

**PERSEPSI KONSUMEN ATAS LAYANAN GRAB CAR DI YOGYAKARTA
SKRIPSI**



Disusun Oleh:

BAGUS FRENKY SETIAWAN

11130036

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

**PERSEPSI KONSUMEN ATAS LAYANAN GRAB CAR DI YOGYAKARTA
SKRIPSI**



Disusun Oleh:

BAGUS FRENKY SETIAWAN

11130036

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN ATAS LAYANAN GRAB CAR DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:
BAGUS FRENKY SETIAWAN
11130036

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PERSEPSI KONSUMEN ATAS LAYANAN GRAB CAR DI YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

BAGUS FRENKY SETIAWAN

11130036

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal 20 Agustus 2018

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Jonathan Herdioko, SE., MM

(Ketua Tim/Dosen Penguji)

2. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM

(Dosen Penguji)

3. Drs.Purnawan Hardiyanto, M.Ec.,Dev

(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

Yogyakarta, 20 Agustus 2018

Disahkan oleh:

Dekan,



DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI

Judul : PERSEPSI KONSUMEN ATAS LAYANAN GRAB
CAR DI YOGYAKARTA

Nama : Bagus Frenky Setiawan

NIM : 11130036

Mata Kuliah : Skripsi

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Semester : Genap

Tahun : 2017/2018

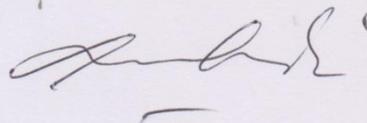
Telah diperiksa dan disetujui

di Yogyakarta

Pada Tanggal: 3 Agustus 2018

Wakil Dekan I Bidang Akademik

Dosen Pembimbing



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D



Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PERSEPSI KONSUMEN ATAS LAYANAN GRAB CAR DI YOGYAKARTA.

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

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

Yogyakarta, 3 Agustus 2018



Bagus Frenky Setiawan

11130036

HALAMAN MOTTO

- *Sekalipun aku dapat berkata-kata dengan semua bahasa manusia dan bahasa malaikat, tetapi jika aku tidak mempunyai kasih, aku sama dengan gong yang berkumandang dan canang yang gemerincing. Sekalipun aku mempunyai kerunia untuk bernubuat dan aku mengetahui segala rahasia dan memiliki seluruh pengetahuan; dan sekalipun aku memiliki iman yang sempurna untuk memindahkan gunung, tetapi jika aku tidak mempunyai kasih, aku sama sekali tidak berguna. Dan sekalipun aku membagi-bagikan segala sesuatu yang ada padaku, bahkan menyerahkan tubuhku untuk dibakar, tetapi jika aku tidak mempunyai kasih, sedikitpun tidak ada faedahnya bagiku. (1 timotius 13:1-3)*
- *Sebab mataku tertuju pada kasih setia-Mu, dan aku hidup dalam kebenaran-Mu (Mazmur 26:3)*
- *Untuk segala sesuatu ada masanya, untuk apapun yang di bawah langit ada waktunya. (Pengkotbah 3:1)*
- *Sukses itu tidak diukur oleh posisi yang telah diraih seseorang dalam kehidupan, tapi hambatan yang telah ia atasi saat berusaha untuk sukses.(Booker T)*
- *"Setiap orang yang berusaha pasti akan mendapatkan hasil yang memuaskan, jangan lah mudah putus asa namun selalu berusaha dan yakin akan keberhasilan"*
- *"Jadilah diri sendiri dari pada mengikuti orang lain, percaya diri akan menuntun kita menjadi hidup lebih berarti"*
- *"Selalu berpikir positive untuk semua hasil yang di dapat, pola pikir positive akan merubah kita menjadi lebih berkreasi dan selalu berusaha"*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan penulis untuk :

