

FAKTOR PENENTU PEMILIHAN JASA TRANSPORTASI ONLINE PADA MASYARAKAT BANYUMAS

Oleh:

Nirmala¹⁾ dan Mayla Surveyandini²⁾

E-mail: ¹⁾nirmalapwt@yahoo.co.id, ²⁾maylasurveyandini@yahoo.com

^{1), 2)} Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto

ABSTRACT

Online transportation is a network and technology-based transportation service. The use of an online transportation application is easy to operate on a smart-phone. Online transportation services are currently one of the services needed for the Banyumas citizen, because they have various types of services that can be operated easily. The results of the study found that the decision of the Banyumas citizen to choose to use online transportation services was influenced by 3 (three) determinants, namely convenience, security and efficiency. This paper aims to describe the determinants of the selection of online transportation services in the Banyumas citizen.

Keywords: *On-line transportation services, decision to choose, convenience, security, efficiency.*

ABSTRAKSI

Transportasi *online* merupakan jasa transportasi berbasis jaringan dan teknologi secara *online*. Penggunaan aplikasi transportasi *online* mudah dioperasikan pada *smartphone*. Jasa transportasi *online* saat ini menjadi salah satu jasa yang dibutuhkan bagi masyarakat Banyumas, karena memiliki berbagai jenis layanan yang dapat dioperasikan dengan mudah. Hasil riset menemukan bahwa keputusan masyarakat Banyumas untuk memilih menggunakan jasa transportasi *online* dipengaruhi oleh 3 (tiga) faktor penentu, yaitu kemudahan, keamanan, dan efisiensi. Paper ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor penentu pemilihan jasa transportasi *online* pada masyarakat Banyumas.

Kata kunci : Jasa transportasi *on-line*, keputusan memilih, kemudahan, keamanan, efisiensi.

PENDAHULUAN

Transportasi merupakan sebuah kebutuhan vital bagi perkembangan kehidupan kota dan masyarakat. Transportasi umum menurut Wikipedia (2018) adalah layanan angkutan penumpang bersama yang tersedia untuk digunakan oleh masyarakat umum, namun tidak dapat diakses oleh masyarakat umum tanpa adanya pemesanan secara mandiri. Artinya, sebagian besar sistem transportasi umum berjalan di sepanjang rute yang sudah tetap, dengan titik pemberhentian tertentu, dengan jadwal yang telah diatur sebelumnya. Tingkat mobilitas yang semakin tinggi menimbulkan sebuah kebutuhan akan transportasi umum yang bisa berjalan lebih privat dan fleksibel. Seiring dengan perkembangan teknologi dan jaringan digital, maka perkembangan jasa transportasi juga mengalami perubahan.

Beberapa tahun terakhir telah memunculkan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* yang dilengkapi dengan fitur *Global Positioning System* (GPS) untuk memberikan informasi keberadaan pengemudi dan pengguna dengan rute terdekat. (Damayanti, 2017). Jasa transportasi *online* pertama yang muncul dan menjadi fenomenal adalah Go-jek. Kehadiran Go-jek memicu pro dan kontra, memunculkan dukungan sekaligus demo. Namun Go-jek terus berkembang, karena kehadiran Go-jek seolah menjawab kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi yang mampu memberikan *value* lebih. Upaya memberikan *value* lebih ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2011), bahwa kegiatan pemasaran berkaitan erat dengan upaya menciptakan dan memberikan nilai (*value*) pada pelanggan.

Hasil penelitian Andilala (2018) dan Amajida (2016) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mendasari keputusan konsumen memilih jasa Go-jek adalah lebih mudah dan cepat. Faktor lain yang menjadi pertimbangan adalah keamanan, hal ini sesuai dengan hasil penelitian Amajida (2016). Hasil penelitian Anwar (2017) juga menemukan berbagai keunggulan yang membuat konsumen lebih memilih jasa transportasi *online* diantaranya yaitu kepraktisan, keamanan dan kenyamanan. Paper ini bertujuan untuk mendeskripsikan berbagai faktor penentu pemilihan jasa transportasi *online* pada masyarakat Banyumas.

