

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN TRANSPORTASI ONLINE (GO-JEK) DI KOTA PEMATANGSIANTAR

Rizki Alfadillah Nasution^{1*}, Ilham Syahputra Saragih²
STIKOM Tunas Bangsa, Pematangsiantar, Indonesia^{1,2}
rizkialfadillahnst@amiktunasbangsa.ac.id^{1*}
ilham@amiktunasbangsa.ac.id²

Abstract

Ojek Online is currently mushrooming as a means of transportation that is in demand by the public. This is based on the effectiveness and efficiency offered and is the main attraction for its users. This study aims to determine public perceptions of the use of Gojek online transportation in Pematangsiantar City. The population defined in this study are consumers of online transportation users taken from the background of age, gender and occupation. Sampling technique using a questionnaire. This type of research is a quantitative descriptive research, where the researcher tries to describe the subject or subject being studied in accordance with the data obtained. The data analysis technique in this research uses validity test, reliability test and t one sample test. The results of this study indicate that from the results of the t-test one sample test, the t-value (count) is 49,546. The value of df (degree of freedom) or the degree of freedom is 49. The value of sig.(2-tailed) is 0.000. Thus the alternative hypothesis (Ha) which reads that the public has a good perception of the existence of Gojek online transportation in Pematangsiantar City is accepted.

Keywords: *online transportation, community, services.*

Abstrak

Ojek Online sekarang ini tengah menjamur sebagai sarana transportasi yang diminati oleh masyarakat. Hal ini di dasari oleh efektifitas dan efisiensi yang ditawarkan dan menjadi daya Tarik tersendiri bagi para penggunanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi online Gojek di Kota Pematangsiantar. Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna transportasi online yang diambil dari latar belakang usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan kuesioner. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, dimana peneliti mencoba menggambarkan subjek atau subjek yang diteliti sesuai dengan data yang diperoleh. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji t one sample test. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil uji t-test one sample test didapatkan nilai t (hitung) adalah sebesar 49,546 .nilai df (degree of freedom) atau derajat kebebasan adalah sebesar 49. Nilai sig.(2-tailed) adalah sebesar 0,000. Dengan demikian Hipotesis alternative (Ha) yang berbunyi masyarakat mempunyai persepsi yang baik terhadap adanya transportasi online Gojek di Kota Pematangsiantar diterima.

Kata Kunci : transportasi online, masyarakat, pelayanan jasa.

Pendahuluan

Perkembangan di bidang teknologi turut berperan dalam perkembangan transportasi. Transportasi merupakan bidang yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, karena kebutuhan masyarakat Indonesia akan transportasi sangat tinggi (Muzdalifa, Rahma, Novalia, & Rafsanjani, 2018). Berdasarkan kemajuan teknologi di bidang transportasi khususnya, sudah menjadi fakta sosial yang terjadi di

masyarakat bahwa saat ini kebutuhan akan internet sangat mempengaruhi masyarakat dalam melakukan pekerjaan serta bisnis sehari-hari. Banyaknya pengguna *smartphone* baik di sistem operasi Android maupun iOS membuat masyarakat menjadi ketergantungan dalam menggunakan *smartphone* dan internet (Ali, Kharis, & Karlina, 2019). Peluang besar ini mendorong penggagas perusahaan ojek online (GOJEK) untuk memperkenalkan ojek online berbasis aplikasi. Fenomena transportasi online saat ini sedang ramai diperbincangkan di kalangan masyarakat, karena pengguna *smartphone* dapat dengan mudah membuat pemesanan berbasis aplikasi. Pemesanan melalui aplikasi sederhana membuat Aplikasi Ojek Online cepat diterima oleh masyarakat umum, serta berbagai pilihan fitur dan layanan yang ditawarkan sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang pelayanan jasa (Herawati & Prihandono, 2018).

PT. Gojek Indonesia merupakan karya anak bangsa yang berdiri pada tahun 2010 di Jakarta. Perusahaan ini untuk kali pertama lahir dengan tujuan untuk memberikan alternatif solusi dalam memudahkan kehidupan sehari-hari di tengah kemacetan perkotaan khususnya kota Jakarta (Sulistiyastuti, 2020). Perusahaan ini bekerja dengan menghubungkan ojek dengan penumpang ojek secara online. Awal peluncurannya, Gojek hanya melayani lewat *call center* saja dan hanya melayani pemesanan di wilayah Jakarta saja. Namun pada tahun 2015 Gojek mulai berkembang dan membuat aplikasi berbasis *startup* dengan sistem yang tertata rapi. Gojek menjadi jalan penyambung untuk pengendara dan penumpang. Perusahaan Gojek memiliki komitmen untuk memberikan dampak sosial yaitu kesejahteraan bagi mitra kerjanya, tidak terkecuali kepada pengendara. Gojek memulai komitmen dengan menyampaikan kepada seluruh masyarakat bahwa Gojek adalah perusahaan rintisan atau *startup* asli Indonesia yang mempunyai misi sosial (Fakhriyah, 2020).