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus sebagai sumber berkat dan pengharapan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kepada Kedua Orang Tua Saya Andreas Joko Bagus dan Monica Purwanti yang penulis cintai, selalu memberi semangat dan support dalam setiap proses di hidup penulis.
3. Kepada Saudara Saya Anna Emilia, Fransiska dan Semua Ponakan yang penulis cintai, selalu memberi semangat dan support dalam setiap proses di hidup penulis.
4. Kepada Drs.Purnawan Hardiyanto, M.Ec.,Dev selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi banyak arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Kepada yang tercinta Natania Betanovani, Kedua adik Natania Betanovani dan Kedua Orang Tua Alm andi dan Septina Imelda Lumpias yang selalu setia mendampingi penulis suka maupun duka dalam pembuatan skripsi ini.
6. Sahabatku Maylin, Desi Lestari, dan Gandong (Joe, Guntur, Nensya, Bung Felix, Richard, Acul, Roland, Reky, Gigi, Junio) yang tak pernah berhenti menggoda penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Almamaterku Tercinta Universitas Kristen Duta Wacana.
8. Dan teman – teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu – persatu, terima kasih atas support dan doanya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas anugerah dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PERSEPSI KONSUMEN ATAS LAYANAN ONLINE GRAB CAR DI YOGYAKARTA”. Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) dari Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Persepsi konsumen merupakan tindakan yang dilakukan konsumen untuk memilih menggunakan transportasi online. Setiap perusahaan pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk menggunakan jasa transportasi yang di sediakan. Persepsi Konsumen juga sangat penting artinya bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan usaha maupun kelangsungan kegiatan usahanya.

Untuk itu, penulis berusaha melakukan analisa dengan memberikan variable seperti *Kinerja Karyawan, Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Service Quality* sebagai penentu keputusan pelanggan. Penulis berharap agar tulisan ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan mengenai keputusan pelanggan.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih-Nya yang tidak pernah berkesudahan dalam kehidupan penulis, yang sudah menyertai penulis dari awal perkuliahan sampai dengan selesainya penulisan Skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua tercinta penulis Papa Andreas Joko Bagus dan Mama Monica Purwanti yang selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat serta kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada penulis kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.

3. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Bapak Drs.Purnawan Hardiyanto, M.Ec.,Dev selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
6. Saudara tercinta : Anna Emila dan Fransiska.
7. Kedua Orang Tua dari Natania Betanovani Alm Papa Andi Agus Susanto Prayitno dan Mama Joelarsih yang selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat serta kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada penulis kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
8. Kepada yang tercinta Natania Betanovani, Maria Angelica dan Kevin Triantama Prayitno yang selalu setia mendampingi penulis suka maupun duka dalam pembuatan skripsi ini.
9. Semua keluarga terkasih di Yogyakarta, Madiun, Jakarta dan Tangerang yang tidak pernah berhenti memberikan motivasi serta doa kepada penulis.
10. Para sahabat terkasih yaitu Maylin, Desi Lestari, Sarah, Henny, dan Gandong (Guntur, Freliks, Nensya, Rolan, Richard, Reky, Andreina, Joe , Bagus, dan Junio) yang sudah bersama-sama dalam suka dan duka melewati perkuliahan ini dari awal sampai selesainya Skripsi ini, menjadi motivator dan saudara yang baik.
11. Teman-teman Manajemen 2013 yang telah membagikan ilmu, dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.

12. Pak Edy Nugroho, SE., MSc. yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengolah data skripsi.

13. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna pada umumnya.

Yogyakarta, 3 Agustus 2018

Penulis



Bagus Frenky Setiawan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKSI	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Batasan Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Pemasaran	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Persepsi Konsumen.....	8

2.2. Kinerja Karyawan	9
2.3. Kemudahan Penggunaan	15
2.4. Kegunaan Penggunaan.....	17
2.5. Kualitas Layanan.....	18
2.3. Penelitian Terdahulu	24
2.4. Kerangka Pemikiran.....	26
2.5. Hipotesis Penelitian	26
BAB III. METODE PENELITIAN	28
3.1. Jenis Penelitian	28
3.2. Subyek dan Objek Penelitian	28
3.3. Waktu dan Lokasi Penelitian	28
3.4. Variabel Penelitian.....	28
3.4.1. Definisi Operasional	29
3.5. Populasi dan Sample	31
3.6. Teknik Pengambilan Sampel	33
3.7. Sumber Data	33
3.8. Teknik Pengumpulan Data	34
3.9. Pengukuran Variabel	34
3.10. Teknik Pengujian Instrumen	35
3.10.1. Uji Validitas	35
3.10.2. Uji Reliabilitas	36
3.11. Teknik Analisis Regresi Berganda.....	37

