

Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Deli Serdang)

by Rodiah Marpaung

Submission date: 05-Nov-2024 10:33AM (UTC+0700)

Submission ID: 2508844088

File name: 9_Template_Akuntansi_Rodiah_Marpaung_1.pdf (688.48K)

Word count: 4242

Character count: 26636

Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Deli Serdang)

Rodiah Marpaung^{1*}, Mutawaqil Bilah Tumanggor²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan, Indonesia

*Email@ rodiahmarpaung33@gmail.com¹ mutawaqilbilahtumnggor@umnaw.ac.id²

Alamat: Jl. Garu II A No.93, Harjosari I, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara 20147

Korespondensi penulis: rodiahmarpaung33@gmail.com

Abstract. *The purpose of this research is to determine the influence of security, service features and price on purchasing decisions among the people of Bangun Sari Village, Tanjung Morawa, Deli Serdang. The sample used in this research was 100 respondents who had made orders on the Grab application. The data used in this research is primary data obtained from questionnaires. This research uses quantitative methods with survey techniques. The sampling technique uses non-probability sampling with purposive sampling which uses several criteria. To determine the influence of security, service features and price on purchasing decisions among the people of Bangun Sari Village, Tanjung Morawa, Deli Serdang. Meanwhile, the data analysis method used in this research is the multiple linear regression analysis method which was carried out with the help of computer software, namely the Statistical Package For Social Science (SPSS 23). The results of this research show that: (1) Security partially and significantly influences purchasing decisions. (2) Service features partially and significantly influence purchasing decisions. (3) Prices partially and significantly influence Village Fund Accountability. (4) Security, Service Features and Prices simultaneously and significantly influence Village Fund Accountability.*

Keywords: Security, Service Features, Price, Purchase Decision..

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Keamanan, Fitur Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Deli Serdang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang pernah melakukan pemesanan pada aplikasi Grab. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan purposive sampling yang menggunakan beberapa kriteria untuk mengetahui pengaruh Keamanan, Fitur Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Deli Serdang. Sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan bantuan Software komputer yaitu Statistical Package For Social Science (SPSS 23). Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Keamanan secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. (2) Fitur Layanan secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. (3) Harga secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap Akuntabilitas Dana Desa. (4) Keamanan, Fitur Layanan dan Harga secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap Akuntabilitas Dana Desa.

Kata Kunci : Keamanan, Fitur Layanan, Harga, Keputusan Pembelian

1. LATAR BELAKANG

Bidang transportasi di Indonesia saat ini sedang digencarkan dengan munculnya transportasi berbasis aplikasi yang biasa disebut dengan transportasi online. Transportasi online merupakan transportasi yang memanfaatkan aplikasi sebagai media pemesanan untuk memudahkan konsumen dalam hal pemenuhan kebutuhan transportasi (Nuraeni, 2021). Transportasi online termasuk bentuk alat transportasi dan kegiatan lalu lintas yang

memanfaatkan teknologi atau perkembangan ilmu pengetahuan. Melalui perkembangan dari teknologi sekarang ini tentu memudahkan masyarakat menggunakan transportasi online melalui pemesanan pada aplikasi. Aplikasi untuk transportasi online sudah tersedia pada smartphone pengguna atau konsumen. Selain itu terdapat semua identitas pengemudi pada aplikasi sebab perusahaan pengelola sudah terlebih dulu mengadakan verifikasi sebelum bekerjasama secara kemitraan bersama dengan pengemudi, Oleh karena itu pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan meningkatkan pelayanan, kemudahan dalam pemesanan, keamanan, kenyamanan, ketepatan waktu dan lain sebagainya. Konsep keamanan merupakan sebuah cara dalam mengamankan dan melindungi data pribadi yang menjadi salah satu syarat-syarat untuk memenuhi haknya yang saling bertukar data pribadi dengan masyarakat (Dewi, 2018). Salah satu perusahaan penyedia layanan jasa transportasi online adalah PT. Grab.

