Fitur layanan = 0,919
- 4) Kualitas pelayanan = 0,101

Hasil tersebut dimasukkan kedalam persamaan regresi linier berganda sehingga diketahui persamaan berikut;

$$Y = 3,207 + 0,090X_1 + 0,919X_2 + 0,101X_3$$

Keterangan:

- 1) Konstanta sebesar 3,207 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan dianggap konstan maka keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU akan meningkat sebesar 3,207.
- 2) Keamanan sebesar 0,090 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa apabila Keamanan mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,090 dengan asumsi variabel fitur layanan dan kualitas pelayanan dianggap konstan.
- 3) Fitur layanan sebesar 0,919 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa apabila fitur layanan mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh

kenaikkan keputusan pembelian 0,919 dengan asumsi variabel keamanan dan kualitas pelayanan dianggap konstan.

- 4) Kualitas pelayanan sebesar 0,101 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh kenaikan keputusan pembelian 0,101 dengan asumsi variabel keamanan dan fitur layanan dianggap konstan.

c. Pengujian Hipotesis

1) Uji t (Uji Parsial)

Untuk t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Alasan lain uji t dilakukan yaitu untuk menguji apakah variabel bebas secara individual terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$t = r \frac{n - 2}{1 - r^2}$$

Dimana :

t = nilai t hitung

r = koefisien korelasi

n = banyaknya pasangan rank

Bentuk pengujian:

- a) $H_0: r_s = 0$, artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas

(X) dan variabel terikat (Y).

- b) $H_a: r_s \neq 0$, artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X)

dan variabel terikat (Y).

Kriteria pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- a. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka H_0 ditolak karena adanya korelasi yang signifikan antara variabel x dan y.

- b. Bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$, maka H_0 diterima karena tidak adanya korelasi yang signifikan antara variabel x dan y.

Berdasarkan hasil pengelolaan data dengan SPSS versi 24.00 maka diperoleh hasil uji statistik t sebagai berikut:

Tabel IV.12
Hasil Uji Statistik t (Uji Parsial)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.207 | 1.610 | | 1.993 | .049 |
| | Keamanan | .090 | .038 | .117 | 2.335 | .022 |
| | fitur layanan | .919 | .049 | .955 | 18.914 | .000 |
| | Kualitas pelayanan | .101 | .043 | .101 | 2.314 | .023 |

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Data SPSS 24.00

Hasil pengujian statistik pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Pengaruh Keamanan(X1) Terhadap Keputusan pembelian (Y)

Bedasarkan tabel IV.12 diatas diperoleh t hitung untuk variabel keamanan sebesar 2,335 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan $dk = n-2$ ($98-2= 96$), di peroleh t tabel 1,985. Jika t hitung $>$ t tabel maka didapat pengaruh yang signifikan antara X1 dan Y, demikian juga sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara X1 dan Y, didalam hal ini t-hitung = 2,335 $>$ t

tabel =1,985. Ini berarti terdapat pengaruh antara Keamanan dengan keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU.

Selanjutnya terlihat pula nilai probabilitas t yakni sig adalah 0,000 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,022 \leq 0,05$, sehingga H_0 di tolak ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara Keamanan dengan keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU.

b) Pengaruh Fitur layanan (X2) Terhadap Keputusan pembelian (Y)

Bedasarkan tabel IV.12 diatas diperoleh t hitung untuk variable fitur layanan sebesar 18,914 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan $dk = n-2$ ($98-2= 96$), di peroleh t tabel 1,985. Jika t hitung $>$ t tabel maka didapat pengaruh yang signifikan antara X2 dan Y, demikian juga sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara X2 dan Y, didalam hal ini t-hitung = 18,914 $>$ t-tabel = 1,985. Ini berarti terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU.

Selanjutnya terlihat pula nilai probabilitas t yakni sig adalah 0,000 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 di tolak ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara fitur layanan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU.

c) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan pembelian (Y)

Bedasarkan tabel IV.12 diatas diperoleh t hitung untuk variable fitur layanan sebesar 2,314 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan $dk = n-2$ ($98-2= 96$), di peroleh t tabel 1,985. Jika t hitung $>$ t tabel maka didapat pengaruh yang signifikan antara X2 dan Y, demikian juga sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara X2 dan Y, didalam hal ini t-hitung = 2,314 $>$ t-tabel = 1,985. Ini berarti terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU.

Selanjutnya terlihat pula nilai probabilitas t yakni sig adalah 0,023 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,023 < 0,05$, sehingga H_0 di tolak ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU.

2) Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau juga disebut uji signifikan serentak dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu Keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan untuk dapat atau menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Uji F juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS versi 24.00, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel IV.13
Hasil Uji F (Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1386.503 | 3 | 462.168 | 216.691 | .000 ^b |
| | Residual | 200.487 | 94 | 2.133 | | |
| | Total | 1586.990 | 97 | | | |
| a. Dependent Variable: keputusan pembelian | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, keamanan, fitur layanan | | | | | | |

Data SPSS 24.00

Dari tabel IV. 13 diatas bisa dilihat bahwa nilai f adalah 216,691, kemudian nilai sig nya adalah 0,000

- a. Bila $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $-f_{hitung} < -f_{tabel}$, maka H_0 ditolak karena adanya korelasi yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 dengan Y.
- b. Bila $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ atau $-f_{hitung} \geq -f_{tabel}$, maka H_0 diterima karena tidak adanya korelasi yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 dengan Y.

Taraf signifikan yang digunakan adalah 5%, uji dua pihak dan $dk=n-k-1$

Berdasarkan tabel IV.13 diatas diperoleh f hitung untuk variabel Keamanan, fitur layanan, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian sebesar 216,691 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan $dk = n-k-1$ ($98-3-1=94$), di peroleh f tabel 3,09. Jika f hitung $>$ f tabel maka didapat pengaruh yang signifikan antara X_1 dan X_2 terhadap Y, demikian juga sebaliknya jika f hitung $<$ f tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara X_1 dan X_2 terhadap Y, didalam hal ini f hitung = 216,691 $>$ f tabel = 3,09. Ini berarti pengaruh positif

antaraKeamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelianpada Mahasiswa FEB UMSU.

Selanjutnya terlihat pula nilai probabilitas f yakni sig adalah 0,000 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig 0,000 $< \alpha$ 0,05, sehingga H_0 di tolak ini berarti ada pengaruh positif yang signifikan antara Keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelianpada Mahasiswa FEB UMSU.

d. Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen dan variabel dependen yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%). Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase Keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian maka dapat diketahui melalui uji determinasi.

Tabel IV.14

Hasil Uji Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .935 ^a | .874 | .870 | 1.46043 |
| a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, fitur layanan, Keamanan | | | | |
| b. Dependent Variable: keputusan pembelian | | | | |

Hasil SPSS 24.00

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,935 atau 93,5% yang berarti bahwa hubungan antara keputusan pembelian dengan variabel bebasnya, yaitu Keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan adalah erat. Pada nilai *R-Square* dalam penelitian ini sebesar 0,874 yang berarti 87,4% variasi dari keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel bebas yaitu Keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 12,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai *AdjustedR-Square* (R^2) atau koefisien determinasi dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,870 yang berarti 87% keputusan pembelian Mahasiswa FEB UMSU dapat dijelaskan oleh Keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan. Sedangkan 13% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kemudian *standard error of the estimated* artinya mengukur variabel dari nilai yang diprediksi. *Standard error of the estimated* disebut juga standar diviasi. *Standard error of the estimated* dalam penelitian ini adalah sebesar 1,46043 dimana semakin kecil standar deviasi berarti model semakin baik dalam memprediksi keputusan pembelian.

B. Pembahasan

Analisis hasil temuan penelitian ini adalah analisis terhadap kesesuaian teori, pendapat, maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya serta pola perilaku yang harus dilakukan untuk mengatasi hal tersebut. Berikut ini ada tiga (3) bagian utama yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian diatas antara Keamanan terhadap komitmen Mahasiswa FEB UMSU t_{hitung} sebesar 2,335 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,985 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,022 \leq 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan antara Keamanan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa FEB UMSU.

Artinya apabila pelanggan mendapatkan keamanan dalam setiap menggunakan jasa grab bike, baik dari segi perjalanan seperti driver yang selalu mengutamakan keamanan berkendara maupun dari segi akun privasi grab bike pelanggan seperti cara-cara curang yang dilakukan driver grab bike untuk mendapatkan beberapa point dari *smartphone* pelanggan yang dapat membuat akun pelanggan terkena *blacklist* oleh pihak grab bike, maka keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa grab bike tersebut akan meningkat karena pelanggan mendapatkan keamanan dari segi perjalanan maupun dari segi akun grab bike pelanggan.

(Suryani, 2013) mendefinisikan keamanan sebagai kemampuan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Lebih lanjut Park dan Kim mengatakan bahwa jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Alwafi, 2016), (Permatasari 2015) dan (Tugiso, 2016) dalam jurnalnya menyimpulkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Fitur layanan Terhadap Keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian diatas antara fitur layanan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU adalah t_{hitung} sebesar 18,914 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,985 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$ berarti

H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan antara fitur layanan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU.