BAB IV. HASIL PENELITIAN	38
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	38
4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	39
4.2.1. Analisis Deskriptif	39
4.2.2. Analisis Validitas	44
4.2.3. Analisis Reliabilitas	46
4.2.4. Analisis Regresi Linear Berganda	47
4.2.5. Koefisien Determinasi	50
4.2.6. Uji F	51
4.2.7. Uji T	53
4.3. Pembahasan Hasil	57
BAB V. PENUTUP	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Keterbatasan Penelitian	61
5.3. Saran	62
5.3.1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian untuk Grab Car	62
5.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.6. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.4. Definisi Operasional	29
Tabel 4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran	43
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.7. Hasil Regresi Berganda	47
Tabel 4.8. Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi (R^2)	50
Tabel 4.9. Hasil Uji F (F test)	51
Tabel 4.10. Hasil Uji T (T test)	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	26

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Tabel r
- Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 6 Hasil Olah Data Kuisisioner

©UKDW

Persepsi Konsumen atas Layanan Grab Car di Yogyakarta

Bagus Frenky Setiawan

Email : gudangberkas88@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin hari terus berkembang dan semakin canggih yang terjadi pada semua bidang kehidupan juga berdampak pada adanya keinginan mendapatkan jasa transportasi secara cepat dan mudah. Jasa transportasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dimana transportasi digunakan setiap orang untuk dapat mempermudah aktivitas sehari-hari. Saat ini usaha dalam bidang transportasi umum menjadi prospek usaha yang menguntungkan terutama pada kota-kota besar. Dengan demikian maka kini muncul transportasi umum berbasis online, sehingga hadirnya layanan transportasi *online* mampu memberikan perasaan puas akan kebutuhan masyarakat dalam bertransportasi. Masyarakat dapat menggunakan layanan transportasi menggunakan layanan transportasi *online* tersebut dengan mudah, murah, aman dan nyaman. Terdapat beberapa transportasi *online* yang saat ini semakin berkembang dan menunjukkan persaingan yang semakin ketat salah satunya adalah Grab Car. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aplikasi terhadap persepsi konsumen Grab Car di kota Yogyakarta dan mengetahui pengaruh kinerja driver terhadap persepsi konsumen Grab Car di kota Yogyakarta. Pada penelitian ini menggunakan metode survey. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang akan di sebarakan di Yogyakarta dan responden merupakan konsumen yang menggunakan Aplikasi Online Grab Car. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data digunakan adalah teknik analisis data deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa:

- (1) Kinerja Karyawan tidak berpengaruh terhadap persepsi konsumen Grab Car di kota Yogyakarta
- (2) Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap persepsi konsumen Grab Car di kota Yogyakarta
- (3) Kegunaan penggunaan berpengaruh terhadap persepsi konsumen Grab Car di kota Yogyakarta
- (4) Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap persepsi konsumen Grab Car di kota Yogyakarta.

Kata kunci: Kinerja Karyawan, kemudahan Penggunaan, Kegunaan Penggunaan, Kualitas Layanan

Consumer Perception of Grab Car service in Yogyakarta

Bagus Frenky Setiawan

Email : gudangberkas88@gmail.com

ABSTRACT

Technological developments that are increasingly growing and increasingly sophisticated day that occurs in all areas of life and also have a negative impact. Transportation services have a very important role in human life, where transportation is used every person to be able to facilitate daily activities. Currently business in the field of public transportation becomes a profitable business prospect especially in big cities. Thus, now emerging online-based public transportation, so the presence of online transportation services can provide a sense of satisfaction with the needs of people in transporting. People can use the transport service using the online transportation service easily, cheaply, safely and comfortably. There are several online transportation that is currently growing and shows increasingly fierce competition one of them is Grab Car. This study aims to determine the effect of application on consumer perceptions Grab Car in the city of Yogyakarta and determine the effect of driver performance on consumer perceptions Grab Car in the city of Yogyakarta. In this study using survey method. Testing using a sample of 100 respondents will be distributed in Yogyakarta and respondents are consumers who use Online Grab Car Application. Sampling technique in this research use purposive sampling.

Data collection techniques is using questionnaire. Data analysis techniques used descriptive data analysis techniques and multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that:

- (1) Employee Performance perception Grab Car in yogyakarta has no effect.
- (2) Perceived Easy Of Use perception Grab Car in yogyakarta has no effect.
- (3) Perceived Usefulness effects on Grab Car consumer persepsion in Yogyakarta city,
- (4) Service Quality persepsion Grab Car in Yogyakarta has no effect.

