

**PENGARUH KEWAJARAN HARGA JASA DAN KEMUDAHAN SISTEM
PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

JASA GRAB

**(Studi Pada Mahasiswa di
Daerah Istimewa Yogyakarta)**



Disusun oleh:

MUSIADI MANALU

11160086

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2020

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Musiadi Manalu

11160086

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Musiadi Manalu
NIM : 11160086
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

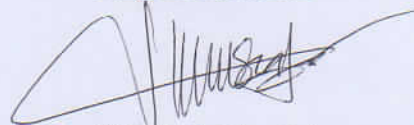
“PENGARUH KEWAJARAN HARGA JASA DAN KEMUDAHAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GRAB (Studi Pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 12 April 2020

Yang menyatakan



(Musiadi Manalu)

NIM.11160086

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KEWAJARAN HARGA JASA DAN KEMUDAHAN SISTEM
PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GRAB
(Studi Pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

telah diajukan dan dipertahankan oleh

MUSIADI MANALU

11160086

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada tanggal 15 April 2020

Nama Dosen

1. Dra. Ety Istriani, MM
Dosen Pembimbing

:

Tanda Tangan

2. Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec. Dev
Dosen Penguji

:

3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
Dosen Penguji

:

Yogyakarta, 19 Mei 2020

Disahkan Oleh:

Dekan



Dr. Perminas Pangeran, M.Si

Ketua Program Studi

Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph. D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**PENGARUH KEWAJARAN HARGA JASA DAN KEMUDAHAN SISTEM
PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GRAB
(Studi Pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, adalah bukan hasil tiruan atau plagiasi dari karya pihak lain, Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali yang bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil tiruan atau plagiasi dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 19 Mei 2020



Musiadi Manalu

11160086

HALAMAN MOTTO

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.

(Filipi 4:6)

“Dalam meraih kesuksesan, kemauan Anda untuk sukses harus lebih besar dari ketakutan Anda akan kegagalan”

(Bill Cosby)

“Mulailah dari sesuatu yang kecil,

Tekuni prosesnya,

Bekerjalah lebih keras dari siapapun,

Jatuh bangkit lagi,

dan nikmati hasilnya.”

(Musiadi Manalu)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam membantu memberi saran dan dukungan dalam pembuatan skripsi ini sehingga proses dalam pembuatan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

1. Tuhan Yesus selalu memberkati saya dalam pembuatan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan baik.
2. Kepada Orang Tua serta kakek dan nenek saya yang telah memberikan doa dan dukungan dalam segala aktivitas saya selama ini.
3. Kepada ketiga adik saya, Parsau, Yohanes, dan Lasma yang telah memberikan doa dan dukungan dalam setiap proses pembuatan skripsi ini.
4. Kepada dosen pembimbing saya Ibu Dra. Ety Istriani, MM., yang telah memberikan banyak waktu kepada saya untuk berkonsultasi sehingga dalam pembuatan skripsi menjadi lebih baik.
5. Kepada sahabat-sahabat saya Markus Edison Simbolon, S.M, Frendy Pratama, Bagas S.C. Putra, S.M, Megaria Purba, Marlian Christy dan Timotius Agung yang telah membantu dan memberi masukan kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
6. Kepada Dewi Sundari yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
7. Kepada teman-teman saya Aprilianny Yona Datus, Markus Maria Rino, Risnawati Massora, Stevanus Kevin Sirait, Jessyka Veronika Fure, Maryanti Sherliyana Darung, Michael Picanto, Vania Yulianti, Lisa Amandani, dan

teman-teman lainnya yang tak bisa saya sebutkan satu persatu dalam memberikan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Kepada teman-teman kontrakan Madukoro yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
9. Kepada seluruh teman-teman Forum Bedayong Yogyakarta dalam memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

©UKDW

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan anugerah-Nya yang begitu besar bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: **“PENGARUH KEWAJARAN HARGA JASA DAN KEMUDAHAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GRAB (Studi Pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)”**. Penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis pada Universitas Kristen Duta Wacana. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih jauh dari sempurna, baik dalam hal keterbatasan kemampuan, penggunaan bahasa, pengetahuan penulisan maupun penyajian. Penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang dapat membantu penyempurnaan penulisan skripsi ini.