Artinya apabila fitur layanan di grab bike lebih banyak dan dapat memudahkan pekerjaan pelanggan serta dengan penggunaan fitur yang bisa digunakan oleh semua pelanggan secara mudah dan praktis, maka keputusan dalam menggunakan jasa grab bike akan meningkat karena dengan banyaknya fitur-fitur yang unik dan dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan suatu aktifitasnya.

Menurut (Kotler, 2008). Fitur juga menjadi salah satu penunjang untuk konsumen dalam menggunakan jasa transportasi online tersebut. Semakin banyak fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi transportasi online tersebut, konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan dengan adanya fitur yang dapat memudahkan seseorang dalam melakukan suatu pekerjaannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Putra, 2016), (Laheba, 2015) dan (Octaviyanti, 2016) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian diatas antara fitur layanan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU adalah t_{hitung} sebesar 2,314 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,985 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,023 \leq 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan antara fitur layanan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU.

Artinya apabila kualitas pelayanan yang diberikan grab bike dalam setiap perjalanannya yang membuat pelanggan merasa nyaman dan aman serta dengan pelayanan driver yang ramah dan sopan, maka keputusan dalam menggunakan jasa grab bike juga akan meningkat karena pelayanan yang diberikan oleh grab bike sudah cukup memuaskan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Arianty, 2015), (Gultom, 2014) dan (Adyanto, 2018) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh Keamanan, Fitur layanan Dan Kualitas Pelayanan Secara

Bersama-sama Terhadap Keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh antara Keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU. Dari uji ANOVA (*Analysis Of Varians*) pada tabel diatas didapat F_{hitung} sebesar 216,691 sedangkan F_{tabel} diketahui sebesar

3,09. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa tingkat signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh Keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU yaitu:

1. Secara parsial diketahui bahwa Keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU.
2. Secara parsial diketahui bahwa fitur layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU.
3. Secara parsial diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU.
4. Secara simultan diketahui bahwa keamanan, fitur layanan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UMSU.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dalam hal ini penulis dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Kepada pihak perusahaan grab bike agar lebih mengutamakan keamanan pelanggan dalam setiap perjalanan dan dari segi keamanan akun privasi pelanggan.
2. Hendaknya perusahaan grab bike lebih menambahkan fitur-fitur layanan yang unik dan dapat memudahkan pelanggan dalam memudahkan suatu pekerjaannya.

3. Handaknya driver grab bike harus lebih memberikan pelayanan yang terbaik dalam setiap orderannya seperti ketepatan orderan makanan yaitu dari fitur grab food maupun memberikan pelayanan disaat perjalanan seperti sopan dan ramah terhadap pelanggan.
4. Keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa grab bike terdapat dari seberapa besar tingkat keamanan yang diberikan pihak grab, fitur-fitur yang unik dan lengkap serta pelayanan yang memuaskan pelanggan, maka perusahaan harus memaksimalkan tiga faktor tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen pemasaran jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image*, Harga dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E. Commerce BerryBenka.com). *Diponegoro Journal Of Manajement*,7(1), 1-20.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alwafi, F., & Magnadi. R. H.(2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. *Diponegoro Journal Of Management*,5(2), 1-15.
- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 68-81.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2008). *Pengantar Bisnis Kontenporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Griffin, R. W., & Ronald, J. E. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Gultom, D. K., Ginting, P., & Sembiring, B. K. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 21-33.
- Juliandi, A., Irfan., & Manurung, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU PRESS.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen pemasaran*. Jakarta:Erlangga.
- Laheba, Y. A., Tumbuan, W.J.F. A., & Soepeno, D. (2015). Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado). *Jurnal EMBA*,3(3), 99-108.
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 1-11.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Octaviyanti, G. E. (2016). Pengaruh Fitur Dan *Brand Image* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen All New Toyota Yaris Di Kota Bandung. *JAB: Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(3), 34-45.
- Parasuraman. A. (2015). *Metode Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Erlangga.
- Permatasari, C. D. W. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko Dan Kualita Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pengguna Situs Olx.co.id. *Jurnal Universitas Dian Nuswantoro*, 1(2), 20-35.
- Putra, P. A. W. (2016). Pengaruh Fitur, Layanan Pelengkap Dan Garansi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas

- Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Denpasar). *Jurnal EMBA*,15(2), 2349-2362.
- Sangadji, M. E. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV andi offset.
- Schiffman, G. L., & Kanuk, L. L. (2009). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2015). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F.(2012), *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Tugiso, I., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management*,2(2), 1-18.

