

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data merupakan menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud untuk membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan karakteristik responden yang menjadi objek penelitian ini penulis mendeskripsikan kondisi responden yang menjadi sampel dilihat dari karakteristik responden berikut data dari penelitian ini:

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia responden, pekerjaan responden, pendapatan responden, tempat tinggal responden dan lamanya penggunaan transportasi *online* Maxim. Berikut hasil deskripsi responden masing-masing karakteristik :

Tabel 4.1
Hasil Uji Frekuensi Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Percent
Laki-laki	87	48,3%
Perempuan	93	51,7%
Total	180	100%

Sumber : Hasil data diatas diolah pada tahun 2023

Dari data 4.1 didapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menyatakan bahwa jenis kelamin didominasi oleh responden perempuan sebanyak 93 responden atau sebesar 51,7%.

Tabel 4.2
Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Frekuensi (orang)	Persentase
1	17-21 Tahun	58	32,2%
2	22-26 Tahun	86	47,8%
3	27-31 Tahun	25	13,9%
4	32-35 Tahun	5	2,8%
5	>35 Tahun	6	3,3%
Jumlah		180	100%

Sumber : Hasil data diatas diolah pada tahun 2023

Berdasarkan pada tabel 4.2 diatas menjelaskan karakteristik responden berdasarkan usia, diketahui usia 17-19 seanyak 3 orang atau 10%.usia 20-23 sebanyak 12 orang atau 56,7% dan pada usia 24-27 sebanyak 10 orang atau 33,3%. Dapat disimpulkan bahwa pengguna transportasi online Maxim didominasi usia 20-23 orang.

Tabel 4.3
Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

No	Status	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Pelajar	13	7,2%
2	Mahasiswa	102	56,7%
3	Wiraswasta	19	10,6%
4	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	10	5,6%
5	Swasta	25	13,9%
6	Ibu Rumah Tangga	11	6,1%
Jumlah		180	100%

Sumber : Hasil data diatas diolah pada tahun 2023

Berdasarkan pada tabel 4.3 diatas menjelaskan hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan menyatakan bahwa responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 102 respondenn atau sebesar 56,7%.

Tabel 4.4
Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	<Rp 1.000.000	75	41,7%
2	Rp 1.000.000-Rp 2000.000	46	25,6%
3	>Rp 2000.000	32	32,8%
Jumlah		180	100%

Sumber : Hasil data diatas diolah pada tahun 2023

Hasil karakteristik responden berdasarkan pendapatan pada tabel 4.4 diatas hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik berdasarkan pendapatan menyatakan bahwa responden mengisi kuesioner penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 75 orang atau sebesar 41,7%.

Tabel 4.5
Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Domisili

No	Asal Provinsi	Frekuensi	Persentase%
1	Nanggroe Aceh Darussalam	2	1,1%
2	Sumatera Utara	5	2,8%
3	Sumatera Selatan	10	5,6%
4	Sumatera Barat	4	2,2%
5	Bengkulu	3	1,7%
6	Riau	5	2,8%
7	Jambi	1	0,6%
8	Lampung	72	40%
9	Bangka Belitung	1	0,6%
10	Kalimantan Barat	1	0,6%
11	Kalimantan Timur	3	1,7%
12	Kalimantan Tengah	-	-
13	Kalimantan Utara	2	1,1%
14	Banten	6	3,3%
15	DKI Jakarta	16	8,9%
16	Jawa Barat	11	6,1%
17	Jawa Tengah	19	10,6%
18	Jawa Timur	7	3,9%
19	Daerah Istimewa Yogyakarta	3	1,7%
20	Bali	2	1,1%
21	Nusa Tenggara Timur	1	0,6%
22	Nusa Tenggara Barat	1	0,6%

23	Gorontalo	1	0,6%
24	Sulawesi Barat	2	1,1%
25	Sulawesi Tengah	-	-
26	Sulawesi Utara	1	0,6%
27	Sulawesi Tenggara	1	0,6%
28	Sulawesi Selatan	-	-
29	Maluku	-	-
30	Papua	-	-
Jumlah		180	100%

Sumber : Hasil data diatas diolah pada tahun 2023

Hasil karakteristik responden berdasarkan domisili pada tabel 4.5 diatas dari uji frekuensi data berdasarkan domisili menyatakan bahwa responden yang mengisi kuesioner pada penelitian ini didominasi oleh responden berdomisili Lampung sebanyak 72 orang atau sebanyak 40%.