Demikian susunan skripsi ini dibuat, semoga dapat memberikan nilai dan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 19 Mei 2020

Penulis,

Musiadi Manalu

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PENGARUH KEWAJARAN HARGA JASA DAN KEMUDAHAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GRAB (Studi Pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)	xv
<i>THE EFFECT OF THE FAIRNESS OF SERVICE PRICES AND EASE OF PAYMENT SYSTEMS ON PURCHASING DECISIONS GRAB SERVICES (Study of College Students in Special Region of Yogyakarta)</i>	xvi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penulisan	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II	12

LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Harga	12
2.2.1 Pengertian Harga	12
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga.....	13
2.2.3 Dimensi dan Indikator Harga.....	16
2.2.4 Kewajaran Harga.....	17
2.4 Sistem Pembayaran	18
2.4.1 Definisi Sistem Pembayaran	18
2.4.2 Sistem Pembayaran Tunai	25
2.4.3 Sistem Pembayaran Non-Tunai.....	26
2.5 Keputusan Pembelian	30
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	30
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	32
2.5.3 Tahap – Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	36
2.5.4 Peran Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	40
2.6 Penelitian Terdahulu	41
2.7 Model Konseptual Penelitian.....	43
2.8 Hipotesis.....	44
BAB III.....	46
METODE PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	46
3.2.1 Subjek Penelitian	46
3.2.2 Objek Penelitian.....	47
3.3 Populasi dan Sampel.....	47
3.3.1 Populasi.....	47

3.3.2	Sampel	47
3.4	Lokasi dan Waktu Penelitian	48
3.4.1	Lokasi Penelitian	48
3.4.2	Waktu Penelitian.....	48
3.5	Jenis dan Sumber Data	48
3.5.1	Jenis Data.....	48
3.5.2	Sumber Data	49
3.6	Metode Pengumpulan Data	49
3.6.1	Studi Pustaka/Dokumentasi.....	49
3.6.2	Kuesioner	49
3.7	Metode Analisis Data	50
3.7.1	Uji Validitas.....	50
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	52
3.7.3	Regresi Linier Berganda	53
3.7.4	Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T).....	53
3.7.5	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	54
3.7.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
3.8	Analisis Deskriptif	56
3.9	Operasional Variabel.....	56
BAB IV		59
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	59
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	59
4.1.2	Fitur Layanan Grab.....	60
4.1.3	Visi dan Misi Grab	60
4.2	Hasil Uji Instrumen Penelitian	61

4.2.1	Uji Validitas.....	61
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	63
4.3	Hasil Analisis Deskripsi Responden	64
4.3.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.3.2	Profil Responden Berdasarkan Umur	64
4.3.3	Profil Responden Berdasarkan Universitas	65
4.3.4	Profil Responden Berdasarkan Tahun Masuk	67
4.3.5	Profil Responden Berdasarkan Lokasi Universitas.....	68
4.4	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.5	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	70
4.6	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	72
4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.8.1	Pengaruh Kewajaran Harga Jasa Terhadap Keputusan Pembelian.	75
4.8.2	Pengaruh Kemudahan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian.	76
BAB V.....		80
PENUTUP.....		80
5.1	Kesimpulan	80
4.2	Saran	80
5.2.1	Saran Bagi Penyedia Layanan Jasa Grab	81
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN		87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Grab Kalangan Mahasiswa Universitas Hasanuddin	4
Tabel 2.1 Strategi Pemasaran dan Tujuan Penetapan Harga.....	13
Tabel 2.2 Tujuan Spesifik Penetapan Harga Jasa.....	15
Tabel 2.3 Hasil Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3.1 Skala Likert.....	50
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	55
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	65
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Universitas	65
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Tahun Masuk.....	67
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Lokasi Universitas	68
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Langkah – langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian.....	38
Gambar 2.2 Kerangka Pikir.....	44

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	88
Identitas Responden	89
Petunjuk Pengisian.....	89
Rekap Data Kuesioner	93
Uji Validitas dan Reliabilitas.....	97
Tabel Deskriptif	101
Uji Regresi Linear Berganda	105
R Tabel.....	108
Scan Kartu Konsultasi.....	110

© UKDW

**PENGARUH KEWAJARAN HARGA JASA DAN KEMUDAHAN SISTEM
PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GRAB**

(Studi Pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Musiadi Manalu

11160086

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Email: musiadimanalu4625@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kewajaran harga jasa dan kemudahan sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian jasa Grab (studi pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta). Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, uji signifikansi parsial, uji signifikansi simultan, dan uji koefisien determinasi. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan *SPSS-21*.