Kuesioner Penelitian

Yth. Saudara/i responden,

Saya Hafiz Nurmuchtar (1505160811), mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara saat ini sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul “**Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Bike (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UMSU)**” (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU). Segala informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, saya meminta Saudara/i untuk dapat meluangkan sedikit waktu untuk mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini dengan tepat dan teliti. Atas pengertian dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Hafiz Nurmuchtar

BAGIAN I (Identitas Responden)

1. No. Responden :
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Semester Kuliah
 - a. 3
 - b. 5
 - c. 7
 - d. 9
4. Seberapa sering melakukan transaksi dalam menggunakan jasa Grab Bike?
 - a. 1 kali
 - b. Lebih dari 1 kali

BAGIAN II (Pertanyaan Penelitian)

Petunjuk Pengisian,

Berilah respon terhadap pernyataan dalam tabel dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom yang sesuai dengan persepsi saudara/i mengenai pernyataan tersebut. Skala respon adalah sebagai berikut :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Keamanan (X1)

| No | Item Pernyataan | STS | TS | KS | S | SS |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
| Autentikasi | | | | | | |
| 1 | Saya merasa Aman membagi informasi pribadi saya ke grab bike | | | | | |
| 2 | Saya merasa driver grab bike selalu memberikan standart keamanan seperti helm yang layak pakai | | | | | |
| 3 | Saya merasa menggunakan grab bike dan melakukan transaksi dilindungi | | | | | |
| Nonrepadiasi/Nirpenyangkalan | | | | | | |
| 4 | Saya yakin grab bike dapat menjaga informasi pribadi saya | | | | | |
| 5 | Saya yakin grab bike menawarkan keamanan yang cukup | | | | | |
| 6 | driver grab bike tidak pernah ugal-ugalan dalam berkendara | | | | | |

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 7 | Saya yakin driver grab bike selalu mengutamakan keselamatan pelanggannya | | | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 8 | Pada saat saya memesan jasa grab bike, pengemudi grab bike memberikan pesan kepada saya apabila telah sampai ditempat | | | | | |
| 9 | Dalam berkendara, driver selalu mengikuti peraturan lalu lintas yang ada | | | | | |
| 10 | Pengemudi grab bike terampil dalam mengemudikan kendaraannya | | | | | |

Fitur Layanan (X2)

| No | Item Pernyataan | STS | TS | KS | S | SS |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
| Kelengkapan Fitur | | | | | | |
| 1 | Fitur yang ditawarkan oleh grab bike lengkap | | | | | |
| 2 | Fitur yang dimiliki grab bike beragam dan unik | | | | | |
| Kebutuhan Fitur | | | | | | |
| 3 | Saya menggunakan grab karena fitur-fitur yang ada didalam grab tersebut dapat memenuhi kebutuhan saya | | | | | |
| 4 | Saya menggunakan grab karena dapat mempermudah saya dalam kegiatan saya sehari-hari | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 5 | Fitur dimiliki grab bike mempermudah saya dalam melakukan pekerjaan saya | | | | | |
| Ketertarikan Fitur | | | | | | |
| 6 | Saya menggunakan grab karena menggunakan fitur yang canggih | | | | | |
| 7 | Salah satu fitur banyak digunakan adalah grab food, karena setiap pemesanan yang tidak bisa di order, maka driver langsung memberitahukan kepada pelanggan | | | | | |
| 8 | Saya menggunakan jasa grab bike karena memiliki fitur-fitur yang tidak dimiliki oleh ojek online lainnya | | | | | |
| Kemudahan dalam penggunaan | | | | | | |
| 9 | Saya menggunakan jasa grab bike karena fitur-fiturnya mudah digunakan | | | | | |
| 10 | Fitur-fitur dalam grab bike mudah digunakan oleh siapa saja | | | | | |

Kualitas Pelayanan (X3)

| No | Item Pernyataan | STS | TS | KS | S | SS |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
| Reliabilitas | | | | | | |
| 1 | Grab bike menunjukkan kesungguhannya dalam menangani masalah pelanggan | | | | | |
| 2 | Saya menggunakan grab bike karena mampu mengantarkan saya ke tempat tujuan dengan selamat | | | | | |
| Responsivitas | | | | | | |
| 3 | <i>Driver</i> mengonfirmasi orderan dengan menghubungi pelanggan, untuk memastikan pesanan di tempat | | | | | |
| 4 | <i>Driver</i> segera datang setelah menerima pesanan melalui aplikasi | | | | | |
| Jaminan | | | | | | |
| 5 | <i>Driver</i> dapat mengemudikan sepeda motornya dengan baik | | | | | |
| 6 | <i>Driver</i> mempunyai pengetahuan mengenai informasi jalan/alamat yang akan dituju | | | | | |
| Empati | | | | | | |
| 7 | <i>Driver</i> sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan | | | | | |
| 8 | <i>Driver</i> memberitahukan cara menggunakan helm yang | | | | | |

| | | | | | | |
|--------------------|-----------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| | benar kepada pelanggan | | | | | |
| Bukti Fisik | | | | | | |
| 9 | <i>Driver</i> memberikan helm dan masker kepada pelanggan | | | | | |
| 10 | Kendaraan yang digunakan driver layak untuk digunakan | | | | | |