Tinjauan Pustaka

Transportasi umum

Transportasi umum atau transportasi publik sebagai layanan angkutan penumpang bersama yang tersedia untuk digunakan oleh masyarakat umum, namun tidak dapat diakses tanpa adanya pemesanan secara mandiri. Sebagian besar dari sistem transportasi umum berjalan sesuai rute yang tetap dengan titik pemberhentian dan jadwal yang telah diatur sebelumnya (Wikipedia, 2018). Ada jenis transportasi umum lain yang bersifat lebih privat dan tidak membutuhkan tempat pemberhentian khusus yaitu taksi dan ojek. Titik pengantaran ditentukan oleh penumpang tetapi titik penjemputan masih berada pada lokasi tertentu sesuai tempat mangkal kendaraan.

Menurut Rifusua (2010) dalam Damayanti (2017) bahwa, transportasi publik yang baik harus memenuhi tiga kriteria dasar, yaitu: kenyamanan, keamanan, dan kecepatan. Kriteria kenyamanan akan dapat dirasakan penumpang jika terdapat fasilitas seperti pendingin udara dan tertutup dari asap polusi kendaraan bermotor. Kriteria keamanan dapat dilihat pada tempat yang disediakan untuk naik turun penumpang, seperti di terminal atau halte bus yang telah ditentukan. Kriteria kecepatan artinya terpenuhinya waktu secara cepat dan tepat untuk dapat sampai di tempat tujuan. Namun kenyataannya, ketiga kriteria tersebut sulit dipenuhi oleh transportasi umum yang bersifat konvensional. Banyak

transportasi umum yang kurang nyaman karena kondisi dan fasilitasnya kurang terawat, jadwal yang belum teratur, bahkan kadang masih berdesakan dan membahayakan penumpang. Hal ini sesuai dengan pendapat Aziah (2018) bahwa angkutan umum perkotaan yang didominasi oleh angkutan bus dan mikrolet masih terasa kurang nyaman, kurang aman dan kurang efisien, karena penumpang masih harus berdesak-desakan. Pemakai jasa angkutan umum juga masih terbatas pada kalangan bawah dan sebagian kalangan menengah, sedangkan masyarakat kalangan atas masih enggan memakai angkutan umum karena menganggap *comfortability* angkutan umum yang masih rendah, dibandingkan dengan kendaraan pribadi yang begitu nyaman dengan pelayanan dari pintu ke pintu.

Seiring dengan perkembangan teknologi telah memunculkan terobosan dalam dunia transportasi, yaitu jasa transportasi berbasis *online* yang mudah diakses dengan bantuan *smartphone*. PT. Go-jek Indonesia sebagai *start-up* perusahaan penyedia jasa pemesanan ojek yang menggunakan teknologi aplikasi android, dimana aplikasi mudah diunduh melalui *smartphone* baik android dan iOS (Go-Jek, 2015). Go-jek mulai beroperasi di Jakarta sejak tahun 2011 dan kehadirannya merupakan sebuah alternatif yang seolah menjawab kekecewaan masyarakat terhadap kelemahan transportasi konvensional. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Damayanti (2017) dan Amajida (2016). Teknologi yang melahirkan inovasi pada industri transportasi juga mengakibatkan munculnya perubahan gaya bertransportasi di masyarakat. Karena dengan bantuan aplikasi *smartphone* dan internet, konsumen bisa dengan mudah mendapatkan transportasi dengan sangat nyaman (Pratama, 2017).

