

# **PENGARUH TARIF DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN GO-RIDE (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Ride di Kota Tangerang Selatan)**

Rina Suci Wulandari<sup>1</sup>, Apriatni Endang Prihatini<sup>2</sup>  
Email : rinasuciwulandari@student.undip.ac.id

## ***Abstract***

*In globalization era as now, market competition getting strict especially in public transportation sector make Go-Ride have to establish strategy to compete the competitors. The problem in this research is decreased transaction and the transaction never achieve the target on Go-Ride service in 2015-2016 period. The purpose of this research is to determine the effect of price and service quality on the purchasing decision of Go-Ride service in South Tangerang City.*

*The kind of this research is explanatory research, with the population of this research is the user of Go-Ride service in South Tangerang City. While the sample is 100 respondents and the technique of sample using purposive sampling by using approach of sampling area. The analytical method using validity test, reliability test, correlation coefficient, coefficient of determination, simple linear regression analysis, multiple linear regression analysis, and significance test (t test and f test) using SPSS for Windows version 20.0.*

*The price variables included into good category. The value of t count (1.859) > t table (1.660). Coefficient correlation 0,185 and coefficient determination 3,4%. Service quality variables included into good category. The value of t count (7,191) > t table (1.660). Coefficient of correlation 0,588 and coefficient of determination 34,5%. The purchasing decision variables included into good category. The value of f count (25,993) > f table (3.09).*

*This research concludes that price and service quality have positive and significant effect to purchase decision. The results of this research indicate that although the variable of price and variable of service quality are good, but there are other factors that affect the purchase decision of Go-Ride service in South Tangerang City, that is consumers do not make Go-Ride service as the main priority in using online ojek transportation. Researchers advise companies to add Go-Ride advantages, for example by adding some new features in Go-Jek application such as telephone feature so consumer privacy is more secure, select drivers future, and change destination location future. Go-Ride also needs to add facilities that can increase consumer comfort while driving with Go-Ride.*

**Key Words:** price, purchasing decision, service quality

---

<sup>1</sup>Rina Suci Wulandari, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, rinasuciwulandari@student.undip.ac.id

<sup>2</sup>Apriatni Endang Prihatini, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Diponegoro, apriatni\_ep@yahoo.co.id

## Abstrak

Salah satu sektor jasa yang memiliki peranan yang cukup vital dalam menunjang kegiatan sehari-hari adalah sektor jasa transportasi. Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi membawa terobosan baru dalam bidang transportasi umum yaitu dengan hadirnya transportasi ojek online. Semakin ketat persaingan perusahaan penyedia jasa ojek online membuat perusahaan memerlukan strategi dalam menarik konsumen agar menggunakan jasanya, strategi tersebut diantaranya dengan menetapkan tarif yang baik dan memberikan kualitas pelayanan yang baik pula. Berdasarkan permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah transaksi yang menurun dan tidak pernah mencapai target periode 2015-2016 pada layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tarif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan populasinya adalah pengguna layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Sedangkan sampelnya sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menggunakan pendekatan *area sampling*. Metode analisis yang digunakan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, dan uji signifikansi (uji t dan uji f) dengan menggunakan aplikasi SPSS for Windows versi 20.0.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tarif dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun variabel tarif dan variabel kualitas pelayanan sudah baik, tetapi terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan, yaitu konsumen tidak menjadikan layanan Go-Ride sebagai prioritas utama dalam menggunakan jasa transportasi ojek online. Peneliti menyarankan perusahaan untuk menambah keunggulan Go-Ride, misalnya dengan menambah fitur telepon dalam aplikasi sehingga privasi konsumen lebih terjaga, fitur untuk memilih pengemudi, dan fitur untuk mengubah lokasi tujuan. Go-Ride juga perlu menambahkan fasilitas yang dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berkendara.

**Kata Kunci:** keputusan penggunaan, kualitas pelayanan, tarif

## Pendahuluan

Salah satu sektor jasa yang memiliki peranan yang cukup vital dalam menunjang kegiatan sehari-hari adalah sektor jasa transportasi. Kebutuhan akan jasa transportasi khususnya di perkotaan seperti Kota Tangerang Selatan yang merupakan salah satu kota penunjang Daerah Khusus Ibukota Jakarta dengan jumlah penduduk pada tahun 2016 sekitar 1.593.812 jiwa, membuat usaha dalam bidang jasa transportasi umum menjadi prospek usaha yang menguntungkan di Kota Tangerang Selatan. Tingginya mobilitas masyarakat di Kota Tangerang Selatan mempengaruhi tingkat permintaan terhadap jasa transportasi umum. Masyarakat membutuhkan jasa transportasi yang praktis dan juga cepat, oleh karena itu banyak masyarakat yang lebih memilih untuk menggunakan ojek untuk menunjang mobilitasnya. Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi membawa terobosan baru dalam bidang transportasi umum yaitu dengan hadirnya transportasi ojek online.