Variabel dependen yaitu keputusan pembelian sedangkan variabel independen yaitu kewajaran harga jasa dan kemudahan sistem pembayaran. Secara parsial, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kewajaran harga jasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu juga dengan kemudahan sistem pembayaran, Secara parsial kemudahan sistem pembayaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan, kewajaran harga jasa dan kemudahan sistem pembayaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun keputusan pembelian dipengaruhi oleh kewajaran harga jasa dan kemudahan sistem pembayaran sebesar 0,523 (52,3%).

Kata Kunci: Kewajaran Harga Jasa, Kemudahan Sistem Pembayaran, dan Keputusan Pembelian.

***THE EFFECT OF THE FAIRNESS OF SERVICE PRICES AND EASE OF
PAYMENT SYSTEMS ON PURCHASING DECISIONS GRAB SERVICES***

(Study of College Students in Special Region of Yogyakarta)

Musiadi Manalu

11160086

Business Faculty Management Study Program

Duta Wacana Christian University Yogyakarta

Email: musiadimanalu4625@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of the fairness of service prices and the ease of payment systems on purchasing decisions Grab services (study of students in Special Region of Yogyakarta). Data analysis methods in this study used multiple linear regression, partial significance test, simultaneous significance test, and the coefficient of determination test. The hypothesis tested of this study was using SPSS-21.

The dependent variable is the purchasing decision, while the independent variable are the fairness of the service prices and the ease of the payment systems. Partially, the results of this study indicate that the fairness of the service prices has a significant effect on purchasing decisions. Same as the ease of payment system, partially the ease of payment system has a significant effect on purchasing decisions. While simultaneously, the fairness of the service prices and ease of payment systems have a significant effect on purchasing decisions. The purchasing decisions is effected by fairness of the service prices and the ease of the payment systems by 0.523 (52.3%).

Keywords: Fairness of Service Prices, Ease of Payment Systems, and Purchasing Decisions.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, tidak ada kegiatan dan sektor yang bisa lepas dari teknologi informasi atau IT (Information and Technology). Hampir semua bidang dan disiplin ilmu memanfaatkan teknologi ini, baik langsung maupun tidak langsung, termasuk juga urusan transportasi. Dewasa ini bidang transportasi di Indonesia sedang gencar dengan munculnya transportasi berbasis aplikasi atau biasa disebut dengan transportasi online. Transportasi online merupakan transportasi yang memanfaatkan aplikasi sebagai media pemesanan untuk memudahkan konsumen dalam hal pemenuhan kebutuhan transportasi.

Kemunculan transportasi online berbasis aplikasi kian gencar di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, Yogyakarta dan ibukota provinsi lainnya. Bisnis tersebut semakin berkembang dan mendapat kepastian hukum setelah Kementerian Perhubungan (Kemenhub) menerbitkan Peraturan Menteri Perhubungan yang mengatur transportasi online yakni Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 32 tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek menggantikan KM 35 tahun 2003 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang di Jalan dengan Kendaraan Umum. Dalam aturan tersebut, Kemenhub memperbolehkan penggunaan aplikasi untuk layanan angkutan umum. Fenomena ini membuat perusahaan transportasi online baik yang menggunakan sepeda motor dan mobil bersaing berebut pangsa pasar.

Tingginya persaingan bisnis dibidang jasa transportasi online tersebut membuat setiap perusahaan bekerja keras menyusun strategi pemasaran yang dapat menjangkau pasar sasarnya dengan se-efektif mungkin (Ambarwati, 2015). Suatu strategi dikatakan efektif jika memiliki ketepatan sasaran yang tinggi, menjangkau segmen yang dituju dan dapat mempengaruhi persepsi konsumen untuk melakukan sebuah keputusan pembelian. Setiap strategi pasti dilengkapi dengan alat-alat pemasaran yang dianggap paling tepat bagi perusahaan (Christy, 2010).