Menurut Anwar (2017), teknologi diciptakan dengan tujuan untuk mempermudah berbagai aktivitas manusia sehari-hari, sehingga kehadiran transportasi *online* “dapat menjawab” kebutuhan masyarakat. Jasa transportasi *online* melakukan sebuah terobosan pemasaran yang sangat baik karena pemasaran sendiri berkaitan erat dengan upaya menciptakan dan memberikan nilai (*value*) kepada pelanggan. Dimana nilai pelanggan (*customer value*) merupakan selisih antara manfaat total dan biaya total bagi pelanggan (Tjiptono, 2011). Manfaat total (*total benefits*) meliputi : manfaat fungsional (*what the product does*), manfaat psikologis/symbolik (*what the product means*), dan manfaat pengalaman/ eksperiensial (*what is derived from consumption*). Adapun biaya total (*total costs*) meliputi biaya ekonomi/moneter (harga yang dibayarkan untuk produk tertentu), biaya waktu (waktu yang dicurahkan sejak awal mencari informasi sampai mendapatkan dan mengkonsumsi produk), biaya energi (tenaga yang dicurahkan dalam rangka mendapatkan dan mengkonsumsi produk yang diinginkan), dan biaya psikis (biaya psikologis yang berkenaan dengan proses mendapatkan dan mengkonsumsi produk).

Keputusan Memilih Jasa Transportasi *Online*

Kehadiran Go-jek di Kabupaten Banyumas yang sempat membuat banyak pro dan kontra, membuat masyarakat memiliki semakin banyak pilihan dan dapat mengambil keputusan sesuai kebutuhannya. Keputusan memilih jasa transportasi *online* sebagai alternatif yang banyak digemari oleh masyarakat karena memiliki beragam keunggulan. Salah satu faktor yang membuat konsumen lebih memilih jasa transportasi *online* karena dinilai lebih mudah dan cepat (Andilala, 2018). Faktor kemudahan ini juga sesuai dengan hasil penelitian Amajida (2016), bahwa dengan hanya menggunakan *smartphone*, konsumen dimudahkan dengan tidak perlu lagi menunggu dan mencari moda transportasi di pinggir

jalan ataupun pangkalan. Konsumen tetap dapat menunggu di lokasi mereka berada karena armada Go-Jek yang akan menghampiri pengguna. Sejalan dengan penelitian Aziah (2018) bahwa transportasi *online* merupakan solusi atas sistem transportasi yang masih buruk, karena transportasi *online* menawarkan kemudahan, biaya yang lebih murah, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, sehingga membuat konsumen lebih memilih menggunakan jasa transportasi *online*.

Menurut Davis, *et al.* (1989) dalam Wahyuningtyas (2016), kemudahan (*percieved ease of use*) adalah tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Menurut Wahyuningtyas (2016), persepsi kemudahan dalam hal penggunaan sebuah teknologi informasi didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan. Kemudahan juga mengandung arti bahwa teknologi informasi mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari atau sekaligus menggunakan, karena pada dasarnya individu yakin bahwa teknologi informasi tersebut mudah untuk dipahami dan tidak meyulitkan pengguna dalam melakukan pekerjaannya.

Faktor lain yang menjadi pertimbangan konsumen memilih Go-jek adalah keamanan. Sesuai dengan hasil penelitian Amajida (2016) bahwa konsumen merasa memperoleh rasa aman, dengan adanya kejelasan identitas pengendara, penggunaan GPS, standardisasi kondisi sepeda motor, dan fasilitas penunjang keselamatan berkendara (helm, masker, penutup rambut) yang disediakan untuk konsumen *Go-Ride*. Berdasar survey yang dilakukan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YKKI) pada April 2017 mengungkap alasan masyarakat yang memilih transportasi *online*, yakni: murah (84,1%), cepat (81,9%), nyaman (78,8%), dan aman (61,4%). Alasan memilih transportasi *online* juga dapat dilihat dalam penelitian Anwar (2017), yaitu kepraktisan, transparansi, keterpercayaan, keamanan, kenyamanan, asuransi, ragam fitur, diskon dan promo, serta adanya lahan kerja baru/sampingan.

Tujuan Dan Manfaat

Riset ini bertujuan : mengetahui dan mendeskripsikan faktor penentu pemilihan jasa transportasi *online* pada masyarakat Banyumas. Manfaat riset ini untuk mendapatkan gambaran tentang faktor penentu pemilihan jasa transportasi *online* pada masyarakat Banyumas.

Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) dan analisis data bersifat induktif/kualitatif (Sugiyono, 2011). Dengan analisis induktif, data yang telah diklasifikasikan akan dianalisa secara kualitatif, artinya pernyataan yang telah ditemukan akan dianalisis dengan bahasa yang interpretatif agar dapat menangkap makna yang dimiliki oleh konsumen pengguna jasa transportasi *online*.