PT. Grab didirikan pada tahun 2012 di Malaysia. Pendiri PT Grab tersebut adalah Anthony Tan. Grab juga telah hadir di 6 negara di seluruh Asia Tenggara antara lain di Indonesia, Malaysia, Filipina, Vietnam, Singapura dan juga Thailand. Grab hadir di Indonesia pada pertengahan tahun 2014. Grab adalah salah satu perusahaan jasa transportasi yang menyediakan layanan berbasis mobile yang dapat diunduh pada smartphone yang dapat memberikan kemudahan akses bagi para pelanggannya dan kesejahteraan para pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Grab juga menyediakan berbagai jenis layanan untuk memenuhi kebutuhan dan mempermudah kegiatan masyarakat sehari-hari, termasuk transportasi, pesan antar makanan, antar barang kesesuai tempat didalam kota yang sama dan berbagai layanan lain (Puspitasari, 2020).

Pada kebanyakan masyarakat, keputusan pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya pengaruh dari luar dirinya, baik berupa pengaruh pemasaran maupun pengaruh dari lingkungannya. Keinginan membeli konsumen merupakan suatu hal yang tersembunyi dalam hati konsumen yang mana tak ada seseorang pun yang bisa tau apa yang mereka inginkan dan juga yang diharapkan oleh konsumen.

²⁴
Tabel 1.1 Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian Pada Konsumen Grab

No	Pernyataan	Setuju	Persentase	Tidak Setuju	Persentase
	Saya menggunakan transportasi online Grab ketika saya membutuhkan untuk berpergian.	22	73%	8	27%
	Saya menggunakan transportasi online Grab ini karena sebelumnya	17	57%	13	43%

	saya telah mempertimbangkan dengan jasa transportasi online lainnya.				
	Setelah saya melakukan beberapa kali pembelian, saya yakin menggunakan transportasi online Grab merupakan keputusan yang tepat.	11	37%	19	63%
	Sampai sekarang saya masih sering menggunakan transportasi online Grab.	5	17%	25	83%

Sumber: Hasil Pra Survey 2024

Berdasarkan tabel hasil pra survey kepada 30 orang konsumen di atas dapat dilihat bahwa konsumen menggunakan transportasi online Grab ketika saya membutuhkan untuk berpergian, sebanyak 22 orang (73%) menyatakan setuju dan menyatakan tidak setuju 8 orang (27%), konsumen menggunakan transportasi online Grab karena sebelumnya saya telah mempertimbangkan dengan jasa transportasi online lainnya, sebanyak 17 orang (57 %) setuju dan 13 orang (43%) tidak setuju. Konsumen setelah melakukan beberapa kali pembelian, konsumen yakin menggunakan transportasi online Grab merupakan keputusan yang tepat, menyatakan setuju 11 orang (37%) setuju dan 19 orang (63%) tidak setuju. Sampai sekarang konsumen masih sering menggunakan transportasi online Grab, menyatakan setuju sebanyak 5 orang (17%) dan yang tidak setuju 25 orang (83%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian terhadap penggunaan jasa transportasi online grab masih sangat rendah

Harga juga merupakan salah satu faktor utama yang dipertimbangkan oleh pelanggan. Sebelum pelanggan memutuskan menggunakan layanan grab dibandingkan dengan layanan transportasi online lainnya, pelanggan terlebih dahulu akan melihat tawaran mana yang akan memberikan harga murah kepada pelanggan (Masni, 2020). Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam layanan transportasi jasa Grab adalah faktor harga. Berikut perbandingan tarif harga dan jarak transportasi online :

Tabel 1 Perbandingan Tarif Harga

Jenis Transportasi Online	Tarif / Jarak
Maxim	Rp. 23.300 /12 km
Gojek	Rp. 27.500 /12 km
Grab	Rp. 32.000 /12 km