Salah satu perusahaan yang berkembang cukup pesat saat ini adalah Grab. Grab didirikan oleh Anthony Tan dan Tan Hooi Ling pada Juni 2012 silam. Grab merupakan salah satu platform O2O yang bermarkas di Singapura dan paling sering digunakan di Asia Tenggara. Grab menyediakan layanan kebutuhan sehari-hari bagi para pelanggan termasuk perjalanan, pesan-antar makanan, pengiriman barang dan pembayaran menggunakan dompet digital melalui badan usaha pendukung OVO.

Mengutip dari penelitian Zulfahmi (2018), Grab memaparkan perkembangan bisnisnya pada bulan juli 2016, di mana Grab mencatat pertumbuhan layanan Grabcar dan Grab bike yang luar biasa, terutama di Indonesia, perkembangan bisnis yang dicapai sebagai berikut :

1. Grab car dan Grab bike di Indonesia tumbuh lebih dari 250 kali sejak pertengahan 2015, kini layanan penyewaan mobil pribadi dan ojek online menjadi bagian besar dari bisnis Grab secara keseluruhan, yang juga meliputi pemesanan taksi dan layanan kurir.

2. Teknologi machine learning dan kemampuan analisis data Grab yang mumpuni telah menjadi faktor pendorong pertumbuhan yang signifikan dan memungkinkan efisiensi secara besar-besaran dari waktu ke waktu. Sebagai contoh, pada 2016, layanan Grab bike di Indonesia telah tumbuh 300 persen, dan melakukan pengurangan subsidi untuk tiap perjalanan yang diselesaikan sebesar 50 persen, di mana hal ini menunjukkan tingginya keterlibatan dan keterlekatan pengguna pada platform multi-layanan Grab.
3. Indonesia telah menjadi pasar terbesar Grab berdasarkan jumlah perjalanan yang diselesaikan seluruh platform. Indonesia merupakan negara keempat terbesar dari segi populasi dengan total penduduk lebih dari 250 juta.
4. Grab menawarkan pilihan layanan pemesanan kendaraan terbanyak di sebagian besar pasar di Asia Tenggara, yang telah diunduh lebih dari 17 juta perangkat dan 320.000 pengemudi di 30 kota diseluruh Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam (Grab Indonesia 2016).

Dalam upaya menarik perhatian konsumen, Grab berusaha menyediakan layanan aplikasi yang mudah dan praktis untuk digunakan. Di lain sisi, Grab tetap berusaha mengedepankan fungsi dari aplikasi mereka sebagai platform penyedia layanan jasa yang membantu kegiatan para konsumen. Penggunaan jasa transportasi berbasis online telah menjadi tren bagi para konsumen, khususnya para mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Anugerah (2017) mengutip dari penelitian Zulfahmi (2018) pada mahasiswa Universitas Hasanuddin Makassar, dari 100 mahasiswa 94% telah memiliki aplikasi Grab di smartphone masing-masing dan 99% dari mahasiswa yang memiliki aplikasi Grab, telah menggunakan

jasa transportasi online tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa transportasi online ini sangat dibutuhkan oleh mahasiswa khususnya mahasiswa Universitas Hasanuddin. Pada penelitian tersebut juga memperlihatkan bahwa mahasiswa sering menggunakan jasa transportasi online Grab dalam beraktifitas sehari-hari. Sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1

Data Pengguna Grab Kalangan Mahasiswa Universitas Hasanuddin

Persentase Pengguna	Persentase Pengguna
Tingkat Penggunaan Tiap Bulan	Tingkat Penggunaan Tiap Bulan
17,2% 8 Kali Transaksi	17,2% 8 Kali Transaksi
11,1% 6 Kali Transaksi	11,1% 6 Kali Transaksi
17,2% 4 Kali Transaksi	17,2% 4 Kali Transaksi
54,5% 2 Kali Transaksi	54,5% 2 Kali Transaksi

Sumber : Anugerah, 2017.

Kegiatan pengambilan keputusan pembelian merupakan rangkaian proses yang sangat kompleks. Pada kegiatan transaksi atau pembelian, apalagi berkaitan dengan jasa, biasanya konsumen dihadapkan pada banyak faktor, satu diantaranya ialah harga. Pada umumnya, konsumen cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produk atau jasa dengan harga yang relatif murah. Harga merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli atau bertransaksi. Dalam perspektif ekonomi Islam, mengutip dari penelitian Wafiq Aziza(2018), biasanya, harga dijadikan penukar barang yang disepakati oleh kedua pihak. Dari pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa di mana kesepakatan tersebut

disetujui oleh kedua belah pihak. Consuegra et al. (2007) mendefinisikan kewajaran harga sebagai suatu penilaian untuk suatu hasil dan proses agar mencapai hasil yang masuk akal dan dapat diterima. Harga jasa yang wajar, dapat mendorong minat konsumen untuk melakukan transaksi.