Tabel 4.6

Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Waktu Penggunaan

No	Waktu Penggunaan	Frekuensi	Persentase
1	<1 Tahun	61	33,9%
2	1 Tahun	31	17,2%
3	>1 Tahun	88	48,9%
Jumlah		180	100%

Sumber : Hasil data diatas diolah pada tahun 2023

Hasil Karakteristik responden berdasarkan waktu penggunaa pada tabel 4.6 diatas hasil uji frekuensi data bahwa responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini didominasi oleh responden waktu penggunaan >1 tahun dengan jumlah 88 responden atau sebesar 48,9%.

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Berikut hasil deskripsi data jawaban responden pada penelitian ini terkait variable independent yaitu Harga (X1), Kemudahan Pengguna (X2), Persepsi Kualita Layanan (X3) dan Keputusan Penggunaan (Y) sebagai variable dependent pada transportasi

online yang diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada 180 responden sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Variabel Harga (X1)

No	Pernyataan	Jawaban									
		STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Transportasi inline Maxim memberikan tarif yang murah.	1	0,6%	5	2,8%	1	10,0%	4	27,9%	1	59,0%
2.	Harga transportasi online Maxim dapat dijangkau pengguna.	1	0,6%	1	0,6%	2	12,8%	5	31,7%	9	54,8%
3.	Transportasi online Maxim memberikan harga murah dengan kualitas layanan baik.	2	1,1%	8	4,4%	3	21,1%	4	27,9%	8	46,3%
4.	Harga transportasi online Maxim sesuai dengan layanan yang diberikan.	2	1,1%	8	4,4%	2	13,3%	6	37,7%	7	43,9%
5.	Harga transportasi online Maxim lebih murah dibandingkan	1	0,6%	7	3,9%	2	13,9%	5	30,5%	9	43,2%

	transportasi online lainnya.										
6.	Harga transportasi online Maxim dapat bersaing dengan transportasi online lainnya.	3	1,7 %	4	2,2 %	2	11,1 %	6	38,9 %	8	46,7 %
7.	Harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang dirasakan pengguna transportasi online Maxim	1	0,6 %	4	2,2 %	2	11,7 %	7	40,2 %	8	45,2 %
8.	Harga yang ditawarkan jasa layanan transportasi online Maxim sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan.	3	1,7 %	1	0,6 %	3	16,7 %	6	35,3 %	8	46,3 %

Sumber : Hasil data diolah tahun 2023

Hasil deskripsi responden pada tabel 4.7 jawaban responden diatas dengan pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju (SS) terdapat pada pernyataan ke satu dengan jumlah jawaban sebanyak 107 orang, atau dengan tingkat persentase 59,4% Dan yang terkecil yaitu pada jawaban tidak setuju (TS) terdapat pada pernyataan 4 dengan jumlah jawaban sebanyak 8 atau dengan tingkat persentase 4,4%.

Tabel 4.8
Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Varibel Kemudahan Pengguna (X2)

No	Pertanyaan	Jawaban									
		STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Aplikasi transportasi online Maxim dapat beropchdrasi dengan mudah sesuai yang diinginkan pengguna.	4	2.2 %	2	1,1 %	2	13, 5 9%	5	32, 9 8%	9	50, 0 0%
2	Cepat mendapatkan driver saat melakukan pemesanan pada aplikasi transportasi online Maxim.	3	1,7 %	8	4,4 %	3	19,4 5 %	6	34, 2 4%	7	40, 2 0%
3	Transaksi pada transportasi online Maxim dapat dilakukan dengan mudah.	1	0,6 %	4	2,2 %	2	13,3 4 %	6	36, 6 7%	8	4,7 5 %
4	Sistem transaksi transportasi online Maxim dapat dilakukan dengan cepat.	1	0,6 %	7	3, 9 %	2	12,8 3 %	6	35, 4 6%	8	47, 5 2%
5	Cara pengoperasian aplikas transportasi online Maxim mudah dipelajari.	3	1,7 %	4	2,2 %	2	12,8 3 %	6	37, 7 2%	8	46, 3 1%
6.	Pengguna tidak mengalami kesulitan dalam mengakses aplikasi transportasi online Maxim.	5	2,8 %	5	2,8 %	3	17,2 1 %	6	33, 0 3%	7	43, 9 9%
7.	Akses aplikasi transportasi online Maxim mudah digunakan dimana saja.	3	1,7 %	1	6,7 2 %	2	13,9 5 %	5	32, 9 8%	8	45, 1 0%
8.	Tampilan menu	2	1,1	5	2,8	3	16,7	5	31,	8	47,