Keyword: Employee Perfomance. Perceived Easy Of Use, Perceived Usefulness, Service Quality

Persepsi Konsumen atas Layanan Grab Car di Yogyakarta

Bagus Frenky Setiawan

Email : gudangberkas88@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin hari terus berkembang dan semakin canggih yang terjadi pada semua bidang kehidupan juga berdampak pada adanya keinginan mendapatkan jasa transportasi secara cepat dan mudah. Jasa transportasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dimana transportasi digunakan setiap orang untuk dapat mempermudah aktivitas sehari-hari. Saat ini usaha dalam bidang transportasi umum menjadi prospek usaha yang menguntungkan terutama pada kota-kota besar. Dengan demikian maka kini muncul transportasi umum berbasis online, sehingga hadirnya layanan transportasi *online* mampu memberikan perasaan puas akan kebutuhan masyarakat dalam bertransportasi. Masyarakat dapat menggunakan layanan transportasi menggunakan layanan transportasi *online* tersebut dengan mudah, murah, aman dan nyaman. Terdapat beberapa transportasi *online* yang saat ini semakin berkembang dan menunjukkan persaingan yang semakin ketat salah satunya adalah Grab Car. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aplikasi terhadap persepsi konsumen Grab Car di kota Yogyakarta dan mengetahui pengaruh kinerja driver terhadap persepsi konsumen Grab Car di kota Yogyakarta. Pada penelitian ini menggunakan metode survey. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang akan di sebarakan di Yogyakarta dan responden merupakan konsumen yang menggunakan Aplikasi Online Grab Car. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data digunakan adalah teknik analisis data deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa:

- (1) Kinerja Karyawan tidak berpengaruh terhadap persepsi konsumen Grab Car di kota Yogyakarta
- (2) Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap persepsi konsumen Grab Car di kota Yogyakarta
- (3) Kegunaan penggunaan berpengaruh terhadap persepsi konsumen Grab Car di kota Yogyakarta
- (4) Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap persepsi konsumen Grab Car di kota Yogyakarta.

Kata kunci: Kinerja Karyawan, kemudahan Penggunaan, Kegunaan Penggunaan, Kualitas Layanan

Consumer Perception of Grab Car service in Yogyakarta

Bagus Frenky Setiawan

Email : gudangberkas88@gmail.com

ABSTRACT

Technological developments that are increasingly growing and increasingly sophisticated day that occurs in all areas of life and also have a negative impact. Transportation services have a very important role in human life, where transportation is used every person to be able to facilitate daily activities. Currently business in the field of public transportation becomes a profitable business prospect especially in big cities. Thus, now emerging online-based public transportation, so the presence of online transportation services can provide a sense of satisfaction with the needs of people in transporting. People can use the transport service using the online transportation service easily, cheaply, safely and comfortably. There are several online transportation that is currently growing and shows increasingly fierce competition one of them is Grab Car. This study aims to determine the effect of application on consumer perceptions Grab Car in the city of Yogyakarta and determine the effect of driver performance on consumer perceptions Grab Car in the city of Yogyakarta. In this study using survey method. Testing using a sample of 100 respondents will be distributed in Yogyakarta and respondents are consumers who use Online Grab Car Application. Sampling technique in this research use purposive sampling.

Data collection techniques is using questionnaire. Data analysis techniques used descriptive data analysis techniques and multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that:

- (1) Employee Performance perception Grab Car in yogyakarta has no effect.
- (2) Perceived Easy Of Use perception Grab Car in yogyakarta has no effect.
- (3) Perceived Usefulness effects on Grab Car consumer persepsion in Yogyakarta city,
- (4) Service Quality persepsion Grab Car in Yogyakarta has no effect.

Keyword: Employee Perfomance. Perceived Easy Of Use, Perceived Usefulness, Service Quality

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era sekarang ini teknologi informasi berkembang sangat pesat. Salah satu bentuk teknologi yang mengalami perkembangan signifikan hingga dapat mempengaruhi pola kehidupan dan cara berkomunikasi manusia di era global ini adalah teknologi informasi yang dikenal sebagai internet. Internet telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir hingga saat ini terlebih dengan semakin banyak sekolah dan instansi pendidikan lainnya yang mewajibkan muridnya untuk mengenal internet dan juga banyak situs jejaringan sosial yang membuat masyarakat menjadikan internet sebagai suatu kebutuhan (Laohapensang, 2009). Disamping itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang demikian pesat tersebut turut mengubah sikap dan perilaku masyarakat dalam melakukan komunikasi dan interaksi. Sebagian besar aspek kehidupan masyarakat yang selalu bersentuhan langsung dengan teknologi dan terbukti mendatangkan manfaat bagi perkembangan penggunaannya.