Saat ini, fasilitas yang diberikan oleh PT. Gojek Indonesia dalam memenuhi kebutuhan transportasi telah memberikan dampak yang signifikan di beberapa wilayah Indonesia, khususnya Kota Pematangsiantar. Kehadiran Gojek mendapat respon positif dari masyarakat, baik pelajar maupun pekerja kantoran, yang mana dalam aktivitasnya tidak terlepas dari rutinitas sehari-hari yang membutuhkan peran transportasi umum maupun pribadi. Beberapa dampak positif yang diberikan Gojek kepada masyarakat adalah biaya transportasi yang cenderung hemat, waktu tempuh yang mudah dan nyaman, mendapatkan rasa aman sebagai penumpang dan dilayani dengan sopan. Efek positif yang dibawa Gojek sangat diapresiasi oleh masyarakat (Benedictus, 2019). Berdasarkan layanan, pelayanan yang ditawarkan Gojek yang diminati di Kota Pematangsiantar antara lain tidak hanya GoRide (ojek online) tetapi ada GoFood (layanan *delivery* makanan dan minuman), GoSend (layanan antar barang) hingga penggunaan GoPay (dompet digital) yang memudahkan masyarakat untuk transaksi secara online (Kurniasari, 2018).

Persepsi konsumen saat ini menjadi hal yang menarik untuk dianalisis guna menjaga citra dan kualitas pelayanan perusahaan di mata pelanggan atau masyarakat, karena pengguna produk dan jasa harus membandingkan kinerja atau hasil yang diterima dengan harapannya (Novia & Andarini, 2019). Pemahaman persepsi dapat diterapkan untuk tujuan strategis dalam pemasaran, antara lain untuk membangun bisnis dan citra

merek, memahami risiko yang diambil konsumen, mewujudkan dan mengembangkan kualitas layanan. Jika ingin menarik dan mempertahankan pelanggan, perusahaan harus meningkatkan dan menciptakan citra positif dan lebih baik dan penyedia layanan harus memberikan pelayanan yang berkualitas dan menghindari risiko yang dapat merugikan pelanggan (Fatihudin & Firmansyah, 2019).

Mengetahui persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi online (GOJEK) di Kota Pematangsiantar.

1. Transportasi

Pengertian transportasi berasal dari kata latin yaitu *transportare*, dimana *trans* berarti seberang atau sebelah lain dan *portare* berarti mengangkut atau membawa. Jadi, transportasi berarti mengangkut atau membawa (sesuatu) ke sebelah lain atau dari suatu tempat ke tempat lainnya. Ini berarti transportasi merupakan jasa yang diberikan, guna menolong orang dan barang untuk dibawa dari suatu tempat ke tempat lainnya. Dengan demikian, transportasi adalah sebagai usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya (Widyaningrum, 2014). Transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Transportasi dapat diberi definisi sebagai usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan/atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya (Setiani, 2015).

2. Transportasi Online

Transportasi online adalah perpindahan manusia atau barang dengan menggunakan kendaraan (motor dan mobil) yang mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi) yang berbasis internet melalui aplikasi yang terdapat di *smartphone* untuk melakukan kegiatan transaksinya. Mulai dari pemesanan, pemantauan jalur, pembayaran dan penilaian terhadap pelayanan jasa itu sendiri. Aplikasi tersebut menyediakan dan menawarkan fitur layanan-layanan kepada pengguna jasa atau konsumen, aplikasi Gojek juga akan menghubungkan antara penyedia jasa yang disebut pengemudi dengan pengguna jasa yang disebut dengan konsumen (Fakhriyah, 2020). Transportasi online adalah suatu penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan raya yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi) berbasis aplikasi dan *online* baik untuk pemesanan maupun pembayaran. Inovasi baru yang muncul pada sektor transportasi ini merupakan dampak dari kemajuan teknologi yang dimanfaatkan pada sistem transportasi (Fathurrahman, 2021).