No	Pertanyaan	Jawaban									
		STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	pada aplikasi transportasi online Maxim mudah dipahami.		%		%	0	%	7	7%	6	9%

Sumber : Hasil data diatas diolah tahun 2023

Hasil deskripsi responden pada tabel 4.8 jawaban responden diatas dengan pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju (SS) terdapat pada pernyataan kedengan jumlah jawaban sebanyak 90 orang, atau dengan tingkat persentase 50,0% pada pernyataan 1 dan yang terkecil yaitu pada jawaban tidak setuju (TS) terdapat pada pernyataan 7 dengan jumlah jawaban sebanyak 12 atau dengan tingkat persentase 6,7%.

Tabel 4.9
Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kualitas Layanan (X3)

No	Pertanyaan	Jawaban									
		STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Driver transportasi online Maxim memakai atribut lengkap.	3	1,7%	1	7,3%	3	21,7%	51	28,3%	7	41,0%
2	Driver menggunakan kendaraan yang layak pakai.	3	1,7%	5	2,8%	4	22,2%	64	35,6%	6	37,8%
3	Driver transportasi Maxim mengantarkan pengguna ketempat tujuan dengan tepat waktu.	1	0,6%	3	1,7%	3	37,8%	68	37,8%	7	40,0%
4	Driver transportasi online Maxim memberikan layanan tepat waktu sesuai	1	0,6%	6	3,3%	2	12,8%	81	45,0%	6	38,9%

	pesanan pengguna.										
5	Driver transportasi online Maxim menjemput dan mengantarkan pengguna dengan cepat.	1	0,6 %	2	1,1 %	2	16,1 %	79	43,9 %	6	38,3 %
6	Driver transportasi online Maxim berkomunikasi dengan baik terhadap pengguna.	2	1,1 %	3	1,7 %	2	13,9 %	80	44,4 %	7	38,9 %
7	Driver transportasi online Maxim memberikan rasa aman dan nyaman kepada pengguna.	1	0,6 %	5	2,8 %	2	14,4 %	73	40,6 %	7	41,7 %
8	Driver transportasi online Maxim bersikap ramah terhadap pengguna.	2	1,1 %	4	2,2 %	2	12,2 %	76	42,2 %	7	42,6 %
9	Perhatian secara personal oleh driver transportasi online Maxim.	1	0,6 %	6	3,3 %	3	19,4 %	58	32,2 %	8	44,0 %
10	Kemampuan driver dalam menanggapi keluhan pengguna transportasi online Maxim.	3	1,7 %	6	3,3 %	3	21,1 %	66	36,7 %	6	37,2 %

Sumber Hasil data diatas diolah tahun 2023

Hasil deskripsi responden pada tabel 4.9 jawaban responden diatas dengan pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju (SS) terdapat pada pernyataan ke 9 dengan jumlah jawaban sebanyak 80 orang, atau dengan tingkat persentase 44,4% dan yang terkecil yaitu pada jawaban tidak setuju

(TS) terdapat pada pernyataan 1 dengan jumlah jawaban sebanyak 13 atau dengan tingkat persentase 1,7%.