Keputusan Pembelian (Y)

| No | Item Pernyataan | STS | TS | KS | S | SS |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
| Keputusan Terhadap Jasa Yang digunakan | | | | | | |
| 1 | Grab bike menawarkan pelayanan jasa yang sesuai dengan keinginan saya | | | | | |
| 2 | Saya senang menggunakan jasa grab bike karena selalu sampai ke lokasi tujuan dengan tepat waktu | | | | | |
| 3 | Saya senang menggunakan jasa grab bike dibandingkan jasa ojek online lainnya | | | | | |
| Keputusan Terhadap Harga Yang Diberikan | | | | | | |
| 4 | Saya menggunakan grab bike karena harganya yang murah dibandingkan dengan yang lain | | | | | |
| 5 | Setiap melakukan transaksi, grab akan memberikan point kepada pelanggan yang bisa ditukarkan | | | | | |
| 6 | Saya menggunakan grab bike karena grab bike selalu ada potongan harga | | | | | |

| Keputusan Terhadap Pelayanan Yang diberikan | | | | | | |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 7 | Saya merasa puas dengan pelayanan grab dari segi grab food, karena selalu mengantarkan pesanan dengan cepat | | | | | |
| 8 | Driver grab bike selalu mengutamakan keselamatan penumpangnya dibandingkan kecepatan | | | | | |
| 9 | Saya merasa senang dengan grab bike karena memiliki driver yang sopan dan ramah | | | | | |
| 10 | grab bike selalu mengutamakan kualitas pelayanan dan keluhan dari pelanggan | | | | | |

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

No. Agenda: 157/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/9/7/2019

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Medan, 9/7/2019

Dengan hormat.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Hafiz Nurmuchtart
NPM : 1505160811
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

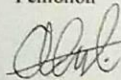
Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

Identifikasi Masalah : Kualitas produk yg di tawarkan oleh smartphone merek vivo masih kurang baik dibandingkan dengan hp merek lain.
dan juga promosi yg di lakukan masih belum maksimal dan harga yg di tawarkan vivo masih belum sesuai dengan keinginan konsumen

Rencana Judul : 1. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hp Merek Vivo
2. Pengaruh Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Ojek Online Grab.
3. Pengaruh Harga , Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab

Objek/Lokasi Penelitian : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya
Pemohon

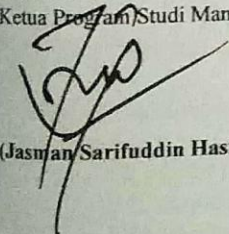
(Hafiz Nurmuchtart)

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: 157/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/9/7/2019

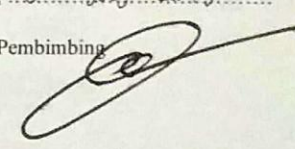
Nama Mahasiswa : Hafiz Nurmuchtari
NPM : 1505160811
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Pengajuan Judul : 9/7/2019
Nama Dosen Pembimbing*) : Dede Kurniawan Gutom
Judul Disetujui**) : Pengaruh Keamanan, Fitur dan Kualitas
Percayaan terhadap Kepuasan pelanggan
dalam menggunakan jasa ojek online Grab.

Disahkan oleh:
Ketua Program Studi Manajemen


(Jasman Sarifuddin Hasibuan, SE., M.Si.)

Medan, 09 - July - 2019

Dosen Pembimbing


(Dede Kurniawan Gutom, S.E., M.Si.)

Keterangan:

*) Ditetapkan oleh Pimpinan Program Studi

**) Ditandatangani oleh Dosen Pembimbing

Setelah disahkan oleh Prodi dan Dosen pembimbing, scan/foto dan uploadlah lembaran ke-2 ini pada form online "Upload Pengesahan Judul Skripsi"



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

mempawab surat ini agar disebarkan
ke dan langganannya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301, Fax. (061) 6625474

Website : <http://www.umsu.ac.id> Email : rektor@umsu.ac.id

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING
PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA**

NOMOR : 2064 TGS / II.3-AU / UMSU-05 / F / 2019

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan
Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Skripsi dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : MANAJEMEN
Pada Tanggal : 03 Agustus 2019

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Skripsi Mahasiswa :

Nama : HAFIZ NUR MUCHTAR
N P M : 1505160811
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Proposal / Skripsi : Pengaruh Keamanan, Fitur Dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Ojek Online
Grab (Studi Kasus Pada Mahasiswa UMSU)

Dosen Pembimbing : DEDEK KURNIAWAN GULTOM,SE.,M.Si.