Sumber: diolah oleh peneliti, 2024

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa tarif harga pada aplikasi transportasi online grab lebih mahal dibandikan transportasi online lainnya, dalam hal ini juga masih terdapat beberapa keluhan dari masyarakat tentang tarif harga yang tidak sesuai seperti disaat membayar lebih mahal dari tarif di aplikasi ketika sudah tiba ditempat tujuan, ada kemungkinan mitra pengemudi menambahkan biaya tambahan lain seperti parkir selama perjalanan. Hal ini dapat menyebabkan menurunnya minat pengguna aplikasi transportasi online Grab dan beralih ke aplikasi transportasi online lainnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Aisha, 2020) tentang ²⁷ **Determinan Keputusan Menggunakan Jasa Ojek Online Pada Aplikasi Grab Pada Karyawan Swasta Di Kota Medan**. Penelitian ini dilakukan pada karyawan di Kota Medan, yang terdiri dari 100 responden yang dipilih secara acak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan dan juga fitur layanan mempengaruhi secara positif terhadap keputusan menggunakan jasa online pada aplikasi Grab.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh (Batik, 2018) tentang Pengaruh Harga Dan Pelayanan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Grab Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang. Penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Grab. Maka perusahaan harus lebih memperhatikan keseimbangan harga yang saat ini dan tidak menaikan harga yang tinggi sewaktu-waktu, sehingga kedepannya tidak menimbulkan kekecewaan bagi pelanggan sehingga pelanggan tidak beralih menggunakan jasa transportasi yang lain dan tetap menggunakan jasa transportasi online Grab dengan harga yang terjangkau.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa keamanan, fitur layanan dan harga sangatlah berpengaruh penting terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Deli Serdang)”**. ²⁴ Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Pada Masyarakat ⁴ **Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Deli Serdang**. Untuk mengetahui pengaruh Fitur Layanan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Pada Masyarakat ⁴ **Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Deli Serdang**.

Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Pada Masyarakat Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Deli Serdang.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengertian Keputusan Pembelian

²² Keputusan pembelian merupakan sebuah proses yang dilakukan oleh konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli produk atau jasa. ⁷ Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen memahami permasalahan mencari informasi ataupun merk tertentu dari suatu produk kemudian mengevaluasi seberapa baik tiap alternatif tersebut dapat menyelesaikan masalahnya yang setelah itu menuju kepada keputusan pembelian (Cesariana *et al.*, 2022). Keputusan pembelian merupakan sebuah proses evaluasi terhadap dua atau lebih objek untuk kemudian dilakukan pembelian terhadap salah satunya. Sehingga ²² keputusan pembelian adalah tahap kritis dalam proses pengambilan keputusan konsumen di mana individu memilih apakah akan menggunakan jasa layanan transportasi setelah mempertimbangkan berbagai faktor dan opsi yang tersedia.

¹⁹ *Pengertian Keamanan*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Keamanan merupakan keadaan yang bebas dari istilah bahaya. Istilah ini bisa digunakan dengan hubungan kepada kejahatan, segala bentuk kecelakaan, dan lain-lain. Keamanan adalah faktor yang menjadi pertimbangan konsumen saat hendak melakukan keputusan pembelian jasa transportasi (Hafidhloh & Marlina, 2021). Keamanan merupakan suatu usaha untuk menghindari timbulnya atau adanya ancaman kejahatan yang akan mengganggu.

Pengertian Fitur Layanan

¹⁵ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Fitur layanan adalah merupakan karakteristik khusus yang terdapat pada suatu alat (televisi, ponsel, dan sebagainya) atau fungsi, kemampuan, serta desain khusus dari perangkat keras atau perangkat lunak. Fitur merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh pengguna dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan (Widianingrum, 2021). Fitur merupakan ciri atau fungsi dasar produk atau jasa, dimana fitur ini berhubungan dengan karakteristik suatu produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk yang dapat menambah ketertarikan konsumen.

Pengertian Harga

Selain keamanan dan fitur pelayanan, harga juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan. ²⁰ Harga adalah jumlah semua nilai

yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut (Alma, 2020) harga merupakan sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga merupakan nilai uang yang dibebankan terhadap pembeli atau konsumen guna mempunyai manfaat melalui sebuah produk atau jasa yang dibeli melalui penjual atau produsen (Astuti, 2021). Penerapan harga bertujuan untuk mencapai, memperoleh keuntungan, penetapan harga sangatlah berpengaruh pada keputusan untuk menggunakan jasa atau membeli barang. Harga juga secara umum dipergunakan pada aktivitas jual-beli produk yang mencakup barang maupun jasa (Mangdalena, 2022).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menguji hipotesis. Data yang digunakan adalah data primer, yaitu data kuesioner yang diperoleh dari respon tertulis dari responden berkaitan dengan butir-butir pertanyaan ataupun pernyataan yang dikolaborasi dari masing-masing indikator pada setiap variabel dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dari masyarakat di ⁴Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Deli Serdang