PT. Gojek Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan layanan ojek online yang bernama Go-Ride. Go-Ride merupakan pionir layanan ojek online di Indonesia. Namun belakangan Go-Ride mulai memiliki kompetitor seperti Grab Bike dan Uber Motor. Semakin menjamurnya jasa transportasi ojek online berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Semakin ketat persaingan perusahaan penyedia jasa ojek online membuat perusahaan memerlukan strategi dalam menarik konsumen agar menggunakan jasanya, strategi tersebut diantaranya dengan menetapkan tarif yang baik dan memberikan kualitas pelayanan yang baik pula.

Tetapi pada kenyataannya, walaupun sudah berusaha menetapkan tarif yang kompetitif dan memberikan kualitas pelayanan yang baik, tetap saja jumlah transaksi Go-Ride periode 2015 dan 2016 tidak pernah mencapai target. Selain itu terjadi penurunan jumlah transaksi pada periode 2016. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan data jumlah transaksi layanan Go-Ride periode 2015 dan 2016.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Transaksi Go-Ride di Kota Tangerang Selatan Periode 2015-2016**

Tahun	Target	Realisasi	Perubahan (%)	Pencapaian Target (%)
2015	160.000	150.880	-	94%
2016	160.000	145.792	-3%	91%

Sumber: PT. Gojek Indonesia wilayah Kota Tangerang Selatan (2017)

Dari data tersebut, diketahui pada tahun 2015 jumlah transaksi layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan mencapai angka 150.880 transaksi, dan hanya mencapai 94% dari target yang seharusnya. Kemudian pada tahun 2016 jumlah transaksi layanan Go-Ride menurun sebesar 3% dan hanya mencapai 91% dari target. Dari data tersebut, diketahui jumlah transaksi layanan Go-Ride tidak pernah menyentuh target yang telah ditentukan di setiap tahunnya. Dari keterangan tersebut, diketahui terdapat penurunan keputusan penggunaan layanan Go-Ride oleh konsumen. Dengan demikian diperlukan upaya-upaya untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut.

Tarif dan kualitas pelayanan adalah dua variabel yang menjadi prediksi variabel yang mempengaruhi keputusan penggunaan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Indira Ryandiani (2010) yang berjudul "Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Maskapai Lion Air di Bandara Adisucipto Yogyakarta". Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel harga tiket dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih maskapai penerbangan Lion Air di Bandara Adisucipto Yogyakarta. Penelitian Pandu Wijanarko (2014) yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Kereta Api Fajar Utama Semarang Relasi Semarang-Jakarta". Menunjukkan bahwa variabel harga tiket dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Kereta Api Fajar Utama Semarang Relasi Semarang-Jakarta.

Penelitian Satrio Pamungkas (2016) yang berjudul “Pengaruh Tarif, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Citilink.” Juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel tarif dan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan Citilink.

Untuk mempermudah pembahasan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh antara tarif terhadap keputusan penggunaan layanan Go-Ride?
2. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan layanan Go-Ride?
3. Apakah ada pengaruh antara tingkat tarif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan layanan Go-Ride?

## **Kerangka Teori**

Dalam kegiatan penelitian, teori berfungsi untuk memperjelas dan mempertajam ruang lingkup variabel yang akan diteliti, untuk membantu merumuskan hipotesis dan menyusun instrumen penelitian, dan juga dapat digunakan untuk memberikan saran dalam upaya pemecahan masalah. (Sugiyono, 2010: 85). Berikut adalah teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

### **Pemasaran**

Menurut Kotler (dalam Parmana, 2015:12) definisi pemasaran adalah proses sosial dimana dengan proses itu, individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

### **Pemasaran Jasa**

Menurut R.G. Mudririck dkk dalam Untari (2011:10) Produk adalah suatu objek yang *tangible* yang dapat diciptakan dan dijual atau digunakan setelah selang waktu tertentu. Produk meliputi benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan. Sedangkan jasa merupakan tindakan, proses-proses atau unjuk kerja bukannya merupakan objek. Jasa juga dapat didefinisikan *intangible* (seperti kenyamanan, hiburan, kecepatan, kesenangan, dan kesehatan) dan *perishable* (jasa tidak mungkin disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan). Jasa diciptakan dan dikomunikasikan secara simultan.