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Skripsi dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Skripsi harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkannya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
3. **Proyek Proposal / Skripsi** dinyatakan " **BATAL** " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : **03 Agustus 2020**
4. Revisi Judul.....

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 02 Dzulhijjah 1440 H
03 Agustus 2019 M



Dekan *PK*



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : HAFIZ NURMUHTAR
NPM : 1505160811
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Penelitian : PENGARUH KEAMANAN, FITUR LAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB BIKE (STUDI KASUS PADA MAHASISWAI FEB UMSU)

| Tanggal | Deskripsi Hasil Bimbingan Proposal | Paraf | Keterangan |
|----------|-------------------------------------------------------|-------|------------|
| 10/06-19 | Disusun Peromana | | |
| 18/06-19 | Disusun penomoran | | |
| 24/06-19 | Perbaikan BAB I | | |
| 2/07-19 | Perbaikan BAB II | | |
| 17/07-19 | Perbaikan BAB III | | |
| 30/07-19 | Perbaikan Daftar pustaka Daftar in, kata pengantar | | |
| 8/08-19 | Proposal di Ace | | |

Medan, Juli 2019

Diketahui / Disetujui
Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing

DEDEK KURNIAWAN GULTOM, SE., M.Si

JASMAN SARIPUDDIN HASIBUAN, SE., M.Si



UMSU
Unggul | Cerdas | Terampil

MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mochtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Ext: 304 Medan 20238

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL JURUSAN MANAJEMEN

Pada hari ini telah diselenggarakan seminar Proposal Program Studi Manajemen menerangkan bahwa :

N a m a : HAFIZ NUR MUCHTAR
N .P.M. : 1505160811
Tempat / Tgl.Lahir : Medang, 28 Juni 1997
Alamat Rumah : Desa Medang
JudulProposal : PENGARUH KEAMANAN, FITUR LAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB BIKE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA/I FEB UMSU)

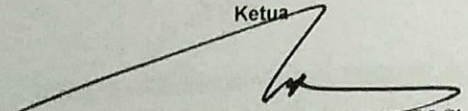
Disetujui / tidak disetujui *)

| Item | Komentar |
|------------|------------------------------------------------------------------------|
| Judul | Tetap |
| Bab I | Manfaat Penelitian, Rumus - rumus, Grafi |
| Bab II | Kerangka Konseptual |
| Bab III | Indikator diikuti, Populasi dan Sampel |
| Lainnya | |
| Kesimpulan | <input type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus |

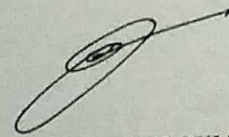
Medan, 02 SEPTEMBER 2019

TIM SEMINAR

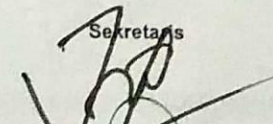
Ketua


JASMAN SARIPUDDIN, S.E., M.Si.

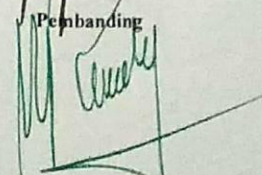
Pembimbing


DEDEK KURNIAWAN GULTOM, SE., M.Si.

Sekretaris


Dr. JUFRIZEN, SE., M.Si.

Pembanding


H.MUIS FAUZI RAMBE, SE., MM.



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Ext: 304 Medan 220238



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Manajemen yang diselenggarakan pada hari menerangkan bahwa:

Nama : HAFIZ NUR MUCHTAR
N .P.M. : 1505160811
Tempat / Tgl.Lahir : Medang, 28 Juni 1997
Alamat Rumah : Desa Medang
JudulProposal :PENGARUH KEAMANAN, FITUR LAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB BIKE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA/I FEB UMSU)

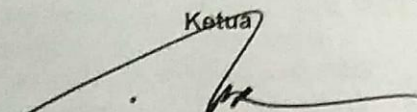
Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan

pembimbing : *DEDEK KURNIAWAN GULTOM, SE., M.Si.*

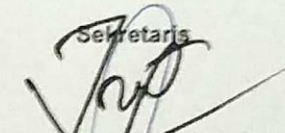
Medan,

TIM SEMINAR

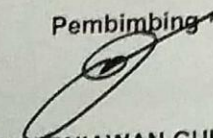
Ketua


JASMAN SARIPUDDIN, SE., M.Si.