Populasi ⁴dalam penelitian ini adalah masyarakat di ⁴Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Deli Serdang. Data jumlah penduduk pada tabel diatas yang layak digunakan untuk populasi penelitian ini yaitu 12.983 penduduk masyarakat Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Deli Serdang. Sehingga, sampel minimal yang harus diambil adalah sejumlah 100 orang. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulismelakukan penelitian pada masyarakat ¹⁷di Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Deli Serdang.

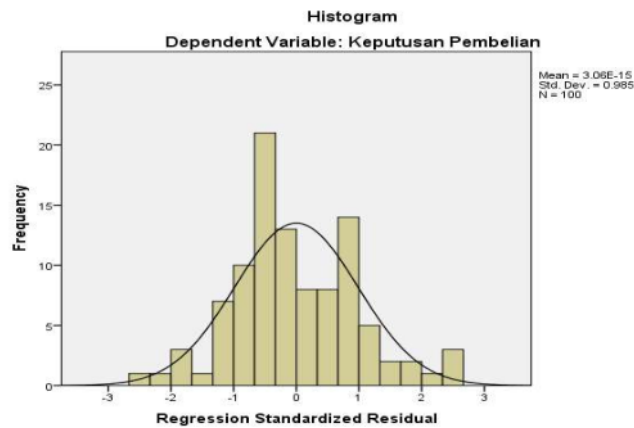
¹⁰Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid tidaknya pernyataan yang terdapat dalam instrumen penelitian. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pernyataan yang terdapat dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2021).

Uji Parsial atau Uji t digunakan untuk membuktikan bahwa hipotesis awal tentang pengaruh Keamanan (X1), Fitur Layanan (X2) dan Harga (X3) sebagai variabel independen terhadap Keputusan Pembeli (Y) sebagai variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah data penelitian terdistribusikan dengan secara normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji dengan melihat grafik *probability plot of regression standardized residual*, dan uji Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut :



Gambar 1. Grafik Histogram

Berdasarkan pada gambar 4.2 residual data menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Maka dari itu dalam hal ini dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 1 Uji Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.93969903
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.944
Asymp. Sig. (2-tailed)		.335

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah SPSS 23 tahun 2024

Berdasarkan table 4.19 diatas dapat dilihat jika nilai signifikasi sebesar sebesar 0.335 > 0,005 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal dan penelitian tersebut dapat diteruskan.

Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk melihat variabel-variabel independen tidak memiliki korelasi dengan variabel dependen. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan *Variances Inflation Factor* (VIP) dan tolerance. Hasil pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Keamanan (X1)	.476	2.100
Fitur Layanan (X2)	.663	1.509
Harga (X3)	.484	2.064

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah SPSS 23 tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.20 di atas dapat diketahui bahwa Keamanan, Fitur Layanan dan Harga memiliki nilai *tolerance* yang dimana masing-masing > 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak menunjukkan terjadinya Multikolonearitas. Begitu juga dengan tabel VIF yang menunjukkan bahwa nilai VIF-nya < 10, ini juga yang dapat menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yang dipakai tidak menunjukkan terjadinya Multikolonearitas.

2 Uji Parsial (Uji-t)

Nilai koefisien regresi dalam persamaan regresi merupakan hasil perhitungan berdasarkan sampel yang dipilih. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan t_{hitung} . Kriteria pengambilan keputusan adalah: Tingkat kesalahan (α) = 5%. Nilai t_{tabel} untuk derajat kebebasan (df) = n (jumlah sampel) – k (jumlah variabel yang digunakan) - 1 = 100-3-1= 96, t_{tabel} = 1.98498

Tabel 3 Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.326	1.116		2.980	.004
Keamanan (X1)	.177	.072	.209	2.474	.015
Fitur Layanan (X2)	.172	.076	.164	2.280	.025
Harga (X3)	.463	.070	.555	6.619	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah SPSS 23 tahun 2024