Pengaruh teknologi yang semakin canggih menyebabkan manusia menuntut serba instant dan cepat, semua serba mudah, dan memiliki pola hidup konsumtif. Kebutuhan konsumen yang bervariasi dapat berpengaruh terhadap perubahan gaya hidup atau *lifestyle*. Dalam perubahan gaya hidup tersebut konsumen akan berusaha keras untuk memenuhi kebutuhannya. Perkembangan teknologi yang semakin hari terus berkembang dan semakin canggih yang terjadi pada semua bidang kehidupan juga berdampak pada adanya keinginan mendapatkan jasa transportasi secara cepat dan mudah. Semua yang dibutuhkan dapat dengan mudah didapatkan melalui

teknologi komunikasi *cyber* atau *internet* dengan adanya online aplikasi yang bertujuan untuk mempermudah konsumen melakukan transaksi.

Kemajuan sistem transportasi telah mendorong seseorang ke arah *lifestyle* yang telah ditandai oleh adanya penggunaan transportasi untuk bertujuan berpergian, kelancaran dalam pengiriman barang, dan jasa, serta besarnya tingkat tenaga kerja dan mobilitas sosial yang tinggi. Dalam *lifestyle* sekarang, sebagian besar masyarakat bergantung pada angkutan umum guna pemenuhan kebutuhan sehari-hari, hal ini dikarenakan satu sisi sebagian besar masyarakat memiliki tingkat ekonomi yang masih tergolong lemah dan satu sisi tidak memiliki kendaraan pribadi. Jasa transportasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dimana transportasi digunakan setiap orang untuk dapat mempermudah aktivitas sehari-hari. Saat ini usaha dalam bidang transportasi umum menjadi prospek usaha yang menguntungkan terutama pada kota-kota besar.

Selain itu, sebagian besar persepsi masyarakat menggunakan transportasi umum dapat mempermudah aktivitas tanpa mengeluarkan biaya bahan bakar dan biaya lain-lain, tanpa perlu repot mengeluarkan transportasi pribadi, dan tidak membuang tenaga saat terjebak macet. Namun kini melihat adanya pengaruh globalisasi dan meningkatnya teknologi yang semakin canggih menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan seluruh lapisan masyarakat. Dengan melihat seperti itu, maka kini muncul transportasi umum berbasis *online*, sehingga hadirnya layanan transportasi *online* mampu memberikan perasaan puas akan kebutuhan masyarakat dalam bertransportasi. Masyarakat dapat menggunakan layanan transportasi menggunakan layanan transportasi *online* tersebut dengan mudah, murah, aman dan nyaman. Selain itu, hadirnya transportasi *online* menjawab kebutuhan masyarakat agar segala sesuatunya dapat dilakukan dengan praktis.

Terdapat beberapa transportasi *online* yang saat ini semakin berkembang dan menunjukkan persaingan yang semakin ketat. Hal tersebut tentu juga menjadi tantangan bagi *GRABCAR* yang sebelumnya dikenal sebagai *GRABTAXI* adalah sebuah perusahaan asal Singapura yang melayani aplikasi penyedia berbasis transportasi dan tersedia di 6 negara Asia Tenggara, antara lain Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Indonesia. Saat ini *GRABCAR* telah memperluas jangkauan operasi di Indonesia, di karenakan pengunduh aplikasi *GRABCAR* sudah mencapai 50jt lebih dan driver di Indonesia sudah mencapai 5jt yang membuat perusahaan transportasi untuk memperluas jangkauan bisnisnya.

Perkembangan bisnis jasa transportasi *online* yang memanfaatkan teknologi informasi akan dapat memberikan kemudahan kepada para pengguna jasa transportasi dalam hal pemesanan yang dapat dilakukan hanya dengan menggunakan *smartphone*. Akan tetapi, hal tersebut juga akan menjadi kendala tergantung pada penerimaan konsumen akan teknologi. Meskipun banyak model telah diajukan untuk menjelaskan dan memprediksi penggunaan sistem, *Technology Acceptance Model* merupakan satu-satunya yang telah menarik perhatian sebagian besar komunitas ilmiah dan merupakan pendekatan pemodelan yang sangat penting dalam penelitian teknologi informasi. Ini adalah salah satu model yang paling banyak diteliti memprediksi penggunaan teknologi informasi dan dapat dikukuhkan sebagai salah satu teori yang dominan di wilayah adopsi *e-commerce* oleh konsumen (Gefen dan Straub dalam Renko dan Popovic, 2015).

