

## Faktor-Faktor yang Membedakan Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Dalam Kota (Studi Kasus Angkutan Umum Konvensional dan Berbasis Online)

Aslamia Rosa<sup>a</sup>, Achmad Widad<sup>b</sup>, Dian Eka<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Universitas Sriwijaya, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen. Indonesia. Email : aslamiarosa06@gmail.com

<sup>b</sup> Universitas Sriwijaya, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen. Indonesia. Email : awidad66@yahoo.com

<sup>c</sup> Universitas Sriwijaya, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen. Indonesia. Email : dian1962@yahoo.co.id

---

### ABSTRAK

**Tujuan** – Penelitian ini dilatarbelakangi dengan munculnya fenomena dalam masyarakat Kota Palembang yang disugahi pelayanan transportasi umum berbasis online. Seiring dengan makin mudahnya mengakses internet dan mudahnya untuk mendapatkan telepon pintar maka pelayanan transportasi umum online menjadi pilihan terbaik bagi sebagian masyarakat

**Design/methodology/approach** – Studi ini menggunakan beberapa masyarakat Kota Palembang masing-masing menggunakan angkutan umum online dan angkutan umum konvensional sebagai sampel

**Temuan** – Faktor keamanan menjadi pertimbangan pada masing masing jenis angkutan umum tersebut dianggap kurang penting, ini mengindikasikan bahwa baik penumpang angkutan umum konvensional berupa Bus Rapid Transit Transmusi dan berbasis online menganggap aman untuk dinaiki.

**Research limitations/implications** – Keterbatasan dari penelitian ini adalah hanya fokus pada satu jenis angkutan umum dan perilaku konsumennya.

**Originality/value** – Analisis diskriminan digunakan untuk mengetahui faktor pembeda pertimbangan masyarakat dalam menggunakan angkutan umum online atau konvensional

**Keywords:** Angkutan umum konvensional dan angkutan umum online

---

### PENDAHULUAN

Berkat kemajuan teknologi juga telepon yang tadinya hanya diletakkan di meja atau tempat telepon sekarang dapat dibawa ke mana-mana. Telepon seperti ini dinamakan telepon genggam, selanjutnya telepon tersebut dinamakan telepon pintar (*smartphone*) karena banyak fitur dalam telepon tersebut yang dapat membantu kegiatan dan memenuhi kebutuhan pemakainya, salah satunya telepon ini bisa mengakses internet. Bagi dunia usaha ini bisa digunakan untuk memperlancar operasional perusahaan dan yang terpenting lagi bisa digunakan untuk mempromosikan barang ataupun jasa, mulai dari promosi barang kosmetika, buku, telepon dan aksesorinya, komputer dan aksesorinya, peralatan rumah tangga, dan masih banyak lagi barang lain yang ditawarkan. Untuk produk jasa meliputi jasa pengiriman barang, pemesanan tiket dan transportasi.

Khusus mengenai transportasi cukup banyak masyarakat yang merasa terbantu, karena mudah diakses atau mudah dipesan dan tidak memakan waktu yang lama. Hal ini dikarenakan tidak semua masyarakat dengan tempat tinggalnya atau di mana tempat asal berangkat masing-masing dapat dengan mudah mencapai pangkalan atau tempat berkumpulnya angkutan umum, namun angkutan umum yang dipesan online ini mendatangi tempat penjemputan.

Fenomena angkutan umum online di Indonesia saat ini, atau mulai dalam dua tahun terakhir mulai ramai diperbincangkan dan menjadi alat transportasi idola baru terutama di kota-kota besar. Palembang yang merupakan salah satu kota besar di negara ini tidak terkecuali mengalami fenomena ini. Sudah menjadi perbincangan dan salah satu pilihan masyarakat untuk menggunakan jasa transportasi umum yang dipesan secara online. Sejauh ini transportasi

berbasis online yang ada di kota ini adalah Gojek, Gocar, Uber, Bluebird (dalam aplikasi Gojek) dan Mangjek.

Namun masyarakat saat ini mulai banyak menggunakan Gojek atau Gocar. Alasan utama menggunakan alat transportasi online tersebut terutama karena mudah diakses melalui aplikasi yang ada, murah, dan aman. Selain itu saat ini untuk alasan kenyamanan untuk transportasi on line masyarakat lebih memilih digunakan Gocar yang merupakan salah satu jenis pelayanan dari PT GOJEK. Gocar merupakan pelayanan jasa transportai on line dengan menggunakan mobil. Oleh karena mobil adalah milik pengendara maka pengendara berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk penumpang mulai dari asesoris, pendingin ruangan dalam mobil hingga menyediakan permen. Selain itu keistimewaan taksi on line Gocar ini bahwa rute dan waktu yang dilayani dapat diubah sesuai dengan kesepakatan penumpang dengan pengendara, atau disebut juga dengan paratransit (Joewono & Kubota, 2007).