Tabel 4.10
Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban									
		STS (1)		TS (4)		N (3)		S (4)		SS (5)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Menggunakan jasa transportasi online Maxim karena kebutuhan transportasi.	1	0,6%	4	2,2%	2	12,2%	5	32,2%	9	52,8%
2	Memutuskan menggunakan online Maxim sebagai jasa transportasi pilihan.	2	1,1%	3	1,7%	2	14,4%	7	40,6%	7	42,2%
3	Transportasi online Maxim memiliki layanan yang baik dibanding transportasi online lainnya.	3	1,7%	7	3,9%	4	22,8%	6	33,9%	6	37,8%
4	Sering menggunakan transportasi online Maxim.	3	1,7%	1	5,6%	3	17,8%	5	30,6%	9	44,4%
5	Saya akan menginformasikan hal yang menarik tentang transportasi online Maxim kepada orang lain.	1	0,6%	8	4,4%	3	17,8%	6	33,3%	7	43,9%
6	Saya mengajak orang lain menggunakan transportasi online Maxim.	2	1,1%	7	3,9%	4	22,8%	5	30,6%	7	41,7%
7	Saya merasa sangat puas dengan harga	1	0,6%	5	2,8%	2	16,1%	6	37,2%	7	43,3%

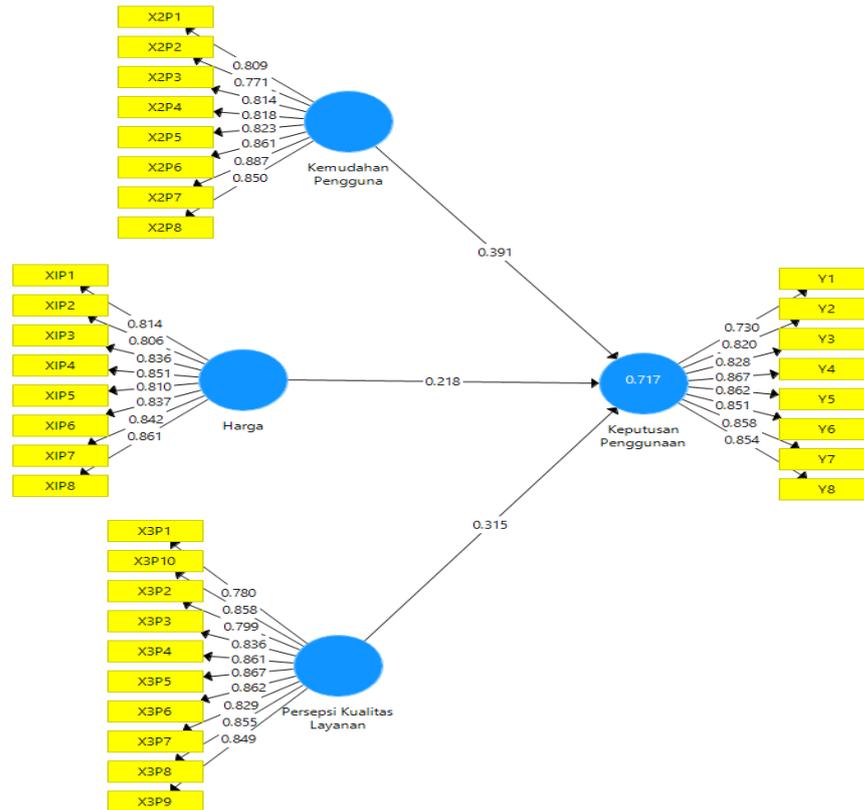
	dan layanan yang diberikan transportasi online.										
8	Saya akan menggunakan transportasi online Maxim secara terus menerus.	4	2,2 %	7	3, 9%	3 5	19,4	6 5	36,1 %	6 9	38, 3%

Sumber : Hasil data diatas diolah tahun 2023

Hasil deskripsi responden pada tabel 4.9 jawaban responden diatas dengan pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju (SS) terdapat pada pernyataan 1 dengan jumlah jawaban sebanyak 95 orang, atau dengan tingkat persentase 52,8% dan yang terkecil yaitu pada jawaban tidak setuju (TS) terdapat pada pernyataan 4 dengan jumlah jawaban sebanyak 10 atau dengan tingkat persentase 5,6%.