Menurut Davis (1989) minat penerimaan suatu teknologi akan terbentuk dari persepsi akan kegunaan dan persepsi akan kemudahan yang keduanya akan membentuk suatu sikap terhadap teknologi. Pada saat individu memiliki persepsi bahwa suatu sikap positif terhadap teknologi bersangkutan. Sikap terhadap teknologi

adalah evaluasi akan keinginan menggunakan suatu teknologi dari calon pengguna teknologi (Moran, 2006). Kemudian sikap yang positif terhadap penggunaan teknologi akan mendorong minat untuk menggunakan yang pada akhirnya akan menjadi suatu perilaku yang aktual.

Demikian halnya pada pengguna aplikasi *online GRABCAR* yang menginginkan adanya kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan. Dalam hal ini, *GRABCAR* menawarkan beberapa produk yang di harapkan dapat memenuhi tuntutan kebutuhan konsumen. Adapun produk tersebut terdiri dari *GRABTAXI* yang memberikan layanan pemesanan taxi melalui aplikasi, *GRABBIKE* yang memberikan layanan jasa ojek motor, *GRABCAR* yang memberikan layanan ojek mobil pribadi, *GRABEXPRESS* yang memberikan layanan jasa *delivery* barang. Pada aplikasi *GRABCAR* memiliki fitur cukup banyak dalam memberikan layanan jasa transportasi kepada pelanggan. Dalam hal ini, para pelanggan tentunya menginginkan adanya kemudahan dalam penggunaan aplikasi dan juga persepsi penggunaan yang dapat memberikan manfaat yang besar kepada pelanggan

Kemudahan dalam penggunaan aplikasi perlu juga didukung dengan kinerja karyawan yang maksimal yang dapat di wujudkan melalui pemberian layanan berkualitas akan dapat membantu menciptakan strategi kompetitif untuk menghadapi persaingan. Menurut Mangkunegara (2010, p.9) Kinerja merupakan prestasi kerja atau hasil kerja yang di capai SDM baik secara kualitas maupun kuantitas dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang di berikan kepadanya. Dengan adanya *output* atau hasil kerja yang baik oleh karyawan dalam hal ini adalah *driver* maka akan memberikan pelayanan yang berkualitas, sehingga kualitas layanan juga menjadi hal yang penting dalam peningkatan strategi kompetitif. Tjiptono dan Chandra (2011, p.177) menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan tingkat

keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Saat ini persaingan antar transportasi *online* sedang marak seperti adanya GoJek, Uber, Teknojek. Oleh karena itu GrabCar membutuhkan Persepsi dari Konsumen guna meningkatkan dan memperbaiki kualitas layanan terhadap konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian tertarik memilih judul: **“Persepsi Konsumen atas Layanan GrabCar di Yogyakarta”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- A. Apakah Penggunaan Aplikasi berpengaruh terhadap persepsi konsumen GrabCar di kota Yogyakarta?
- B. Apakah Kinerja Karyawan dapat berpengaruh terhadap persepsi konsumen Grab Car di kota Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- A. Untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Aplikasi terhadap persepsi konsumen Grab Car di Kota Yogyakarta
- B. Untuk mengetahui pengaruh Kinerja Karyawan terhadap persepsi konsumen Grab Car di Kota Yogyakarta

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan Grab Car

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan untuk dapat di jadikan sebagai bahan evaluasi dalam pengembangan perusahaan yang lebih baik.

2. Bagi Universitas

Dari hasil penelitian ini, sangat diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikut yang mampu memperbaiki dan menyempurnakan hasil penelitian ini.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini di harapkan dapat berguan bagi penulis, sebagai saranan penerapan teori-teori, dan dapat menambahkan pengathuan dan wawasan.

4. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sumber pengetahuan dan bahan pertimbangan kepada pelanggan dalam menggunakan Transportasi Online.