Sebaliknya angkutan umum tetap berjalan di Kota Palembang, karena tetap ada konsumen yang menggunakannya artinya transportasi jenis ini masih dibutuhkan. Jasa transportasi yang dikategorikan konvensional di sini maksudnya adalah Angkutan umum (angkutan kota, bus kota, dan TransMusi /*bus Rapid Transit* dan Paratransit (misalnya ojek dan Taxi non online). Pada dasarnya jasa transportasi online yang bersifat paratransit sangat disukai oleh penumpang walaupun harganya untuk sekali jalan lebih mahal namun penumpang tidak perlu berganti kendaraan untuk mencapai tujuan. Ini disebabkan oleh penumpang tidak usah repot untuk menunggu di terminal, halte atau tempat menunggu yang telah disiapkan namun penumpang cukup menunggu di tempat penjemputan hingga pengendara mendatangi dan menjemput lalu mengantar ke tempat tujuan. Ini dianggap lebih hemat waktu dan tenaga selain lebih murah. Sementara kualitas pelayanan dan faktor keamanan dianggap lebih terjamin oleh penumpang.

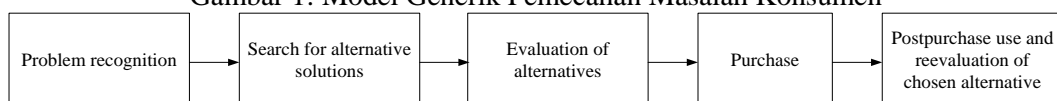
Fenomena di atas bagi penulis menimbulkan suatu permasalahan dan menjadi dilema yang perlu dikaji penyebabnya. Di satu sisi penyedia jasa angkutan (terutama angkutan umum) yang selama ini sudah berjalan selama bertahun-tahun boleh dikatakan sudah aman posisinya dengan persaingan jenis atau moda transportasi kota lainnya baik dengan trayek tetap maupun paratransit, tanpa diduga dengan adanya kemajuan teknologi timbul jasa pelayanan transportasi online yang sangat memudahkan konsumen atau penumpang. Namun walaupun demikian angkutan umum konvensional ini tetap menjadi pilihan masyarakat sebagai alat transportasi. Di sisi lain ada juga masyarakat yang lebih memilih untuk menggunakan alat transportasi online. Dalam aspek pemasaran jelas di sini ada persaingan, namun masing-masing tetap memiliki konsumen. dengan demikian kondisi di atas menimbulkan pertanyaan bahwa tentunya ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan masyarakat untuk menggunakan atau memilih suatu alat transportasi dalam hal ini konvensional atau berbasis online.

Untuk itu perlu mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang membedakan pilihan penumpang masing-masing terhadap penggunaan jasa transportasi dalam kota dengan berbasis online dan konvensional. Sehingga memberikan informasi yang lebih nyata mengenai hal utama yang dipertimbangkan oleh masyarakat dalam pemilihan kedua jenis jasa transportasi dalam kota tersebut. Selanjutnya bagi perusahaan pengelola informasi hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk pertimbangan perbaikan kinerja pelayanannya.

## LITERATURE REVIEW

Blackwell, Miniard dan Engel (2005 dalam Peter dan Olson 2010) konsumen melalui beberapa tahapan mulai dari mengetahui permasalahannya (dalam hal ini apa yang dibutuhkannya) hingga pasca konsumsi seperti pada Gambar 1.

Gambar 1: Model Generik Pemecahan Masalah Konsumen



Sumber : Blackwell, Miniard dan Engel (2005 dalam Peter dan Olson 2010)

Dalam memutuskan pembelian barang maupun jasa konsumen akan mengalami beberapa proses serta berbagai pertimbangan. Sciffman dan Kanuk (2007) menyatakan bahwa ada beberapa tahap yang dilalui oleh konsumen ketika akan melakukan pembelian produk, dimulai dengan pemahaman terhadap kebutuhannya hingga menanggapi produk yang telah dikonsumsi. Secara garis besar kegiatan tersebut dikelompokkan menjadi kelompok Input Proses dan Output. Dengan demikian dapatlah disimpulkan bahwa konsumen akan mempertimbangkan berbagai hal yang dianggap penting sebelum memutuskan membeli suatu produk baik barang maupun jasa, bahkan setelah mengkonsumsi pun konsumen mempunyai pendapat dan sikap.