Berkaitan dengan hal tersebut, perlu dipahami bahwa setiap pelanggan akan mempertimbangkan tawaran mana yang akan memberikan nilai paling besar. Pelanggan akan berusaha mendapatkan nilai maksimal, yang dibatasi oleh biaya pencairan, pengetahuan, mobilitas, dan pendapatan. Pelanggan membentuk harapan mengenai nilai dan melakukan tindakan terhadapnya. Kemampuan atau kegagalan suatu tawaran memenuhi harapan nilai akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk itu, tiap perusahaan harus memperlakukan pelanggan dengan sebaik-baiknya.

Selain dipengaruhi oleh kewajaran harga jasa, keputusan seorang konsumen dalam melakukan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh kemudahan sistem pembayaran. Sistem pembayaran yang kerap digunakan konsumen Indonesia ada dua jenis, yaitu pembayaran tunai dan non tunai. Davis et.al. dalam Hardiawan (2013) mendefinisikan bahwa kemudahan merupakan seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan oleh individu. Menurut Listfield dan Montes-Negret (1994:27) sistem pembayaran adalah peraturan, standar, serta instrumen yang digunakan untuk pertukaran nilai keuangan (financial value) antara dua pihak yang terlibat untuk melepaskan diri dari kewajiban. Sistem pembayaran adalah sesuatu yang penting karena

membentuk spesialisasi yang terjadi dalam produksi dan membantu menciptakan transaksi yang efisien (Humphrey, 2001).

Perkembangan digital yang semakin maju telah mentransformasi banyak bidang, salah satunya adalah industri usaha. Selain industri usaha, perkembangan digital pun telah merambah ke sektor keuangan di Indonesia dan telah merevolusi sistem pembayaran saat ini. Bahkan, menurut penelitian yang dilakukan oleh Consumer Payment Attitudes Study 2016, sebanyak 80% masyarakat Indonesia lebih suka menggunakan pembayaran elektronik untuk transaksi. Ini berarti semakin sedikit masyarakat yang membawa uang tunai. Perkembangan ini juga telah menciptakan komunitas yang disebut Cashless Society untuk orang-orang yang lebih sering menggunakan pembayaran elektronik sebagai instrumen kegiatan ekonominya.

Di Indonesia sendiri, pembayaran elektronik yang masih mendominasi adalah penggunaan kartu baik debit, kredit atau electronic money. Yang terbaru dan semakin berkembang pesat adalah penggunaan e-wallet atau dompet elektronik. Pembayaran melalui dompet elektronik sendiri digunakan untuk tujuan spesifik, misalnya saja untuk pembelian online, pembayaran transportasi online, membeli pulsa, membayar pintu tol, parkir hingga untuk membeli makanan. Salah satu dompet elektronik yang cukup diminati oleh konsumen saat ini ada OVO. PT Visionet Internasional atau OVO, platform pembayaran digital pendukung Grab ini tumbuh drastis sejak pertama kali beroperasi pada November 2017. Hingga akhir November 2018, basis pengguna OVO tumbuh lebih dari 400 persen dengan aplikasi terinstal di 115 juta perangkat, mengutip KOMPAS.com (20/12/2018).

Direktur OVO Harianto Gunawan mengatakan, dalam setahun, OVO menjangkau hampir seluruh kabupaten di Indonesia, yakni sebesar 93 persen. Sebanyak 33 persen pengguna OVO berada di wilayah Jabodetabek.

Kemudahan-kemudahan inilah yang kemudian mendorong banyak masyarakat yang mengadopsi metode pembayaran digital melalui dompet elektronik. Akan tetapi, dibalik kemudahan tersebut ada hal lain yang mendorong minat masyarakat untuk menggunakan sistem tersebut. Dari survey yang dilakukan oleh Jakpat, sebanyak 80% responden memilih menggunakan pembayaran digital dikarenakan banyaknya promo berupa diskon, insentif produk, undian berhadiah hingga bonus yang diberikan oleh penyedia layanan pembayaran digital.