4.2 Analisi Data

Teknik pengolahan data dengan menggunakan metode SEM berbasis Partial Least Square (PLS) memerlukan 2 tahap untuk melihat Fit Model dari sebuah penelitian (Ghozali, 2006). Adapun tahapannya sebagai berikut:



Gambar 4 Full Model Structural Partial Least Square

4.2.1 Menilai Outer Model Measurement Model

Terdapat tiga kriteria di dalam penggunaan teknik analisa data dengan smartPLS untuk menilai outer model yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant validity* dan *Composite Reability*. *Convergent validity* dari model pengukuran dengan refleksi indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* yang diestimasi dengan *software* PLS. ukuran refleksi individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Menurut Chin, 1998 (dalam Ghazali, 2006) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 samapai 0,6 dianggap cukup memadai. Dalam penelitian ini digunakan batas *loading factor* sebesar 0,50.

Tabel 4.11
Outer Loading (Measurement Model)

	Model Awal
	Harga
X1P1	0,814
X1P2	0,806
X1P3	0,836
X1P4	0,851
X1P5	0,810
X1P6	0,837
X1P7	0,842
X1P8	0,861

Sumber : Pengolahan data dengan PLS 2023

Tabel 4.12 (Lanjutan)
Outer Loading (Measurement Model)

	Model Awal
	Kemudahan Pengguna
X2P1	0,809
X2P2	0,771
X2P3	0,814
X2P4	0,818
X2P5	0,823
X2P6	0,861
X2P7	0,887
X2P8	0,850

Sumber : Pengelolaan data dengan PLS 2023

**Tabel 4.13 (Lanjutan)
Outer Loadingsn (Measurement Model)**

	Model Awal
	Persepsi Kualitas Layanan
X3P1	0,780
X3P2	0,858
X3P3	0,799
X3P4	0,836
X3P5	0,861
X3P6	0,867
X3P7	0,862
X3P8	0,829
X3P9	0,855
X3P10	0,849

Sumber : Pengelolahan data dengan PLS 2023

**Tabel 4.14 (Lanjutan)
Outer Loadingsn (Measurement Model)**

	Model Awal
	Keputusan Penggunaan
YP1	0,730
YP2	0,820

YP3	0,828
YP4	0,867
YP5	0,862
YP6	0,851
YP7	0,858
YP8	0,854

4.2.2 Mengevaluasi Average Variance Extracted (AVE)

Kriteria validity dan reabilitas juga dapat dilihat dari nilai reabilitas suatu konstruk dan nilai Average Variance Extracted (AVE) dari masing-masing konstruk. Konstruk dikatakan memiliki reabilitas yang tinggi jika nilai composite reability dan AVE untuk seluruh variabel di atas 0,5. Berikut hasil evaluasi nilai Average Variance Extracted (AVE) penelitian ini :

Tabel 4.15
Average Variance Extracted (AVE)

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Harga	0,693
Kemudahan pengguna	0,689
Persepsi kualitas layanan	0,706
Keputusan penggunaan	0,697

Sumber : Pengolahan data dengan PLS 2023

Berdasarkan tabel 4.15 Average Variance Extracted dapat disimpulkan bahwa nilai AVE di atas 0,5, sebagaimana kriteria

yang direkomendasikan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap variabel *eksogen* Harga, Kemudahan pengguna , Persepsi kualitas layanan dan variabel *endogen* Keputusan penggunaan telah memiliki *discriminant* valid yang baik.

4.2.3 Mengevaluasi Composite Reability

Uji reabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Composite Reability* dari blok dimensi yang mengukur konstruk. Hasil *Composite Reability* akan menunjukkan nilai yang memuaskan jika diatas 0,7. Maknanya data yang diperoleh akan Reliable, berikut adalah nilai *Composite Reability* pada output penelitian ini.