Sumber data berasal dari sumber data primer yaitu observasi kepada konsumen pengguna jasa transportasi *online* di Kabupaten Banyumas. Kabupaten Banyumas dipilih karena jumlah konsumen jasa transportasi *online* yang cukup banyak, selain itu juga untuk

memudahkan peneliti menemui responden dan menghemat waktu penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi dan studi pustaka. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Go- Jek di Kabupaten Banyumas sejumlah 5.000 orang. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin, dengan prosentase kelonggaran 10% diperoleh sampel 100 orang. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan penentuan sampel tanpa sengaja (*accidental sampling*), dimana peneliti mengambil sampel yang kebetulan ditemuinya saat itu. (Sugiyono (2009).

PEMBAHASAN

Analisis deskriptif demografi telah dilakukan untuk mengetahui distribusi dari responden penelitian. Hasil analisis demografi responden dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1.
Demografi Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Perempuan	87	87 %
Laki-laki	13	13 %
Jumlah	100	100 %
Usia		
≤ 20 tahun	50	50 %
21-30 tahun	42	42 %
31-40 tahun	3	3 %
41-50 tahun	2	2 %
≥ 51 tahun	3	3 %
Jumlah	100	100 %
Pendidikan Terakhir		
SD	1	1 %
SMP	2	2 %
SMA	87	87 %
D1/D3	2	2 %
S1	7	7 %
S2	1	1 %
Jumlah	100	100 %
Pekerjaan		
PNS	1	1 %
Tenaga Pendidik	2	2 %
Karyawan swasta	29	29 %
Ibu Rumah Tangga	20	20 %
Wiraswasta	14	14 %
Polisi	1	1 %
Mahasiswa	31	31 %

Pelajar	2	2 %
Jumlah	100	100 %

Sumber data : data primer diolah

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kaum perempuan sebanyak 87% dan hanya 13% berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar kaum pria menggunakan kendaraan pribadi untuk kegiatan, sedangkan kaum perempuan masih banyak yang membutuhkan bantuan transportasi karena kemahiran ataupun ketakutan dalam menggunakan kendaraan sendiri. Berdasarkan usia, separuh responden yaitu sebanyak 50% responden berusia ≤ 20 tahun dan 42% responden berusia 21-30 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia pelajar atau mahasiswa yang artinya belum memiliki kemampuan untuk membeli kendaraan pribadi sehingga masih menggunakan transportasi umum. Berdasarkan pendidikan terakhir, sebagian besar yaitu sebanyak 87% responden memiliki jenjang pendidikan terakhir SMA, 7% responden memiliki jenjang pendidikan terakhir S1, 2% responden memiliki jenjang pendidikan terakhir SMP dan Diploma, serta 1% responden memiliki jenjang pendidikan terakhir SD dan S2.

Hal ini menggambarkan bahwa konsumen Go-Jek tersebar dan dibutuhkan oleh seluruh jenjang pendidikan, terutama didominasi pendidikan SMA yang memungkinkan responden masih berstatus mahasiswa atau awal merintis karier, sehingga kemampuan memiliki kendaraan pribadi masih terbatas. Berdasarkan pekerjaan, dapat terlihat bahwa 31% responden adalah mahasiswa, 29% responden bekerja sebagai karyawan swasta, 20% responden sebagai ibu rumah tangga, 14% responden bekerja wiraswasta, 2% responden bekerja sebagai tenaga pendidik dan pelajar, serta 1% responden bekerja sebagai PNS dan polisi. Dari hasil tersebut diatas dapat terlihat bahwa konsumen Go-Jek tidak dibatasi dari jenis pekerjaan, tetapi semua golongan baik mahasiswa, pekerja dan peajar membutuhkan kehadiran Go-Jek untuk membantu mobilitas mereka dalam pekerjaannya masing-masing.