1. Keamanan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan tabel 4.22 *output coefficients*, variabel Keamanan diketahui t_{hitung} sebesar 2.474 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.98498 atau sebesar $2.474 > 1.98498$. Selain itu dapat dilihat bahwa tingkat sig sebesar 0.015 dimana dalam hal ini nilai sig. lebih kecil dari 0.05 atau $0.015 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Keamanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.
2. Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan tabel 4.22 *output coefficients*, variabel Partisipasi Masyarakat diketahui t_{hitung} sebesar 2.280 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.98498 atau sebesar $2.280 > 1.98498$. Selain itu dapat dilihat bahwa tingkat sig sebesar 0.025 dimana dalam hal ini nilai sig. lebih kecil dari 0.05 atau $0.025 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Fitur Layanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.
3. Harga terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan tabel 4.22 *output coefficients*, variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi diketahui t_{hitung} sebesar 6.619 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.98498 atau sebesar $6.619 > 1.98498$. Selain itu dapat dilihat bahwa tingkat sig sebesar 0.000 dimana dalam hal ini nilai sig. lebih kecil dari 0.05 atau $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Simultan (Uji-F)

Uji Simultan (Uji F) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel

independen atau variabel terikat.

Tabel 4 Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	179.890	3	59.963	65.848	.000 ^b
	Residual	87.420	96	.911		
	Total	267.310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga (X3), Fitur Layanan (X2), Keamanan (X3)

Sumber : Data diolah SPSS 23 tahun 2024

F_{tabel} dapat diperoleh dari tabel statistik dengan signifikansi 0.05 $df_1 = k-1$ atau $3-1 = 2$, dan $df_2 = n - k$ atau $100-3 = 97$, $F_{\text{tabel}} = 2.70$.

Berdasarkan tabel 4.23 diatas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 65.848 dengan nilai F_{tabel} yaitu 2.70 dimana nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu 65.848. Selain itu juga dapat dilihat bahwa nilai sig. Sebesar 0.000 dimana nilai sig. lebih kecil dari 0.05 atau $0.000 < 0.05$, maka dalam hal ini H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Keamanan (X1), Fitur Layanan (X2), dan Harga (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

1.1.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar peran variabel bebas (Independen) yaitu Keamanan, Fitur Layanan, dan Harga menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel terikat (Dependen). Dibawah ini adalah hasil uji koefisien determinasi dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 ^a	.673	.663	.954

a. Predictors: (Constant), Harga (X3), Fitur Layanan (X2), Keamanan (X1)

Sumber : Data diolah SPSS 23 tahun 2024

Berdasarkan Tabel 4.24 diatas dapat dilihat bahwa nilai R_{Square} yang diperoleh sebesar 0.820 atau 82%. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa variabel Keamanan (X1), Fitur

Layanan (X2), dan Harga (X3) mempengaruhi variabel Akuntabilitas dana desa (Y) sebesar 82% sedangkan sisanya sebesar 18% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Hasil Pembahasan Penelitian

1. Keamanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Keamanan terhadap Keputusan Pembelian berdasarkan tabel 4.22 *output coefficient*, variabel Keamanan diketahui t_{hitung} sebesar 2.474 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.98489 atau sebesar $2.474 > 1.98489$. Selain itu dapat dilihat bahwa tingkat sig sebesar 0.015 dimana dalam hal ini nilai sig lebih kecil dari 0.05 atau $0.015 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Keamanan (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Hal ini memberikan bukti bahwa apabila pelanggan mendapatkan keamanan dalam setiap menggunakan jasa grab, baik dari segi perjalanan seperti driver yang selalu mengutamakan keamanan berkendara maupun dari segi akun privasi grab pelanggan, maka keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa grab tersebut akan meningkat karena pelanggan mendapatkan keamanan dari segi perjalanan maupun dari segi akun grab pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Jefryansyah & Muhajirin, 2020) yang menunjukkan bahwa Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, karena semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan maka semakin tinggi pula keputusan pembelian.