### **E-Marketing**

Internet Marketing menurut Chaffey (2000:6) adalah penggunaan internet dan teknologi digital lainnya untuk memenuhi tujuan pemasaran dan mendukung konsep pemasaran modern. Teknologi-teknologi yang dimaksud adalah media internet dan media digital dengan hardware dan software yang berfungsi dalam menjalankan operasi dan penggunaannya.

### **Tarif**

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:439) tarif/harga merupakan sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2008:85) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen.

### **Keputusan Penggunaan**

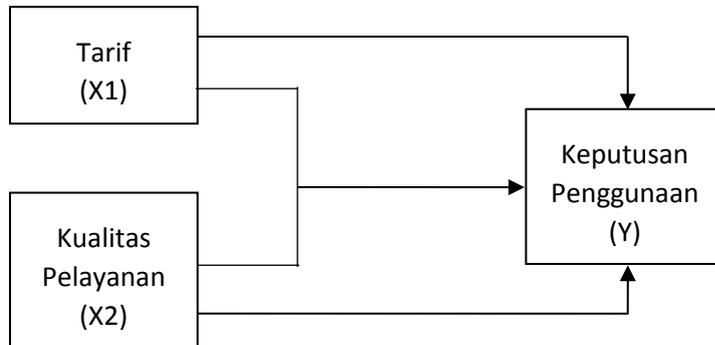
Menurut Basu Swastha (2002:25) keputusan pembelian/penggunaan didefinisikan sebagai tindakan, nyata, dan merupakan suatu tindakan yang meliputi keputusan tentang jenis produk, merk, harga, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayaran.

## Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### Gambar 1.1

#### Model Hipotesis



Keterangan:

- H<sub>1</sub> = Diduga terdapat pengaruh positif antara tarif (X1) terhadap keputusan penggunaan (Y) layanan Go-Ride.
- H<sub>2</sub> = Diduga terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) layanan Go-Ride.
- H<sub>3</sub> = Diduga terdapat pengaruh positif antara tarif (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) layanan Go-Ride.

## Metode

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tipe *eksplanatory research* yang menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel tarif (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel keputusan penggunaan (Y).

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Go-Ride di Kota Tangerang Selatan yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti, sehingga sampel yang diambil sebanyak 100 orang sesuai dengan teori Cooper dan Emory. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010:122) dengan menggunakan pendekatan *area sampling*. Penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan interval skor 1-5. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner online yang dibuat dengan Google Form. Metode analisis yang digunakan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, dan uji signifikansi (uji t dan uji f) dengan menggunakan aplikasi SPSS for Windows versi 20.0.

## Pembahasan

Tarif (X<sub>1</sub>) merupakan sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. (Kotler dan Armstrong, 2001:439). Variabel tarif dapat mempengaruhi keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Berdasarkan perhitungan analisis SPSS nilai koefisien determinasi variabel tarif sebesar 3,4% dan koefisien regresi variabel tarif sebesar 0,359. Hal ini menunjukkan bahwa semakin murah tarif yang ditawarkan Go-Ride maka akan semakin tinggi pula keputusan penggunaan konsumen Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Hasil perhitungan nilai t hitung (1,859) > t tabel (1,660), sehingga Hipotesis pertama yang berbunyi “diduga terdapat pengaruh positif antara tarif (X1) terhadap keputusan penggunaan (Y) layanan Go-Ride.” diterima. Berdasarkan hasil tersebut berarti tarif memiliki sumbangan pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Hal tersebut mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Indira Ryandiani (2010) yang menyatakan bahwa