3. Kriteria Jasa Transportasi Efektif dan Efisien (Afifah & Setyantoro, 2021)

Kriteria jasa transportasi yang efektif dan efisien adalah lancar atau cepat (*speed*), selamat atau aman (*safety*), berkapasitas (*capacity*), frekuensi (*frequency*), komprehensif (*comprehensive*), keteraturan (*regularity*), bertanggung Jawab (*responsibility*), Biaya atau harga terjangkau (*affordable price*), dan nyaman (*comfort*).

4. Persepsi

Melalui persepsi individu dapat menyadari, dapat mengerti tentang keadaan diri individu yang bersangkutan. Persepsi itu merupakan aktivitas yang terintegrasi, maka seluruh apa yang ada dalam diri individu seperti perasaan, pengalaman, kemampuan

berpikir, kerangka acuan dan aspek-aspek lain yang ada dalam diri individu masyarakat akan ikut berperan dalam persepsi tersebut (Akbar, 2015). Persepsi adalah suatu proses pemberian arti atau proses kognitif dari seseorang terhadap lingkungannya, yang dipergunakan untuk menafsirkan dan memahami dunia sekitarnya. Dengan demikian setiap orang berbeda cara pandang dan penafsirannya terhadap suatu objek tertentu. Persepsi berkaitan dengan cara mendapatkan pengetahuan khusus tentang suatu fenomena pada saat tertentu dan mencakup pula aspek kognitif. Jadi, persepsi mencakup penafsiran objek dari sudut pandang individu dan persepsi dapat mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap. Lebih lanjut dijelaskan bahwa persepsi sangat dipengaruhi beberapa faktor, seperti faktor situasi, kebutuhan, keinginan, dan keadaan emosi (Bakar, 2014).

5. Indikator Persepsi

Persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian dianalisis (diorganisir), diinterpretasi dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna. Pendapat Robbins lebih melengkapi pendapat-pendapat sebelumnya, yaitu adanya unsur-unsur evaluasi atau penilaian terhadap objek persepsi. Robbins menetapkan indikator-indikator persepsi menjadi dua macam (Dewi & Agustina, 2022) yaitu:

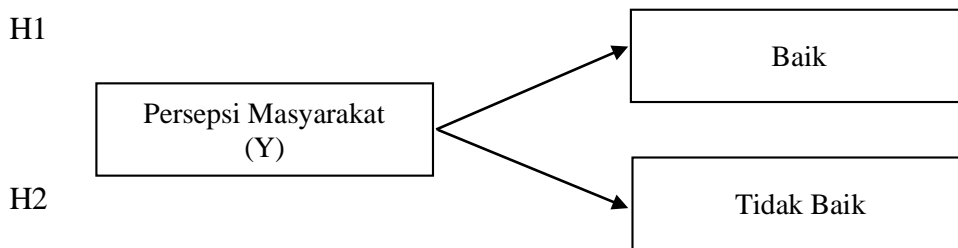
- 1) Proses penerimaan merupakan indikator terjadinya persepsi dalam tahap fisiologis, yaitu berfungsinya indera untuk menangkap rangsang dari luar.
- 2) Evaluasi rangsang dari luar yang telah ditangkap oleh indera, kemudian dievaluasi oleh individu. Evaluasi ini sangat subjektif, individu yang satu menilai suatu rangsang sebagai sesuatu yang sulit dan membosankan. Tetapi individu yang lain menilai rangsang yang sama tersebut sebagai sesuatu yang bagus dan menyenangkan.

6. Penelitian Terdahulu

Persepsi masyarakat terhadap transportasi online di Surabaya sangat positif (Agustin & Khuzaini, 2017). Masyarakat dari berbagai macam usia, latar belakang dan profesi, mereka mempunyai persepsi yang sama terhadap transportasi online. berdasarkan bahwa persepsi masyarakat terhadap transportasi online di Surabaya sangat positif. Masyarakat dari berbagai macam usia, latar belakang dan profesi, mereka mempunyai persepsi yang sama terhadap transportasi online.