Tabel 2.
Penggunaan Jasa Gojek

Periode waktu penggunaan Go-jek	Jumlah	Prosentase
< 1 bulan	10	10 %
1-3 bulan	18	18 %
4-6 bulan	10	10 %
>6 bulan	62	62 %
Jumlah	100	100 %
Intensitas memakai Go-jek per-minggu	Jumlah	Prosentase
≤ 3 kali	74	74 %
4-6 kali	15	15 %
≥ 7 kali	11	11 %
Jumlah	100	100 %

Sumber data : data primer diolah

Tabel 2 menggambarkan periode waktu responden menggunakan jasa Go-jek, yang didominasi sebanyak 62% responden telah menggunakan jasa Go-jek lebih dari 6 bulan. Hal

ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki kepuasan dan loyalitas terhadap Go-jek yang dipandang sebagai sebuah pilihan yang tepat, menguntungkan dan dapat memenuhi kebutuhan mobilitasnya. Berdasarkan intensitas responden menggunakan jasa Go-jek selama seminggu, dapat terlihat bahwa 74% responden menggunakan jasa Go-jek sebanyak ≤ 3 kali dalam seminggu, 15% responden menggunakan jasa Go-jek sebanyak 4-6 kali dalam seminggu dan 11% responden menggunakan jasa Go-jek sebanyak ≥ 7 kali dalam seminggu. Hal tersebut menunjukkan bahwa kehadiran Go-jek memang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai alat bantu masyarakat melakukan kegiatan yang membutuhkan mobilitas tinggi. Hal tersebut juga menunjukkan adanya pengulangan pembelian yang dapat diartikan bahwa Go-jek bukan hanya sebuah pilihan tetapi bahkan sudah menjadi sebuah kebutuhan bagi konsumennya

Tabel 3.
Hasil tabulasi faktor penentu pemilihan jasa transportasi online

Faktor penentu	Jumlah	Prosentase
Kemudahan	2.049 / 2.500	81,96 %
Keamanan	1.592 / 2.000	79,60 %
Efisiensi	1.196 / 1.500	79,73 %

Sumber data : data primer diolah

Dari 100 responden yang merupakan konsumen pengguna jasa transportasi *online* dapat digali faktor-faktor penentu pemilihan jasa transportasi *online* pada masyarakat Banyumas. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa ada tiga faktor penentu bagi konsumen dalam memilih menggunakan jasa transportasi *online* (Go-jek), yaitu karena faktor kemudahan sebanyak 81,96%, faktor keamanan sebanyak 79,60% dan faktor efisiensi sebanyak 79,73%. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh penelitian Amajida (2016) bahwa konsumen merasa memperoleh rasa aman dalam menggunakan jasa transportasi *online*, Andilala (2018) bahwa salah satu faktor konsumen lebih memilih jasa transportasi *online* karena dinilai lebih mudah dan cepat, serta sesuai dengan survey dari YKLI pada April 2017, bahwa alasan masyarakat memilih jasa transportasi *online* karena murah (84,1%) dan cepat (81,9%).

KESIMPULAN

Konsumen pengguna jasa transportasi *online* (dalam hal ini Go-jek) di Kabupaten Banyumas terdiri dari masyarakat dengan berbagai kelompok usia, latar belakang pendidikan, dan pekerjaan. Berdasarkan periode waktu konsumen mengenal dan menggunakan jasa transportasi *online*, sebanyak 62% responden telah menggunakan jasa Go-jek lebih dari 6 bulan. Berdasarkan intensitas konsumen menggunakan jasa Go-jek selama seminggu, sebanyak 74% responden menggunakan jasa Go-jek sebanyak ≤ 3 kali dalam seminggu, 15% responden menggunakan jasa Go-jek sebanyak 4-6 kali dalam seminggu dan 11% responden menggunakan jasa Go-jek sebanyak ≥ 7 kali dalam seminggu. Terdapat tiga faktor penentu pemilihan jasa transportasi *online* pada masyarakat Banyumas, yaitu faktor kemudahan (81,96%), faktor keamanan (79,60%) dan faktor efisiensi (79,73%).