2. Fitur Layanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian berdasarkan tabel 4.22 *output coefficient*, variabel Fitur Layanan diketahui t_{hitung} sebesar 2.280 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.98489 atau sebesar $2.280 > 1.98489$. Selain itu dapat dilihat bahwa tingkat sig sebesar 0.025 dimana dalam hal ini nilai sig lebih kecil dari 0.05 atau $0.025 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Fitur layanan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Hal ini memberikan bukti bahwa apabila Fitur Layanan pada aplikasi grab lebih banyak dan dapat memudahkan pekerjaan pelanggan serta dengan penggunaan fitur yang bisa digunakan oleh semua pelanggan secara mudah dan praktis, maka keputusan dalam menggunakan jasa grab akan meningkat karena dengan banyaknya fitur-fitur yang unik dan dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan semua aktifitasnya.

¹ Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Alistriwahyuni, 2019) yang menunjukkan bahwa Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, karena Fitur Layanan dapat menjadi salah satu penunjang untuk konsumen.

3. Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Harga terhadap Keputusan Pembelian berdasarkan tabel 4.22 *output coefficient*, variabel Keamanan diketahui t_{hitung} sebesar 6.619 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.98489 atau sebesar $6.619 > 1.98489$. Selain itu dapat dilihat bahwa tingkat sig sebesar 0.000 dimana dalam hal ini nilai sig lebih kecil dari 0.05 atau $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Harga (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Hal ini memberikan bukti bahwa apabila pelanggan mendapatkan keamanan dalam setiap menggunakan jasa grab, baik dari segi perjalanan seperti driver yang selalu mengutamakan keamanan berkendara maupun dari segi akun privasi grab pelanggan, maka keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa grab tersebut akan meningkat karena pelanggan mendapatkan keamanan dari segi perjalanan maupun dari segi akun grab pelanggan.

¹ Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Hayuningtias, 2022) yang menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, karena Harga juga membawa pengaruh penting bagi keputusan pembelian karena harga yang menarik akan mendorong konsumen.

Keamanan, Fitur Layanan dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.23 dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 65.848 dengan nilai F_{tabel} yaitu 2.70 dimana nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu 65.848. Selain itu ¹⁸ dapat dilihat bahwa nilai sig sebesar 0.000 dimana nilai sig lebih kecil dari 0.05 atau $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Keamanan (X1), Fitur Layanan (X2) dan Harga (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil perhitungan koefisien determinasi berdasarkan Tabel 4.24 dapat dilihat dan dijelaskan tingkat pengaruh *R Square* yang diperoleh sebesar 0.820 atau 82%. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa variabel Keamanan (X1), Fitur Layanan (X2), dan Harga (X3) mempengaruhi variabel Akuntabilitas dana desa (Y) sebesar 82% sedangkan sisanya sebesar 18% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Terdapat pengaruh parsial dan signifikan variabel Keamanan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada masyarakat yang ada di ⁴Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Terdapat pengaruh parsial dan signifikan variabel Fitur Layanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada masyarakat yang ada di ⁴Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

Terdapat pengaruh parsial dan signifikan variabel Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada masyarakat yang ada di ¹⁷Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Terdapat pengaruh Keamanan (X1), Fitur Layanan (²⁵X2) dan Harga (¹⁷X3) secara bersama-sama dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada masyarakat yang ada di ¹⁷Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapakan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan karya ini. Terima kasih kepada pembimbing Bapak Mutawaqil Bilah Tumanggor, SE., M.M. yang telah memberikan bimbingan dan arahan, serta kepada keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR REFERENSI

- Abrilia, N. D., dan Sudarwanto, T. (2020). "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya". Jurnal Universitas Negeri Surabaya.
- ²⁷Aisha, N. (2020). "Determinasi Keputusan Menggunakan Jasa Ojek Online Pada Aplikasi Grab Pada Karyawan Swasta Di Kota Medan". *Jurnal Sosial Dan Ekonomi*.
- Alistriwahyuni, N. (2019). "Pengaruh Promosi penjualan, Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan I-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggunaan I-Saku Di Indomaret (Studi Pada Pengguna I-Saku Indomaret)". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. 7 (2)
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa (Revisi)*. Bandung: Alfabeta
- Arasu, R. (2019). *Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysia e-Consumer*. IJCA Special Issue on "Wireless Information Networks & Business Information System" WINBIS, (February 2019), 54-60.
- Arpah, M., Dkk. (2023). "The Effect of trust, Perception of Risk and Security on Consumer Purchase Interest in Lazada (Empirical Study on Students of The Faculty of Economics and Business, IBN SINA University) ". *International Journal of Accounting, Managemen, Economics and social Scinces*.