Persepsi masyarakat terhadap transportasi online di Kota Bima sudah baik (Rahman, 2022). Pengguna GRAB adalah agar lebih memperhatikan lagi layanan onlinenya, agar persepsi dan ekspektasi masyarakat tentang GRAB tidak hanya tinggi, tapi juga meningkatkan penggunaannya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, dan temuan temuannya, maka peneliti dapat merumuskan kerangka pikir seperti dalam gambar berikut ini :



Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, dimana peneliti mencoba menggambarkan subjek atau subjek yang diteliti sesuai dengan data yang diperoleh. Penelitian ini dilakukan di kota Pematangsiantar yang dapat diakses dengan transportasi online. dan sumber data yang digunakan adalah observasi, angket dan studi pustaka. Populasi adalah bidang yang digeneralisasikan yang meliputi: Objek/subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini yang menjadi populasi termasuk penduduk kota Pematangsiantar yang pernah menggunakan jasa transportasi online Gojek. Ukuran sampel yang sesuai untuk digunakan adalah 30 sampai dengan 100 responden, sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden (Rizky, 2021). Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian ini dilakukan di kota Pematangsiantar, di Provinsi Sumatera Utara. Dari April hingga Mei 2022.

Subjek survei penelitian ini adalah pengguna transportasi online, baik anak-anak, anak-anak, pelajar maupun orang tua. Ukur data menggunakan lima alternatif jawaban skala Likert. Dalam Skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negatif. Untuk mengukur variabel diatas digunakan Skala Likert sebanyak lima tingkat sebagai berikut : sangat tidak setuju dengan 1, tidak setuju dengan 2, netral dengan 3, setuju dengan 4, dan sangat setuju dengan poin 5. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner kemudian dianalisis dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan deskripsi topik penelitian berdasarkan data. Data yang diperoleh ditabulasi dengan menyusun dalam sebuah tabel, kemudian dihitung persentasenya, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah : (1) observasi, (2) Studi pustaka (3) Kuesioner (angket) dan (4) Dokumentasi.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Handayati, 2016). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan alpha= 0.05. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan

valid (Herman, Hady, & Arafah, 2018). Uji Validitas digunakan rumus korelasi *Product Moment* sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana: r_{xy} = koefisien korelasi suatu butir/item

N = jumlah subjek

X = skor suatu butir/item

Y = skor total

Nilai r kemudian dikonsultasikan dengan r_{tabel} (r_{kritis}). Bila r_{hitung} dari rumus di atas lebih besar dari r_{tabel} maka butir tersebut valid, dan sebaliknya.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Handayati, 2016). Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) (Mongi, Mananeke, & Repi, 2014). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ (Alfa, Rachmatin, & Agustina, 2017). Dalam menguji reliabilitas digunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right], \text{ (Ghozali, 2012)}$$

Dimana: r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir/item

V_t^2 = varian total

3. Uji t-Test One Sample

Uji parsial dengan t test ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individu (Parsial) terhadap variabel dependen. Pengujian t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung lebih besar dari t tabel pada tingkat kepercayaan 95% atau ($p\text{-value} < 0,05$), maka H_a diterima, yang artinya variabel independen yang diuji secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Uji simultan dengan F test ini pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian F dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel .Jika F hitung lebih besar dari F tabel dengan tingkat kepercayaan 95% atau (p-value < 0,05),maka Ha diterima, yang artinya variabel independen yang diuji secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Munandar, 2017).

Hasil dan Pembahasan

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Mayoritas responden merupakan perempuan sebanyak 73 (%). Dan responden laki-laki sebanyak (27%).

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Usia Responden	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	27	27 %
Perempuan	73	73 %
	100	100 %

Responden Berdasarkan Usia

Usia 17-22 tahun (43%) merupakan mayoritas dari para responden. Disusul kemudian dengan responden berusia 23-28 tahun masing-masing (25%). Responden berusia 29 dan 34 tahun masing-masing sebanyak (18%). Responden berusia >35 tahun masing-masing (14%).

Tabel 2. Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Frekuensi	Persentase
17-22 Tahun	43	43 %
23-28 Tahun	25	25 %
29-34 Tahun	18	18 %
> 35 Tahun	14	14 %
	100	100 %

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Mayoritas responden merupakan pelajar/mahasiswa (43%), disusul dengan responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak (29%). Responden PNS sebanyak (15%) dan responden dengan pekerjaan lainnya sebanyak (13%).