Mengutip penelitian Nurdiansah tahun 2013, konsumen merupakan salah satu stakeholder yang sangat penting karena bagaimanapun juga konsumen adalah sumber penghasilan terbesar bagi perusahaan. Menurut Fandy Tjiptono (2002:22) mengutip dari penelitian Dessy Amelia Fristiani, perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan – tindakan tersebut. Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan kompleks, khususnya disebabkan oleh banyaknya variabel yang mempengaruhi dan variabel – variabel tersebut cenderung saling berinteraksi.

Konsumen dewasa ini bertindak dalam lingkaran yang tidak saja untuk memenuhi kebutuhan mereka, tetapi keinginan serta harapan atas suatu produk atau jasa yang mereka beli. Inilah alasan menganalisis konsumen menjadi sangat

penting dengan tujuan untuk melayani keinginan-keinginan serta harapan yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengambil judul, **“PENGARUH KEWAJARAN HARGA JASA DAN KEMUDAHAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GRAB (Studi Pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang di atas, maka dapat dirumuskan pokok masalah penelitian:

1. Apakah Kewajaran Harga Jasa berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab (studi pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)?
2. Apakah Kemudahan Sistem Pembayaran berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab (studi pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)?
3. Apakah Kewajaran Harga Jasa dan Kemudahan Sistem Pembayaran berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab (studi pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)?

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk mempermudah masalah yang akan dibahas dan mempermudah dalam pengumpulan data, maka perlu adanya pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah adalah:

1. Dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan meliputi: Kewajaran Harga Jasa, Kemudahan Sistem Pembayaran, dan Keputusan Pembelian Jasa.

2. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sudah pernah menggunakan/mengonsumsi jasa aplikasi Grab dan lokasi kampus responden berada di Kota Yogyakarta, Sleman, dan Bantul.

1.4 Tujuan Penulisan

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kewajaran Harga Jasa terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab (studi pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta).
2. Untuk menganalisis pengaruh Kemudahan Sistem Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab (studi pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta).
3. Untuk menganalisis pengaruh Kewajaran Harga Jasa dan Kemudahan Sistem Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab (studi pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta).

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar strata satu (S-1) peneliti melakukan penelitian mengenai Kewajaran Harga Jasa, Kemudahan Sistem Pembayaran, dan Keputusan Pembelian Jasa baik secara teoritis maupun aplikasinya di lapangan.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi yang dapat menjadi pertimbangan maupun sebagai acuan khususnya bagi yang berminat pada permasalahan bauran pemasaran.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan bisa menjadi bahan masukan yang bermanfaat dan tambahan informasi bagi perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan yang terkait dengan tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang khususnya dalam hal ini pemasaran.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini berisi tentang dasar-dasar teori yang digunakan untuk menunjang penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang Jenis Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Populasi dan Sampel, Lokasi dan Waktu Penelitian, Jenis dan

Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisis Data, Analisis Deskriptif, dan Definisi Operasional Variabel.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang analisa data yaitu menganalisis karakteristik konsumen dan pembahasan dari analisis data.

Bab V Kesimpulan, Saran dan Keterbatasan

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari analisis data, saran yang dapat penulis berikan dan keterbatasan yang dialami penulis.

© UKDW

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kewajaran harga jasa dan kemudahan sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian jasa Grab studi pada mahasiswa/i di Yogyakarta yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kewajaran Harga Jasa berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian jasa Grab studi pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Kemudahan Sistem Pembayaran berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian jasa Grab studi pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Kewajaran Harga Jasa dan Kemudahan Sistem Pembayaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian jasa Grab studi pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan dari penelitian ini, maka diajukan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan serta masukan bagi penyedia layanan jasa Grab di Yogyakarta guna meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian jasa Grab, selain itu juga dapat menjadi masukan bagi peneliti selanjutnya. Adapun saran yang dikemukakan berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Bagi Penyedia Layanan Jasa Grab