- Cesariana, C., Dkk. (2022). "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace". *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Dewi, O. I. (2018). "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea di Surabaya". *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(2).
- Djan, I & Adawiyah, S. R. (2020). "The Effect of Convenience and Trust t Purchase Decision and Its Impact to customer Satisfaction". *International Journal Of Business and economics Research*. 9(4), 263-269.
- Ghazali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hafidloh, H., & Marlina, N. (2021). "Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Gojek Dimana Pandemi Covid-19 Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol 18 No 2.
- Masni. (2020). "Pengaruh Harga, Pelayanan dan Promo Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online Grab". Skripsi.
- 15 Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 118 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Sewa Khusus.
- Puspitasari, R. (2020). "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi 5nsumen Pelanggan Aplikasi Grab Di Pt. Sido Muncul Kebon Jeruk)". Skripsi Thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Saputra, A. J., & Djumarno, D. (2021). "Effect Of Price And Service Quality On Customer Satisfaction And Its Implications For Customer Loyalty At Aston Pluit Hotel & Residence Jakarta". *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 2(1), 77-91.
- 13 Setyo, P. E. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks". *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1 (6). 755-764.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RdanD*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukura, dan Strategi*. Yogyakarta : Andi Offest, 2019.
- Zulfikar & Apriliyati, K. T., (2022). "Pengaruh KemudahanPenggunaan, Risiko, Keamanan dan Fitur Layanan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Aplikasi OVO di Kota Samarinda". *Jumal Ekonomi Sosial Dan Bisni*, 18(1).

Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Bangun Sari Tanjung Morawa Deli Serdang)

ORIGINALITY REPORT

21%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

16%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Student Paper	1%
2	e-prosiding.umnaw.ac.id Internet Source	1%
3	jurnalwahana.aaykpn.ac.id Internet Source	1%
4	pt-medan.go.id Internet Source	1%
5	prosiding.konik.id Internet Source	1%
6	repositories.umsu.ac.id Internet Source	1%
7	governance.lkispol.or.id Internet Source	1%

8	Andy Praditya, Teguh Ariefiantoro, Edy Suryawardana. "ANALISIS PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, KEPEMIMPINAN, DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN (STUDI PADA KARYAWAN BAGIAN KOLEKTOR PT CAKRAWALA CITRAMEGA MULTIFINANCE CABANG SEMARANG)", Solusi, 2019 Publication	1 %
9	repository.stimart-amni.ac.id Internet Source	1 %
10	repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet Source	1 %
11	journal3.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1 %
12	statistikmenyenangkan.blogspot.com Internet Source	1 %
13	ejournal.stein.ac.id Internet Source	1 %
14	Submitted to Associatie K.U.Leuven Student Paper	1 %
15	vbook.pub Internet Source	1 %
16	www.jurnal.syntaxliterate.co.id Internet Source	1 %
17	repositori.uma.ac.id	

18

Dewi Karlina Aprilia, Basar Maringan Hutauruk. "Pengaruh Promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk Smartphone Realme (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa)", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2023

Publication

1 %

19

Submitted to Universitas Putera Indonesia YPTK Padang

Student Paper

1 %

20

repository.stieipwija.ac.id

Internet Source

1 %

21

jurnal.umitra.ac.id

Internet Source

1 %

22

www.kompas.com

Internet Source

1 %

23

Jizra Dilano, Ririsma Sihombing, Gurpreet Dhillon, Bhily Bhily. "Pengaruh Work-life Balance, Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Generasi Milenial di Gading Serpong)", Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE), 2023

Publication

1 %

24

digilib.unimed.ac.id

Internet Source

1 %

25

repository.unisma.ac.id

Internet Source

1 %

26

jonedu.org

Internet Source

1 %

27

jurnalmahasiswa.umsu.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On