Tabel 3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Usia Responden	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	43	43 %
Wiraswasta	29	29 %
PNS	15	15 %
pekerjaan lainnya	13	13 %
	100	100 %

UJI VALIDITAS

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25, dan disajikan dalam tabel tersebut :

Tabel 4. Uji Validitas

	<i>Corrected Total Correlation</i>	<i>Item-r_{tabel}</i>	Keputusan
item 1	0,521	0,300	valid
item 2	0,495	0,300	valid
item 3	0,319	0,300	valid
item 4	0,498	0,300	valid
item 5	0,603	0,300	valid
item 6	0,535	0,300	valid
item 7	0,621	0,300	valid
item 8	0,513	0,300	valid
item 9	0,432	0,300	valid
item 10	0,533	0,300	valid
Item 11	0,560	0,300	valid
item 12	0,661	0,300	valid
item 13	0,455	0,300	valid
item 14	0,554	0,300	valid
item 15	0,398	0,300	valid

Sumber: Output SPSS Versi 25

Setelah dilakukan uji validitas menggunakan SPSS Versi 25, diperoleh nilai r hitung setiap item pertanyaan lebih besar dari r tabel (>0,300) sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan sudah valid.

UJI RELIABILITAS

Pengukuran reliabilitas Suatu Konstruk dapat dikatakan dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,721	15

Sumber: Output SPSS Versi 25

Setelah dilakukan uji reliabilitas menggunakan SPSS Versi 25, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,721 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data sudah *reliabel*.

UJI T-TEST ONE SAMPLE

Tabel 6. Uji t-Test One Sample

One-Sample Test	
Test Value = 70	
Mean	95 % Confidence Interval of the Difference

	t	df	Sig. (2-tailed)	Difference	Lower	Upper
Persepsi	49.546	49	.000	54.430	52.72	55.63

Sumber: Output SPSS Versi 25

Hasil perhitungan pada tabel *one – sample test* diatas dapat diketahui nilai t (hitung) adalah sebesar 49.546 .nilai *df (degree of freedom)* atau derajat kebebasan adalah sebesar 49. Nilai *sig.(2-tailed)* adalah sebesar 0,000. Dengan demikian Hipotesis alternative (H_a) yang berbunyi masyarakat mempunyai persepsi yang baik terhadap adanya transportasi online Gojek di Kota Pematangsiantar “diterima”.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi online Gojek di Kota Pematangsiantar sangat baik dan positif. Orang-orang dari berbagai usia, latar belakang dan profesi memiliki persepsi yang sama tentang penggunaan transportasi online. Dilihat dari hasil perhitungan uji t one sample test dimana hasil yang didapatkan Hipotesis alternative (H_a) adalah masyarakat mempunyai persepsi yang baik terhadap adanya transportasi online Gojek di Kota Pematangsiantar diterima. Dengan demikian Keberadaan transportasi online bukan hanya berdampak baik pada masyarakat pengguna transportasi, namun juga memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat untuk mendapatkan penghasilan tambahan guna mencukupi kebutuhan sehari-hari. Dengan sistem online yang terintegrasi dengan baik, menimbulkan rasa aman kepada masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan transportasi online Gojek ini. Peneliti juga menyimpulkan permasalahan yang terjadi disini adalah faktor *open minded* yang harus diusung setiap pelaku bisnis, membaca peluang yang ada serta memanfaatkan teknologi yang tersedia. Hal tersebut diterapkan oleh perusahaan Gojek sehingga mampu menjadi transportasi online yang digemari oleh masyarakat di Kota Pematangsiantar

Bibliografi

- Afifah, Vivi, & Setyantoro, Dwipo. (2021). Rancangan Sistem Pemilihan dan Penetapan Harga dalam Proses Pengadaan Barang dan Jasa Logistik Berbasis Web. *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer Dan Informatika*, 5(2), 99–107.
- Agustin, Anis, & Khuzaini, Khuzaini. (2017). Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (GO-JEK) Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(9).
- Akbar, Rofiq Faudy. (2015). Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus. *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 10(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.21043/edukasia.v10i1.791>
- Alfa, Alodya Ann Gita, Rachmatin, Dewi, & Agustina, Fitriani. (2017). Analisis pengaruh faktor keputusan konsumen dengan structural equation modeling partial least square. *Jurnal EurekaMatika*, 5(2), 59–71.