Tabel 4.16
Composite Reability

	Composite Reability	Kesimpulan
Harga	0,947	Reliable
Kemudahan Pengguna	0,946	Reliable
Persepsi Kualitas Layanan	0,960	Reliable
Keputusan	0,948	Reliable

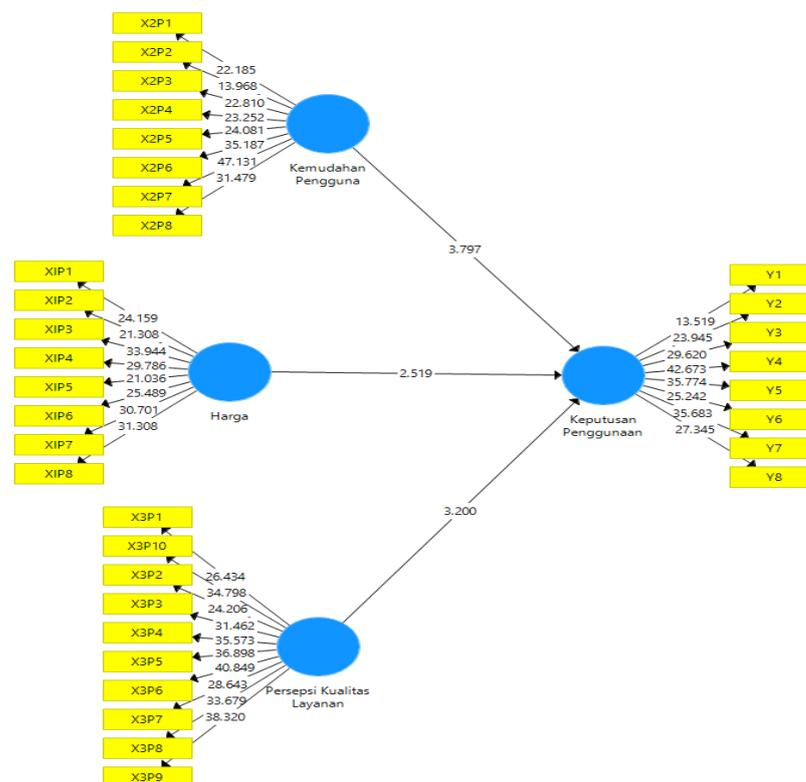
Sumber : output Smart PLS Report

Dari tabel 4.13 *Composite Reability* dapat dilihat setiap konstruk atau variabel tersebut memiliki nilai *Composite Reability* diatas 0,7 yang artinya *Interval Consistency* dari variabel eksogen *Harga*, *Kemudahan Pengguna*, *Persepsi kualitas layanan* dan endogen *Keputusan penggunaan* memiliki realibilitas yang baik.

4.2.4 Pengujian Model Struktural

Pengujian Model Struktural (*inner model*) secara statistik dilakukan untuk melihat setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan

dengan menggunakan simulasi. Menguji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini dilakukan metode bootstrap terhadap sampel. Pengujian dengan *bootstrap* juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Hasil pengujian dengan bootstrapping dari analisis PLS adalah sebagai berikut :



Gambar 5 Hasil Bootstrapping Model

4.2.5 Nilai R-Square

Pengujian *inner model* atau model structural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Model skruktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen uji t serta signifikasi dari koefesien parameter jalur structural. Dalam menilai model dengan PLS dimulai melihat *R-square* untuk setiap variable laten dependen. Table 4.14 merupakan hasil setimasi *R-square*

dengan menggunakan SmartPLS.

Tabel 4.17
Nilai R-Square

Variabel	R-Square
<i>Keputusan Penggunaan</i>	0,717

Sumber : Pengolahan data dengan PLS 2023

Tabel 4.14 Nilai R-Square menunjukkan nilai R-Square untuk variabel eksogen *Harga, Kemudahan Pengguna, Persepsi kualitas layanan* terhadap endogen *Keputusan Penggunaan* diperoleh sebesar 0.717. Hasil ini menunjukkan bahwa Variabel *Keputusan Penggunaan* dipengaruhi oleh *Harga, Kemudahan Pengguna, Persepsi kualitas layanan* sebesar di pengaruhi variabel lain. Untuk variabel harga, kemudahan pengguna dan persepsi kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan diperoleh sebesar 0.717.

4.2.6 Pengujian Hipotesis

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel- variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output *result for inner weight*. Tabel 4.15 memberikan *Path Coefficients* memberikan *output estimasi* untuk pengujian model structural. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan taraf nyata 5 % atau Alpha (0.05) berikut hasil uji *Path Coefficients* dalam penelitian ini :

Tabel 4.18
Path Coefficient

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X 1->Y	0,218	2,447	0.015
X 2-> Y	0,391	3,810	0.000

X3-> Y	0,315	3,189	0.002
--------	-------	-------	-------

Sumber : Pengelolahan data dengan PLS 2023

4.2.7 Pengujian Hipotesis 1 (Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online)

H0 : Ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online.