variabel harga tiket berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih maskapai penerbangan Lion Air di Bandara Adisucipto Yogyakarta. Hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2002:152) yang menyebutkan bahwa tarif/harga memiliki dua peranan utama dalam mempengaruhi minat beli, yaitu peran alokasi dan peran informasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tarif berada pada kategori baik. Meski demikian masih terdapat 1 indikator variabel tarif yang memiliki skor dibawah rata-rata variabel tarif, yaitu indikator mengenai kesesuaian tarif dengan manfaat yang diterima pelanggan. Maka, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen mengenai tarif Go-Ride sudah baik, namun konsumen merasa bahwa tarif Go-Ride perlu disesuaikan dengan manfaat yang diberikan kepada konsumen. Manajemen Go-Jek perlu menyesuaikan tarif layanan Go-Ride dengan pesaingnya dengan cara menetapkan tarif yang selisihnya tidak terlalu jauh dengan pesaingnya atau tarif yang ditawarkan Go-Ride perlu disesuaikan untuk jarak tempuh yang jauh supaya tidak terlalu mahal. Dengan demikian konsumen tidak merasa keberatan dengan tarif yang dibebankan Go-Ride kepada konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen (Tjiptono, 2008:85). Variabel kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Berdasarkan perhitungan analisis SPSS nilai koefisien determinasi variabel kualitas pelayanan sebesar 34,5% dan koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,225. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Go-Ride maka akan semakin tinggi pula keputusan penggunaan konsumen Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Hasil perhitungan nilai  $t$  hitung (7,191) >  $t$  tabel (1,660), sehingga Hipotesis kedua yang berbunyi “diduga terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) layanan Go-Ride.” diterima. Berdasarkan hasil tersebut berarti kualitas pelayanan memiliki sumbangan pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Hal tersebut mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Pandu Wijanarko (2014) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Kereta Api Fajar Utama Semarang relasi Semarang-Jakarta. Hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2014:42) yang menyebutkan bahwa pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelayanan yang sesuai harapan dan keinginan akan mempengaruhi pengambilan keputusan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berada pada kategori baik. Meski demikian masih terdapat 9 indikator variabel kualitas pelayanan yang memiliki skor dibawah rata-rata variabel kualitas pelayanan, yaitu indikator mengenai penampilan pengemudi, Fasilitas yang diberikan berupa masker, Fasilitas yang diberikan berupa showercap, Ketepatan informasi pada aplikasi, Waktu tunggu, Kemudahan transaksi dengan adanya beragam pilihan sistem pembayaran, Kecepatan pelayanan yang diberikan pengemudi, Kecakapan pengemudi dalam menangani masalah yang timbul, Perhatian yang diberikan pengemudi Go-Ride secara individu kepada konsumen. Maka, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan Go-Ride sudah baik, namun konsumen merasa bahwa kualitas pelayanan Go-Ride perlu ditingkatkan lagi. Kualitas pelayanan Go-Ride dapat lebih ditingkatkan dengan cara memberikan fasilitas yang lengkap (helm, masker, dan *showercap*) serta dalam keadaan yang baik kepada konsumen. Selain itu pengemudi Go-Ride juga perlu meningkatkan kecepatan dalam melayani konsumen. Dengan fasilitas yang lengkap dan dalam keadaan yang baik serta kecepatan pengemudi dalam melayani konsumen akan meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berkendara dengan layanan Go-Ride.

Variabel tarif dan variabel kualitas pelayanan bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang selatan. Berarti semakin baik tarif yang ditawarkan Go-Ride dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Go-Ride maka kedua variabel tersebut dapat mempengaruhi keputusan penggunaan konsumen Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil koefisien determinasi variabel tarif dan kualitas pelayanan sebesar 34,9% dan hasil uji regresi linier berganda variabel tarif sebesar 0,119 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,220 serta  $F$  hitung variabel tarif dan kualitas pelayanan sebesar

25,993 dimana nilai  $f$  tersebut lebih besar daripada  $f$  tabel sebesar 3,09, maka Hipotesis keempat yang berbunyi “diduga terdapat pengaruh positif antara tarif (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) layanan Go-Ride.” diterima. Berdasarkan hasil tersebut berarti tarif dan kualitas pelayanan memiliki sumbangan pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Hal tersebut mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Satrio Pamungkas (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel tarif dan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan Citilink. Hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler (1997:151) yang menyatakan bahwa terdapat beberapa atribut yang dijadikan pertimbangan dalam keputusan pembelian, yang diantaranya adalah harga/tarif produk dan kualitas produk.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa tarif dan kualitas pelayanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan menurut konsumen dinilai sudah baik, namun keputusan penggunaan layanan Go-Ride yang dinilai oleh perusahaan masih belum sesuai target dari perusahaan. Dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada pengguna layanan Go-Ride diketahui bahwa sebagian konsumen tidak menjadikan layanan Go-Ride sebagai prioritas utama dalam menggunakan jasa transportasi ojek online. Hal tersebut dapat dikarenakan banyaknya alternatif pilihan yang membuat konsumen dapat memilih layanan yang sesuai dengan kebutuhannya, karena setiap alternatif layanan ojek online memiliki keunggulannya masing-masing. Untuk dapat meningkatkan keputusan penggunaan, Go-Ride perlu menambah keunggulan, misalnya menambah beberapa fitur dalam aplikasinya seperti fitur telepon dalam aplikasi sehingga privasi konsumen lebih terjaga, fitur untuk memilih pengemudi, dan fitur untuk mengubah lokasi tujuan. Go-Ride juga perlu menambahkan fasilitas yang dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berkendara. Hal ini disarankan untuk perusahaan agar tercapainya target perusahaan.