1.5. Batasan Penelitian

Agar masalah diteliti tidak terlalu umum dan spesifik, maka penelitian dibatasi sebagai berikut :

- A. Lokasi penelitian dilakukan di Malioboro dan Penumpang yang peneliti dapat
- B. Responden penelitian adalah Konsumen yang menggunakan jasa transportasi online khususnya GrabCar
- C. Jumlah responden 100
- D. Konsumen yang di jadikan responden adalah pengguna aktif maupun pekerja dan wisatawan
- E. Variabel yang akan di teliti yaitu :
 - a. Kinerja Karyawan (KK) : persepsi konsumen terhadap kinerja karyawan terutama driver yang sangat berpengaruh dalam perkembangan perusahaan dan bagai mana persepsi konsumen
 - b. Kemudahan Penggunaan : respon konsumen dalam penggunaan aplikasi yang sudah di sediakan perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen.
 - c. Kegunaan Penggunaan : dampak dari penggunaan aplikasi bagi konsumen yang susah dalam menggunakan yang dapat di jadikan masukan bagi perusahaan.
 - d. Kualitas Layanan : adanya kepuasan konsumen dalam pelayanan yang diberikan dalam pemberian pelayanan driver saat mengemudi, di mana konsumen dapat memeberikan masukan sebagai bahan evaluasi.
- F. Penelitian Penggunaan Aplikasi dan Kinerja Karyawan akan dilakukan pada bulan juni 2018

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan *metode purposive sampling* yang dilakukan di lokasi Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *variable persepsi konsumen atas layanan Grab Car* di Yogyakarta. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Grab Car Yogyakarta. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen yang menggunakan Aplikasi Online Grab Car dan konsumen Grab Car yang saya dapat di Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan selama pertengahan bulan Mei sampai akhir Mei 2018. dan didapat kesimpulan sebagai berikut:

A. Analisis Karakteristik Responden

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin wanita dengan jumlah 54 responden (54%).
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 17-27 tahun dengan jumlah 49 responden (49%).
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta dengan jumlah 32 responden (32%).
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pengeluaran sebesar Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000 dengan jumlah 29 responden (29%).

B. Dari hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Kinerja Karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen atas layanan Grab Car di Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,239 \geq 0,05$. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.
2. Variabel Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen atas layanan Grab Car di Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,062 \geq 0,05$. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian ditolak.
3. Variabel Kegunaan Penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen atas layanan Grab Car di Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.
4. Variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan persepsi konsumen atas layanan Grab Car di Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,437 \geq 0,05$. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian ditolak.
5. Aplikasi online Grab Car sangat berpengaruh terhadap persepsi konsumen atas layanan Grab Car di Yogyakarta.
6. Kegunaan aplikasi online Grab Car sangat berperan penting terhadap persepsi konsumen.
7. Variabel kegunaan penggunaan sangat berpengaruh terhadap variabel Y dimana persepsi konsumen lebih mementingkan manfaat penggunaan aplikasi daripada kinerja karyawan, kemudahan penggunaan dan kualitas layanan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan.

Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini menyesuaikan kuesioner dengan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan oleh penulis.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Yogyakarta saja serta memiliki keterbatasan responden yaitu hanya 100 responden yang merupakan konsumen yang menggunakan Aplikasi Online Grab Car di Yogyakarta.
3. Penelitian ini dilakukan masih dengan cara manual yakni menyebarkan kuesioner secara langsung kepada setiap pengguna Aplikasi Online Grab Car dan konsumen Grab Car yang saya dapat di Yogyakarta.

5.3 Saran

5.3.1 Saran berdasarkan hasil penelitian untuk Grab Car Yogyakarta

Dengan memberikan keramahan terhadap konsumen maka akan timbul persepsi konsumen atas layanan yang diberikan perusahaan dimana dapat berdampak signifikan maupun tidak signifikan.

Adanya keamanan yang diberikan kepada konsumen saat menggunakan jasa transportasinya, maka konsumen akan memberikan umpan balik atas persepsi yang dia alami dan yang akan berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

Ditinjau dari hasil analisis uji regresi linear berganda (uji t, uji F, uji R^2) membuktikan bahwa komponen variabel *KK*, *PEOU*, *PU*, *SQ* berdampak positif dan signifikan terhadap persepsi konsumen atas layanan Grab Car di Yogyakarta. Hasil perhitungan determinasi (R^2) yang menyatakan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,928 yang berarti variabilitas variabel dependen (persepsi konsumen atas layanan Grab Car di Yogyakarta) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen

(*Kinerja Karyawan, Perceived Easy Of Use, Perceived Usefulness, dan Service Quality*) sebesar 29,3%. Sedangkan sisanya ($100\% - 29,3\% = 70,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis. Dari hasil tersebut maka saran yang dapat penulis berikan untuk kedepannya bagi Grab Car adalah perlu diadakannya peningkatan terhadap kegunaan penggunaan aplikasi yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen kepada perusahaan, dan dengan ditingkatkannya perusahaan Grab Car dapat lebih berkembang dan maju.