Untuk meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian jasa Grab, maka pengelola layanan jasa Grab harus memperhatikan kewajaran harga jasa yang ditetapkan serta kemudahan penggunaan dan akses pada sistem pembayaran. Alasan utama seorang konsumen mengambil keputusan untuk melakukan pembelian jasa Grab adalah harga jasa yang wajar serta sistem pembayaran yang mudah dan efisien untuk digunakan. Oleh karena itu, pertimbangan yang matang dalam menentukan kebijakan berkaitan dengan harga serta penerapan sistem pembayaran mutlak harus dilakukan oleh Grab. Pada dasarnya, semakin wajar harga jasa dan semakin mudah sistem pembayaran yang diterapkan oleh Grab, semakin cepat pula seorang konsumen mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan rumusan masalah dan variabel yang sudah ada, sehingga dapat mengungkap lebih banyak permasalahan dan memberikan hasil penelitian yang lebih baru lagi.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas subjek serta sampel yang digunakan agar data yang diperoleh lebih akurat serta meningkatkan variasi jawaban.

DAFTAR PUSTAKA

- ADB. (2016). *Asian Development Outlook 2016*. Manila: Asian Development Bank.
- Amajida, F. (2016). **Kreativitas Digital dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi Tentang Ojek Online “Go-Jek” di Jakarta**. *Informasi Kajian Ilmu Komunikasi*. Vol 46. No 1, 115-127.
- Ambarwati, M. D. (2015). **Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli**. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 25.
- Andrian, P. (2008). *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Anugerah, & Ririn. (2017). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Transportasi Online Grab Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin)**. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin*. Makassar: Skripsi.
- Arief, M. Z. (2016). **Tinjauan Yuridis Penyalahgunaan Kartu Debit Sebagai Tindak Pidana Informasi Dan Transaksi Elektronik (Studi Kasus Putusan Nomor 1985/Pid.B/2012/PN)**. *Universitas Hasanuddin*. Makassar: Skripsi.
- Arthesa, A., & Handiman, E. (2006). **Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank**. Jakarta: PT.INDEKS Kelompok Gramedia.
- Assauri, S. (2004). **Manajemen Produksi dan Operasi**. Jakarta: Lembaga Fakultas Ekonomi UI.
- Aziza, W. (2018). **Pengaruh Kualitas Jasa dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online Gojek di Kota Makassar Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam**. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin* . Makassar: Skripsi.
- Bank, I. (2012). **Peraturan Bank Indonesia No.14/2/PBI/2012 tanggal 6 Januari 2012 tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/11/PBI/2009 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu**. <http://www.bi.go.id>. Diakses tanggal 10 Januari 2020.
- Bank, I. (2012). **Peraturan Bank Indonesia Nomor 12 Tentang Sistem Pembayaran**. <http://www.bi.go.id>. Diakses tanggal 10 Januari 2020.

- (BIS), B. o. (1996). *Implications for Central Banks of The Development of Electronic Money*. <http://www.bis.org/publ/bisp01.pdf>. Diakses tanggal 23 November 2019.
- Buchari, A. (2009). **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung: Alfabeta.
- Consuegra, D., Molina, A., & and Esteban, A. (2007). *An Integrated Model Of Price, Satisfaction and Loyalty : an Empirical Analysis in Service Sector*. *Journal of Product & Brand Management*, 459-468.
- Danang, S. (2014). **Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen**. Yogyakarta: CAPS.
- Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5, 319-339.
- Davis, K. (2009). *Human Behavior at Work: Organizational Behavior*. Singapura: Mc. Grew-Hill Book Company.
- Departemen, Perhubungan. **Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 32 tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek**. <http://www.dephub.go.id>. Diakses tanggal 4 Desember 2019.
- Ferrinadewi, E. (2008). **Merek dan Psikologi Konsumen**. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fristiani, D. A. (2012). **Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang**. *Universitas Diponegoro*. Semarang: Skripsi.
- G20/OECD, I. (2016). *Ensuring Financial Education and Consumer Protection for All in The Digital Age dan GPMI dalam G20 High Level Principles fir Digital Financial Inclusion*. G20/OECD INFE.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2010). *Effect Of Product Quality, Price and Promotion to Decision Purchase Nissan X-Trail Car in PT. Wahana Wirawan Manado*. *Universitas Sam Ratulangi*. Manado: Skripsi.
- Ghozali, I. (2006). **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Keempat**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2016). **Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII.** Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2014). **Manajemen Pemasaran. Cetakan Ketiga, Edisi Kedua.** Yogyakarta: BPFE.
- Haridawan, A. C. (2013). **Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online.** *Universitas Diponegoro.* Semarang: Skripsi.
- Humphrey, D. B. (2001). *Payment Systems: Principles, Practice, and Improvements.* Washington DC: The World Bank.
- Ilham, M. (2019). **Implementasi Financial Inclusion Strategic di Era Ekonomi Digital Terhadap Literasi Keuangan di Indonesia.** *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.* Medan: Skripsi.
- Juliansyah, N. (2011). **Metodologi Penelitian.** Jakarta: Prenada Media Group.
- Kasmir. (2014). **Manajemen Perbankan, Edisi Revisi. Cetakan XII.** Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). **Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1.** Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005). **Manajemen Pemasaran, Edisi XI. Jilid 2.** Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2007). *Marketing Management, Jilid 2, Edisi 12.* New Jersey: PT. Indeks.
- Kotler, P. (2008). **Manajemen Pemasaran, Edisi Tiga Belas, Terjemahan Bob Sabran.** Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). **Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Dua Belas.** Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). **Prinsip-Prinsip Pemasaran.** Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). **Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1.** Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Marketing Management, Thirteenth Edition, Diterjemahkan Oleh Bob Sabran Dengan Judul Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1.* Index.
- Listfield, R., & F, M. (2014). *Modernizing Payment System In Emerging Economies. World Bank Policy Research Working Paper.*