## Kesimpulan

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden berkaitan dengan pengaruh tarif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tarif yang ditawarkan oleh layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan dipersepsikan baik, namun kesesuaian tarif dengan manfaat yang diberikan masih dinilai cukup baik. Hal ini dikarenakan tarif yang ditawarkan Go-Ride untuk perjalanan dengan jarak yang cukup jauh dinilai lebih mahal dibandingkan dengan tarif yang ditawarkan jasa ojek online lainnya. Tarif yang ditawarkan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan layanan Go-Ride. Hal tersebut menyatakan bahwa semakin baik tarif yang ditawarkan layanan Go-Ride maka akan semakin tinggi pula keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan.
2. Kualitas pelayanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan dipersepsikan baik, namun pemberian fasilitas berupa *showercap* masih dinilai cukup baik. Hal ini disebabkan masih banyak pengemudi Go-Ride di Kota Tangerang Selatan yang tidak memberikan fasilitas *showercap* kepada konsumen. Sama halnya dengan variabel tarif, variabel kualitas pelayanan juga mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan layanan Go-Ride. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Go-Ride maka akan semakin tinggi pula keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan.
3. Tarif dan kualitas pelayanan sama-sama berpengaruh terhadap variabel keputusan penggunaan. Hal tersebut menyatakan bahwa jika tarif yang baik disandingkan dengan kualitas pelayanan yang baik pula maka akan menghasilkan keputusan penggunaan yang semakin tinggi pula. Hal ini dapat dilihat dalam penelitian terhadap pengguna layanan Go-Ride, variabel tarif dan kualitas pelayanan bersama-sama mempunyai pengaruh yang sedang terhadap keputusan penggunaan.
4. Dari kedua variabel tarif dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Namun variabel yang memberikan sumbangan terbesar untuk keputusan penggunaan adalah variabel kualitas pelayanan. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien determinasinya.

## Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam rangka meningkatkan keputusan penggunaan layanan Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Adapun saran yang dapat diberikan kepada perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Manajemen Go-Jek perlu menyesuaikan tarif layanan Go-Ride dengan pesaingnya dengan cara menetapkan tarif yang selisihnya tidak terlalu jauh dengan pesaingnya atau tarif yang ditawarkan Go-Ride perlu disesuaikan untuk jarak tempuh yang jauh supaya tidak terlalu mahal. Dengan demikian konsumen tidak merasa keberatan dengan tarif yang dibebankan Go-Ride kepada konsumen.
2. Kualitas pelayanan Go-Ride dapat lebih ditingkatkan dengan cara memberikan fasilitas yang lengkap (helm, masker, dan *showercap*) serta dalam keadaan yang baik kepada konsumen. Selain itu pengemudi Go-Ride juga perlu meningkatkan kecepatan dalam melayani konsumen. Dengan fasilitas yang lengkap dan dalam keadaan yang baik serta kecepatan pengemudi dalam melayani konsumen akan meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berkendara dengan layanan Go-Ride.
3. Selain tarif dan kualitas pelayanan, diketahui terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan Go-Ride, yaitu sebagian konsumen tidak menjadikan layanan Go-Ride sebagai prioritas utama dalam menggunakan jasa transportasi ojek online. Untuk dapat meningkatkan keputusan penggunaan, Go-Ride perlu menambah keunggulan, misalnya menambah beberapa fitur dalam aplikasinya seperti fitur telepon dalam aplikasi sehingga privasi konsumen lebih terjaga, fitur untuk memilih pengemudi, dan fitur untuk mengubah lokasi tujuan. Go-Ride juga perlu menambahkan fasilitas yang dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berkendara. Hal ini disarankan untuk perusahaan agar tercapainya target perusahaan.

## Daftar Pustaka

- Chaffey, D., Meyer, R., Johnston, K., & Chadwick, F. E. (2000). *Internet Marketing: Strategy, Implementation and practice*. Harlow: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol) Jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Pamungkas, S. (2016). *Pengaruh Tarif, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Citilink*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, I. R. (2010). *Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Maskapai Lion Air: Studi Pada Penumpang Maskapai Lion Air di Bandara Adisucipto Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Swasta, B. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Untari, I. O. (2011). *Pengaruh Kualitas Jasa dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Paket Kilat: Studi Kasus pada PT. Pandu Logistic Semarang*. Semarang: Skripsi. Universitas Diponegoro.

Wijanarko, P. (2014). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Kereta Api Fajar Utama Semarang Relasi Semarang - Jakarta (Studi Kasus Pada Kereta Api Fajar Utama Semarang PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop IV Semarang)*. Semarang: Skripsi. Universitas Diponegoro.