H1 : Tidak ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online.

Kriteria :

Jika P-Value < Alpha (0.05) maka H0 di tolak.

Jika P-Value > Alpha (0.05) maka H0 di terima.

Hasil pengujian hipotesis pertama pengaruh variabel Harga terhadap Keputusan Penggunaan didapatkan nilai koefisien jalur P Value sebesar 0.015. Jika nilai P value dibandingkan dengan nilai Alpha (0.05) hal tersebut menunjukkan bahwa nilai P Value lebih besar dari nilai Alpha (0,05). Dengan demikian hasil penguji hipotesis menyatakan bahwa variable Harga berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan transportasi *online*.

4.2.8 Pengujian Hipotesis 2 (Pengaruh Kemudahan Pengguna terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online)

H0 : Tidak ada pengaruh Kemudahan Pengguna terhadap Keputusan Penggunaan transportasi online.

H1 : ada pengaruh Kmudahan Pengguna terhadap Keputusan Penggunaan transportasi online.

Kriteria :

Jika P-Value < Alpha (0.05) maka H0 ditolak.

Jika $P\text{-Value} > \text{Alpha} (0.05)$ maka H_0 diterima.

Hasil pengujian hipotesis kedua pengaruh variabel Kemudahan Pengguna terhadap Keputusan Penggunaa didapatkan nilai koefisien jalur P Value sebesar 0.000. Jika nilai P value dibandingkan dengan nilai $\text{Alpha} (0.05)$ hal tersebut menunjukkan bahwa nilai P Value lebih besar dari nilai $\text{Alpha} (0,05)$. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel Kemudahan Pengguna berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan transportasi online.

4.2.9 Pengujian Hipotesis 3 (Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online)

H_0 : Tidak ada pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan penggunaan transportasi online.

H_1 : Ada pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan penggunaan transportasi online.

Kriteria :

Jika $P\text{-Value} < \text{Alpha} (0.05)$ maka H_0 ditolak.

Jika $P\text{-Value} > \text{Alpha} (0.05)$ maka H_0 diterima.

Hasil pengujian hipotesis ketiga pengaruh variabel *Persepsi Kualitas Layanan* terhadap *Keputusan Penggunaan* didapatkan nilai koefisien jalur P Value sebesar 0.002. Jika nilai P value dibandingkan dengan nilai $\text{Alpha} (0.05)$ hal tersebut menunjukkan bahwa nilai P Value lebih besar dari nilai $\text{Alpha} (0,05)$. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap *Keputusan Penggunaan* transportasi online.

4.2.10 Pengujian Hipotesis 4 (Pengaruh Harga, Kemudahan Pengguna dan Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online)

H0 : Tidak ada pengaruh Harga, Kemudahan Pengguna dan Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan penggunaan transportasi online.

H1 : Ada pengaruh Harga, Kemudahan Pengguna dan Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan penggunaan transportasi online.

Kriteria :

Jika P-Value < Alpha (0.05) maka H0 ditolak.

Jika P-Value > Alpha (0.05) maka H0 diterima.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan

Jasa transportasi online Maxim merupakan jasa transportasi online yang mampu bersaing dengan transportasi online lainnya seperti Gojek dan Grab. Maxim memberikan Harga yang murah tentu akan membawa dampak buruk bagi transportasi online lainnya dimulai dari kurang minatnya pengguna menggunakan transportasi online selain Maxim. Berdasarkan artikel (<https://bisnis.tempo.com>) Maxim menaikkan tarif transportasi online untuk menyesuaikan kenaikan harga BBM yang berlaku secara nasional dan kenaikan harga kebutuhan pokok pada 12 September 2022. Meski maxim mengalami perubahan harga tetapi maxim juga berusaha memberikan pelayanan yang terjangkau bagi pengguna dan menguntungkan para mitra pengemudi. Menurut Kotler dan Keller (2009:67) Harga merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh konsumen dalam memberi produk atau jasa. Jika pengguna merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka pengguna akan menggunakannya. Pada penelitian yang sudah dilakukan didapat bahwa transportasi online Maxim masih kurang dalam memberikan kesesuaian harga dengan kualitas jasa. Terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan didukung penelitian yang dilakukan Diah Nissa Prihatini

(2019) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan.