5.3.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik, yaitu :

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.
2. Pada penelitian yang akan datang diharapkan peneliti melakukan studi terhadap Grab Car melalui variabel lain yang dapat mempengaruhi Persepsi Konsumen. Karena dari hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,928 yang berarti variabilitas variabel dependen (Persepsi Konsumen) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independent (*Kinerja Karyawan, Perceived Easy Of Use, Perceived Usefulness, dan Service Quality*) sebesar 29,3%. Sedangkan sisanya ($100\% - 29,3\% = 70,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

3. Pada penelitian selanjutnya, sebaiknya peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara online agar dapat diharapkan jumlah responden lebih banyak dan varian.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- AA. Anwar Prabu Mangkunegara. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Perusahaan, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Alma, B. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : ALFABETA.
- Azwar, S. 2011. *Sikap dan perilaku Dalam : Sikap Manusia Teori dan pengukuran ed.* Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Bates, John E. G., dan Douglas Hoffman. 1999. *Managing Service Marketing: Text and Readings*. Orlando: The Dryden Press Harcourt Brace College Publisher.
- Chaffey, D. 2009. *E-Business and E-Commerce Management : Strategy, Implementation and Practice*, 4th edition, Prentice Hall.
- Chin W Wynne, dan Todd Peter. 1991. "On The Usefulness, Easy Of Use Of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Not Of Caution". *Manajemen Information System Quarterly*, 21(3) , 1991.
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Easy Of Use and User Acceptance of Information Thecnology*. MIS Quartely.
- Dessler. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Terjemahan. Benyamin Molan. Edisi Bahasa Indonesia. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Dessler. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edit Terjemahan, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Fandy Tjiptono. 2006. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi.
- Furchan, A. 2007. *Pengantar Penelitian dalam pendidikan*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Handoko, Hani. 1993. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, cetakan ketujuh, Yogyakarta : BPFE.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.

- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesebelas. PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Armstrong, G. 2006. *Principles of Marketing*. 11th Edition. New Jersey: Prentice hall. Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Laohapensang, O. 2009. "Factor Influencing Internet Shopping Behavior : A Survey Of Consumer In Thailand". *Jurnal of Fashion Marketing and Management*, Vol.13, No. 4, pp. 501-513.
- Leedy, P.D. (1997). *Practical Research : Planning and Design*. Sixth Edition. Prectice Hall, Upper Saddle River. New Jersey. Chapter 4 : "The Review of the Related Literature".
- Margono. 1999. *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Mangkunegara, A. A. P 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mathis, R.L. & J.H. Jackson. 2006. *Human Resource Management: manajemen Sumber Daya Manusia*. Terjemahan Dian Angelia. Jakarta: Salemba Empat.
- Moehariono. 2012. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Moran, M. J and Shapiro N. Howard. 2006. *Fundamental of engineering thermodynamic 5th edition*, John Wiley and Sons, Chicester England.
- Ndubuis, N.O. 2003. Service Quality: Under-standing Customer Perception and Reaction, and its impact on Business. *International Journal of Business*, vol. 5, no.2.
- Oentario, Yudiantodkk. 2017. Pengaruh *Usefulness, Ease Of Use, Risk* Terhadap Intention to Buy Online Atisserie melalui Consumer Attitude berbasis Media Sosial di Surabaya. Surabaya : UKP (Diunduh pada bulan april 2017) (<http://jurnalpemasaran.petra.ac.id>),
- Putra, D.P. 2014. *Persepsi Konsumen Terhadap Produk-Produk Lokal yang Menggunakan Merek Asing*. Bengkulu : UKP (Diunduh pada bulan januari 2014) (<http://repository.unib.ac.id>).

- Renko, S., & Provic D. 2015. 'Exploring The Consumers' Acceptance Of Electronic Retailing Using Technology Acceptance Model. *Poslovna Izvrnost Zagreb*, God. IX. Br.1.
- Rogers, E.M. 1995. *Diffusion of Innovation*. 4th edition, New York : The Free express.
- Siswanto. 2002. *Manajemen Tenaga Kerja*. Bandung: Sinar Baru.
- Suhendro. 2009. Pengaruh *Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use* dalam penggunaan sistem informasi keuangan daerah. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret*. Surakarta : UKP. (Diunduh pada tahun 2009).
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, Edisi Pertama, Media Pressindo, Yogyakarta. C.V. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta.
- Yamit, Zulian. 2004. *Manajemen Kualitas Produk dan jasa. Ekonomi*, Yogyakarta.