- Ali, Muhammad, Kharis, Abdul, & Karlina, Deni. (2019). Faktor-Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Penggunaan Jasa Ojek Online (Go-Jek) Di Kota Mataram. *JIAIP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 6(2), 75–84. DOI: <https://doi.org/10.31764/jiap.v6i2.641>
- Bakar, Abu. (2014). Preferensi Wali Santri Dalam Memilih Pendidikan Tingkat Dasar Studi Kasus Di Pondok Tahfidz Al-Qur'an AlMuqaddasah Nglumpang Mlarak Ponorogo. *Kodifikasia: Jurnal Penelitian Islam*, 8(1), 1–21. DOI : [10.21154/kodifikasia.v8i1.786](https://doi.org/10.21154/kodifikasia.v8i1.786)
- Benedictus, Pascal Kurniawan. (2019). *Pengaruh Service Quality dan Online Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image (Studi kasus pada Mahasiswa FISIP Undip Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek)*. Faculty of Social and Political Sciences.
- Dewi, Ni Nyoman Puspita, & Agustina, Made Dian Putri. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja, Human Relation dan Iklim Organisasi terhadap Kinerja Karyawan di CV. Terus Mengwi, Badung. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(1), 190–201. DOI: <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v2i1.1785>
- Fakhriyah, Prilialianty. (2020). Pengaruh layanan transportasi online (Gojek) terhadap perluasan lapangan kerja bagi masyarakat di Kota Cimahi. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(1), 34–41. DOI: <http://dx.doi.org/10.22460/comm-edu.v3i1.3719>
- Fathurrahman, Izzan. (2021). Melestarikan Pekerja Rentan di Balik Ekonomi Inovasi: Praktik Kerja Perusahaan Teknologi kepada Mitra Pengemudi Ojek Online di Indonesia. *Menyoal Kerja Layak Dan Adil Dalam Ekonomi Gig Di Indonesia*, 79.
- Fatihudin, Didin, & Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Handayati, Ratna. (2016). Pengaruh Karakteristik Individu terhadap Kinerja Karyawan di Bank Jatim Cabang Lamongan (Suatu Studi pada Bank Jatim Cabang Lamongan). *Jurnal Akuntansi*, 1(2), 14–Halaman. DOI: <http://dx.doi.org/10.30736%2Fjpens.v1i2.83>
- Herawati, F.Anita, & Prihandono, Bambang K. (2018). Peran Jejaring Sosial dalam Pembangunan Komunitas Kreatif. *E-PROCEEDING COMICOS*, 184.
- Herman, Hendri, Hady, Hamdy, & Arafah, Willy. (2018). The influence of market orientation and product innovation on the competitive advantage and its implication toward Small and Medium Enterprises (UKM) performance. *International Journal of Science and Engineering Invention*, 4(8), 08–to.
- Kurniasari, Prinka. (2018). *Analisis Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya*. Universitas Brawijaya.
- Mongi, Lidya, Mananeke, Lisbeth, & Repi, Agusta. (2014). Kualitas produk, strategi promosi dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).

- DOI: <https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.3490>
- Munandar, Aris. (2017). Analisis Regresi Data Panel Pada Pertumbuhan Ekonomi Di Negara–Negara Asia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 59–67. DOI: <http://dx.doi.org/10.36982/jiegmk.v8i1.246>
- Muzdalifa, Irma, Rahma, Inayah Aulia, Novalia, Bella Gita, & Rafsanjani, Haqiqi. (2018). Peran fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Indonesia (pendekatan keuangan syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1).
- Novia, Chuzaematin, & Andarini, Sonja. (2019). Analisis Komparasi Persepsi Konsumen Pengguna Ojek Online Go-Ride dan Grab Bike (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Ojek Online Go-Ride dan Grab-Bike di UPN Veteran Jawa timur). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 10(2).
- Rahman, Harun. (2022). Peranan Bank Ntb Syariah Dalam Meningkatkan Usaha Pengemukan Sapi Di Desa Tangga Kecamatan Monta Kabupaten Bima. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(9), 931–944.
- Rizky, Ayu Fadilatur. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keluhan Pelanggan Jne Cabang Lumajang*.
- Setiani, Baiq. (2015). Prinsip-prinsip pokok pengelolaan jasa transportasi udara. *Jurnal Ilmiah Widya*, 1(1).
- Sulistiyastuti, Isna Ayu Arista. (2020). *Strategi Komunikasi Persuasif Gojek Dalam Menarik Minat Pelanggan (studi kasus Gojek di Wilayah Ponorogo)*. IAIN Ponorogo.
- Widyaningrum, ROSY. (2014). Persepsi Masyarakat tentang Keberadaan Pelabuhan Petikemas di Kelurahan Bukuan Kota Samarinda. *E Journal Ilmu Administrasi Negara*, 3(2), 690–701.