4.3.2 Pengaruh Kemudahan Pengguna terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online

Jasa transportasi online saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Masyarakat yang menggunakan transportasi online sebagai alat transportasi mereka dalam kehidupan sehari-hari. Maxim memberikan kemudahan dalam pengoperasian aplikasinya dengan begitu diharapkan pengguna transportasi online maxim tidak mengalami kesulitan saat pengoperasian aplikasi Maxim. Tidak hanya itu aplikasi Maxim mudah untuk dipelajari dan dipahami serta bisa digunakan dimana saja dan kapanpun sesuai kebutuhan pengguna. Menurut Payam Hanafizadeh et al. (2014:65) Kemudahan penggunaan ini berkaitan dengan pengoperasian bagi sebagian orang yang baru pertama kali menggunakan suatu system tentunya mengharapkan dapat dengan mudah menggunakannya. Pada penelitian yang sudah dilakukan bahwa kemudahan pengguna dalam pengoperasian aplikasi yang masih sulit untuk diakses ditempat tertentu. Terdapat pengaruh Kemudahan Pengguna terhadap Keputusan Penggunaan dan didukung penelitian yang dilakukan oleh Fatuh & Widyastuti (2017) yang menyatakan bahwa Kemudahan Pengguna berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online Maxim.

4.3.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online

Transportasi online Maxim memiliki harga yang murah pengguna juga mengharapkan Maxim mampu memberikan kualitas layanan yang diinginkan pengguna. Transportasi online Maxim mampu memenuhi keinginan pengguna, dengan memberikan fasilitas kualitas layanan yang diinginkan. Berdasarkan artikel (<https://bisnis.tempo.com>) Maxim menaikkan tarif transportasi online untuk menyesuaikan kenaikan harga BBM yang berlaku secara nasional dan kenaikan harga kebutuhan pokok pada 12 September 2022. Meski maxim mengalami perubahan harga tetapi

maxim juga berusaha memberikan pelayanan yang terjangkau bagi pengguna dan menguntungkan para mitra pengemudi. Terdapat pengaruh antara Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan dan didukung oleh penelitian Dhita tresiya, Djunaidi dan Heri Subagyo (2018) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan persepsi kualitas layanan terhadap keputusan pengguna transportasi online Maxim. Begitupun menurut penelitian Ridha, Sudharto & Dina (2022) yang menyatakan bahwa Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan transportasi online Maxim di Semarang.

4.3.4 Pengaruh Harga, Kemudahan Pengguna dan Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online.

Harga dapat menunjukkan kualitas suatu produk atau jasa, dan konsumen percaya bahwa harga tinggi biasanya memiliki kualitas yang baik. Umumnya, harga berpengaruh positif terhadap kualitas, dan semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitasnya. Konsumen berasumsi bahwa ada korelasi positif antara harga dan kualitas produk, sehingga konsumen membandingkan produk yang satu dengan yang lain (*commander*), kemudian konsumen memutuskan untuk membeli produk atau menggunakan jasa tersebut. Kemudahan penggunaan yang dimaksud adalah kemudahan dalam menggunakan aplikasi jasa transportasi online. Jika pengguna percaya bahwa aplikasi tersebut mudah digunakan, maka pengguna akan tertarik untuk menggunakannya. Sebaliknya jika pengguna merasa bahwa aplikasi sulit untuk digunakan, maka pengguna tidak tertarik untuk menggunakannya. Begitu juga dengan kualitas layanan dimana kualitas layanan bersifat subjektif, artinya baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada persepsi konsumen. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa terdapat pengaruh antara harga, kemudahan pengguna dan persepsi kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan dan didukung oleh penelitian Tiara Agustin (2022) yang menyatakan bahwa harga, kemudahan pengguna dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan transportasi online Maxim.