Sekretaris

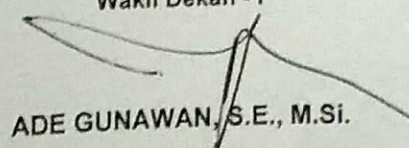

Dr. JUFREZEN, SE., M.Si.
Penbanding

Pembimbing


DEDEK KURNIAWAN GULTOM, SE., M.Si.

H.MUIS FAUZI RAMBE, SE., MM.

Diketahui / Disetujui
A.n. Dekan
Wakil Dekan - I


ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301, Fax. (061) 6625474

Website : <http://www.umsu.ac.id> Email : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 206/II.3-AU/UMSU-05/ F / 2019
Lampiran :
Perihal : IZIN RISET PENDAHULUAN

Medan, 02 Dzulhijjah 1440 H
03 Agustus 2019 M

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan/Direksi/Kepala Dinas
WAKIL REKTOR I UMSU
Jl.Muchtar Basri No.3 Medan
Di tempat

Detik
ri-isi ke 8/8 2019
[Signature]

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan mahasiswa kami akan menyelesaikan studi, untuk itu kami memohon kesediaan Bapak / Ibu sudi kiranya untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa kami melakukan riset di **Perusahaan / Instansi** yang Bapak / Ibu pimpin, guna untuk penyusunan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program **Studi Strata Satu (S-1)**

Adapun mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tersebut adalah:

Nama : HAFIZ NUR MUCHTAR
Npm : 1505160811
Jurusan : MANAJEMEN
Semester : VIII (Delapan)
Judul : Pengaruh Keamanan, Fitur Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Ojek Online Grab (Studi Kasus Pada Mahasiswa UMSU)

Demikianlah surat kami ini, atas perhatian dan kerjasama yang Bapak / Ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

[Signature]
Dekan
H. JANURI, SE., MM., M.Si.

Tembusan :

1. Wakil Rektor II UMSU Medan
2. Peringgal



Mengikuti Centes! Terpercaya
menjauhi surat ini agar disebutkan
dari tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
(UMSU)

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6619056 - 6622400 - 6624567 Fax. (061) 6625474, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 2526 /II.3-AU/UMSU/F/2019
Lamp. : -
Hal : Izin Riset

08 Dzulhijjah 1440 H
09 Agustus 2019 M

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di-
Medan.

Assalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh

Dengan hormat, menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor : 2062/II.3-AU/UMSU-05/F/2019 tanggal 3 Agustus 2019 perihal Izin Riset, maka bersama ini kami memberikan izin Riset di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) sebagai berikut :

Nama : **Hafiz Nur Muchtar**
NPM : 1505160811
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis UMSU
Judul : **Pengaruh Keamanan, Fitur dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Ojek Online Grab (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara).**

Demikian hal ini kami disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh

an. Rektor
Wakil Rektor I

Dr. Muhammad Arifin, S.H., M.Hum

Tembusan :

1. Bapak Rektor sebagai laporan:





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

menjawab surat ini agar disebutkan
kor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301, Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> Email : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 574 /II.3-AU/UMSU-05/F/2019
Lamp. : -

Medan, 23 Muharram 1441 H
23 September 2019 M

H a l : MENYELESAIKAN RISET

Kepada Yth.
Bapak/ Ibu Pimpinan
WAKIL REKTOR I UMSU
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan Mahasiswa kami akan menyelesaikan Studinya, mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan kesempatan pada Mahasiswa kami melakukan Riset di **Perusahaan/ instansi** yang Bapak/Ibu pimpin, guna untuk *melanjutkan Penyusunan / Penulisan Skripsi pada Bab IV - V*, dan setelah itu Mahasiswa yang bersangkutan mendapatkan Surat Keterangan Telah Selesai Riset dari Perusahaan yang Bapak/Ibu Pimpinan, yang merupakan salah satu persyaratan dalam penyelesaian **Program Studi Strata Satu (S1)** di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan :

Adapun Mahasiswa tersebut adalah :

Nama : HAFIZ NUR MUCHTAR
N P M : 1505160811
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Bike (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I FEB UMSU)

Demikianlah harapan kami, atas bantuan dan kerjasama yang Bapak/Ibu berikan, Kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan



H. NURI, SE., MM., M.Si.

Tembusan :



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
(UMSU)

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6619056 - 6622400 - 6624567 Fax. (061) 6625474, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : kampus@rektor.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 394/KET/II.3-AU/UMSU/F/2019

Bismillahirrahmanirrahim

Pimpinan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Hafiz Nur Muchtar**
NPM : 1505160811
Semester : VIII (delapan)
Prog. Studi : Manajemn
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis UMSU

Benar yang bersangkutan telah melaksanakan Riset di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) dengan **Judul Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Bike (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU).**

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 09 Shafar 1441 H
08 Oktober 2019 M



Dr. Muhammad Arifin, S.H., M.Hum

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

Kepada Yth.
Ketua Program Studi.....
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU
Di

Medan.....H
M

Medan.