- Listfield, R, F. M.-N. (1994). *Modernizing Payment System in Emerging Economies*. World Bank Policy Research Working Paper, 1336.
- Malhotra, N. (2007). *Marketing Research : an Applied Orientation*, Pearson Education, inc., Fifth Edition. New Jersey: USA.
- Mishkin, F. S. (2001). *The Economic of Money Banking, and Financial Markets. Sixth Edition*. Columbia: Addison Wesley Longman: Columbia University.
- Muttaqin, Z. (2006). **Analisis pengaruh penggunaan alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan variabel-variabel makroekonomi terhadap permintaan uang di Indonesia.**
- Notoatmodjo, S. (2010). **Metodologi Penelitian Kesehatan**. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurdiansah, C. (2013). **Analisis Pengaruh Kewajaran Harga, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Angkringan Cekli Kudus**. Universitas Diponegoro. Semarang: Skripsi.
- Papacostas. (1987). *Fundamentals of Transportation Engineering*. USA: Prantice Hall.
- Pasaleori, F. (2012). **Pengaruh Promosi dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Perolehan Dana Pihak Ketiga (Deposito BNI) PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk. CabangXX Wilayah 07**. Universitas Hasanuddin. Makassar: Skripsi.
- Paul, J., & Jerry, C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Pranoto , B. (2008). **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor**. *Jurnal Ilmiah Faktor Extra Vol.1 No. 2 September 2008*.
- Purusitawati, P. D. (2000). *Role de la Veille Technologique / d'Intelligence Economique pour le Developpement du Systeme de Paiement en Indonesie (un Travail Pour la Banque Centrale d'Indonesie)*. Faculte des Sciences et Techniques de Saint Jerome Universitie de Detroit d'Economie et de Science d'Aix Marseille. Marseille: Tesis.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2000). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall, Inc, Englewood Cliffs.
- Sugiyono. (2004). **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Propobality Sampling*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). **Statistika Untuk Penelitian**. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2010). **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND**. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND**. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). **Metode Penelitian dan Pengembangan “Untuk Bidang Pendidikan, Manajemen, Sosial, dan Teknik**. Bandung: Alfabeta.
- Suryohadibroto, I., & Prakoso, D. (1995). **Surat Berharga Alat Pembayaran Dalam Masyarakat Modern**. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tala, Y. (2016). **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Perceived Value terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada Pengguna Jasa Layanan Transportasi GoJek di Wilayah Tangerang Selatan**. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah* (p. 11). Jakarta: Skripsi.
- Tjiptono, F. (2002). **Sistem Pemasaran**. Yogyakarta: CV. Andi.
- Tjiptono, F. (2014). **Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian**. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Wijaya, R. (2018). **Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab-Food (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Layanan Grab-Food di Wilayah Kecamatan Ciputat Timur)**. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*. Jakarta: Skripsi.
- Zulfahmi. (2018). **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab di Universitas Hasanuddin**. *Universitas Hasanuddin*. Makassar: Skripsi.
- <http://www.kompas.com>. Diakses tanggal 21 November 2019.