Implikasi

Jasa transportasi *online* telah diterima dengan baik oleh masyarakat dan harus senantiasa mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanannya, agar semakin banyak konsumen yang memilih menggunakan jasanya. Konsumen dapat memilih menggunakan jasa transportasi *online* sebagai sebuah alternatif dari berbagai jenis jasa transportasi umum yang tersedia, tentunya dengan tetap memperhatikan faktor keamanan dan kenyamanan.

Saran Untuk Penelitian Yang Akan Datang

Agar dapat lebih menjelaskan berbagai faktor penentu pemilihan jasa transportasi *online*, maka wilayah penelitian dapat diperluas lagi. Penelitian selanjutnya juga dapat melakukan penelitian perbandingan kepuasan atau faktor pendorong penggunaan jasa transportasi online *Go-Jek* dengan perusahaan penyedia jasa transportasi *online* lainnya.

Acknowledgement

Ucapan terimakasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Riset dan Teknologi Pendidikan Tinggi yang telah memberikan dana penelitian, serta Rektor Universitas Wijayakusuma Purwokerto yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Amajida, Fania Darma. 2016. Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi Tentang Ojek Online “Go-Jek” Di Jakarta. *Jurnal Informasi : Kajian Ilmu Komunikasi Volume 46. Nomor 1. Juni 2016 Issn (P) 0126-0650 Issn (E) 2502-3837*. Doi: <https://doi.org/10.21831/Informasi.V46i1.9657>
- Andilala, Muh. Edo Aprillia, Fitra A. Bachtiar, Mochamad Chandra Saputra. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Persepsi Ukuran, Persepsi Reputasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Menggunakan Transportasi Online (Studi Kasus : GO- JEK Indonesia). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* e-ISSN: 2548- 964X Vol. 2, No. 4, April 2018, hlm. 1638-1647 <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Anwar, Ahsani Amelia. 2017. Online vs Konvensional: Keunggulan dan Konflik Antar Moda Transportasi di Kota Makassar. *Jurnal Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia Universitas Hasanuddin Makassar*. Vol.2 No.2 Desember 2017 ISSN 2527-9319 (p) 2548- 9747 €.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Bina Aksara. Jakarta
- Aziah, A., & Rabia, P. 2018. Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Cakrawala - Jurnal Humaniora*

Bina Sarana Informatika, Volume 18 No.2 September 2018 P-ISSN 1411-8629, E-ISSN: 2579-3314 Doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>

- Damayanti, Slaudiya Anjani Septi. 2017. Transportasi Berbasis Aplikasi Online: Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi Masyarakat Kota Surabaya. *Journal Universitas Airlangga*. <http://scholar.google.co.id> <http://Fjournal.unair.ac.id>
- Ghozali Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Program SPSS*. Semarang : Bp. Universitas Diponegoro. Semarang.
- (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFU Universitas Diponegoro.
- Hasan, M.Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Pratama ,Muhammad Gilang; Wibawa B M, Kunaifi A. Analisis Deskriptif Konsumen Dan Mitra Pengemudi Pada Jasa Transportasi Online Ride Sharing. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 2017 - ejurnal.its.ac.id Vol.6 no.2 2017 http://www.ejurnal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/view/23108
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 2011, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta. Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing
- Umar, H. 2006. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Wahyuningtyas, Retno Asri. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Persepsi Kegunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Layanan Aplikasi Go-Jek Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 4 Nomor 3. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya

Sumber rujukan dari website :

- <https://ldfebui.org/wp>. Dampak Gojek Terhadap Perekonomian *diakses pada 1 Agustus 2018*
- <http://www.Go-Jek.com>. “Go-Jek Indonesia: An Ojek for Every Need.” <https://cnbcindonesia.com/market>. Kontribusi Go-jek Terhadap Ekonomi Indonesia Capai Rp 82 T. (*diakses pada 1 Agustus 2018*)
- <https://cnnindonesia.com/ekonomi> *diakses pada 1 Agustus 2018*
- <https://wikipedia.org/wiki/transportasi>. *diakses pada 1 Agustus 2018*. <https://ylki.or.id/2017/07/YLKI>, 2017. *Warta Konsumen: Transportasi Online; Kawan atau Lawan?*