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Dengan hormat
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HAFIZ NUR MUCHLITAR
NPM : 1505160811
Konsentrasi : Pemasaran
Kelas/Sem : T. MAHANI (VIII)
Alamat :

Berdasarkan hasil pertemuan dengan program studi maka ditetapkan calon pembimbing yaitu :

Nama Pembimbing : disetujui Prodi : (.....)

Dari hasil survei & kunjungan perusahaan/tempat penelitian serta proses pembimbingan dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Keamanan yg di berikan masih belum maksimal, sehingga membahayakan kenyamanan
2. Fitur fitur yg terdapat di aplikasi grab bike tersebut masih sedikit di banding dgn pesaing
3. Pelayanan yg di berikan oleh grab bike masih belum maksimal diutamakan driver yg ter

Dengan demikian judul yang disetujui bersama dosen pembimbing adalah :

Pengaruh Keamanan, Fitur - Pelayanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Menggunakan Jasa Transportasi online grab bike (studi kasus Kota Medan) WU / I FEB UMSU

Medan.....20.....08.....2019

Dosen Pembimbing

Peneliti/Mahasiswa

(Deden Nurhidayah Custom) msi

(HAFIZ NUR MUCHLITAR)

Disetujui Oleh :
Ketua /Sekretaris Prodi

[Signature]

Diagendakan Pada Tanggal : 27 Agustus - 2019
Nomor Agenda : 243

Catatan :

1. Proposal Penelitian harus diagendakan paling lama 1 (satu) bulan setelah di paraf oleh ketua program studi.





PERMOHONAN IZIN PENELITIAN

Medan,

2019

Kepada Yth.
Bapak Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Univ. Muhammadiyah Sumatera Utara

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : H A P I Z N U R M U C H T A R

NPM : 1 5 0 5 1 6 0 8 1 1

Tempat/Tgl. Lahir : M E D A N G 2 0 0 7 1 0 0 7

Program Studi : MANAJEMEN/EKONOMI PEMBANGUNAN

Alamat Mahasiswa : J A L A N M A D I D O A T U T B S O ' G A
N G P R I B A D I 1 2 0 P.

Tempat Penelitian : U N I V E R S I T A S M U H A M M A D I Y A H
S U M A T E R A U T A R A

Alamat Penelitian : J A L A N K A P T E N M U C H T A R
B A S R I

Memohon kepada Bapak untuk pembuatan Izin Penelitian sebagai syarat untuk memperoleh data dan identifikasi masalah dari perusahaan tersebut guna pengajuan judul penelitian.
Berikut saya lampirkan syarat-syarat lain:

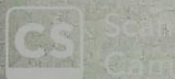
1. Transkrip nilai sementara
2. Kwitansi SPP tahap berjalan

Demikianlah permohonan ini saya buat dengan sebenarnya, atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih.

Diketahui:
Ketua Prodi Sekretaris Prodi

Wassalam
Pemohon

HAPIZ NUR MUCHTAR



**SURAT PERNYATAAN
PENELITIAN/SKRIPSI**

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : HAFIZ NUR MUCHTAR
NPM : 1805160011
Konsentrasi : PEMASARAN
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis (Akuntansi Perpajakan/Manajemen/IESP)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)

Menyatakan bahwa:

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha sendiri, baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi.
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut :
 - Menjiplak/Plagiat hasil karya penelitian orang lain.
 - Merekayasa tanda angket, wawancara, observasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti memalsukan stempel, kop surat, atau identitas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "penetapan proyek proposal/makalah/skripsi dan penghunjakkan Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah surat pernyataan ini saya perbuat dengan kesadaran sendiri.

Medan, 2019
Pembuat Pernyataan



NB :

- Surat pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat pengajuan judul
- Foto copy surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Hafiz Nurmuchtar

Tempat/ Tanggal Lahir : Medang, 28 July 1997

Kecamatan : Medang Deras

Agama : Islam

Bangsa/ Suku : Indonesia/ melayu

Pendidikan : Tamat SD Negri 010238 medang deras
Tamat SMP N 4 medang deras
Tamat SMA MITRA INALUM
Tahun 2015 memasuki UMSU
Jurusan Manajemen

Nama Ayah : Muchtar

Nama Ibu : Nur Lela

Alamat Sekarang : Jalan William Iskandar Medan Perjuangan