### **Harga**

Perusahaan jasa pada dasarnya dalam memasarkan produk dapat strategi menggunakan strategi pemasaran jasa (service marketing mix). Strategi pemasaran jasa dapat dirinci antara lain (Kotler & Keller 2013) : 1). *Place* merupakan kebersihan dari eksterior maupun interior. Tata letak dan arus sebaiknya dibuat dengan sebaik mungkin. Penungguan oleh konsumen janganlah lama., 2). *People*, karyawan memiliki tugas dengan jelas dan tidak ada yang menganggur dalam pemanfaatan waktu, serta pengalokasian waktu untuk karyawan harus tepat agar tidak kelebihan beban kerja, 3). *Equipment* yang dimiliki sesuai dengan yang dibutuhkan, 4). *Communication material*, alat-alat dan perlengkapan yang digunakan untuk komunikasi bisnis perusahaan dimanfaatkan dengan efisien dan dengan kecepatan mesin yang bagus, 5). *Symbols*, nama perusahaan menunjukkan pelayanan yang cepat, 6). *Price*, perusahaan akan memberikan biaya sesuai dengan kemampuan konsumen dan memberikan potongan harga seandainya memberikan pelayanan yang mengecewakan. Jadi bila dilihat dari sisi konsumen harga merupakan nilai yang harus dikorbankannya oleh untuk mendapatkan barang atau jasa, serta harga tersebut harusnya terjangkau (Islam & Rahman, 2015). Tentunya harga akan dirasakan oleh konsumen sesuai dengan kualitas produk yang dikonsumsi.

### **Kualitas Layanan**

Kualitas merupakan penilaian yang subjektif, jadi dapat tergantung dengan kondisi konsumen. Kondisi konsumen yang berbeda akan menuntut tingkat kualitas produk barang maupun jasa yang berbeda, meningkatnya status ekonomi konsumen seringkali tuntutan kualitas menjadi lebih tinggi. Namun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Parasuraman, Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1985), (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) bahwa kualitas pelayanan itu dapat diukur melalui beberapa indikator yang paling konsisten adalah (Parasuraman et al., 1988), yaitu : *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*.

### **Faktor Keamanan**

Faktor keamanan dalam bisnis transportasi sangatlah besar perannya, dan konsumen sangat berharap keamanan mereka terjamin selama menggunakan jasa transportasi. Adapun keamanan yang diutamakan oleh penumpang adalah keamanan dari tindak kejahatan, keamanan dari kecelakaan (Joewono, 2006). Kedua kelompok keamanan tersebut dapat mulai dari kecakapan, tindakan, niat dari awak, fasilitas, sarana dan prasarana yang digunakan.

### **Faktor Kemudahan Akses**

Kemudahan akses mempunyai dampak yang dirasa cukup besar kepada konsumen. Berkaitan dengan jasa transportasi kemudahan merupakan kemudahan yang diperoleh oleh konsumen dalam mendapatkan jasa transportasi ini, fasilitas, sarana dan prasarana yang memperlancar akses dalam mendapatkan layanan jasa transportasi (Venter, Bogopane, & Rickert, 2002).

## Penelitian Terdahulu

Banyaknya penumpang angkutan umum yang beralih ke kendaraan pribadi yang disebabkan oleh pelayanan yang salah dari perusahaan pengelola jasa angkutan umum (Andreassen, 1995). Penelitian Andreassen (1995) ini menggunakan teknik analisis SEM (*Structural Equation Modeling*), bahwa tidak sesuai harapan penumpang dengan kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola jasa angkutan umum. Penelitian oleh (Lai & Chen, 2011) menyoroti bahwa perilaku penumpang yang berniat untuk menggunakan jasa angkutan umum (*public transit*) dipengaruhi oleh kepuasan dan keterlibatan awak dan personalia perusahaan yang terkait. Teknik penelitian menggunakan SEM.

Maraknya jasa transportasi online di Kota Jakarta seperti Gojek, Gocar, Uber dan Grab telah menimbulkan kegelisahan para awak kendaraan umum konvensional serta pemiliknya (Wahyuningtyas, n.d.), hal ini perlu dibuat kepastian hukum yang mengatur pengoperasian kedua jenis jasa transportasi tersebut agar terjadi persaingan yang sehat dan penghasilan yang dapat diandalkan oleh penyedia jasa angkutan umum/transportasi yang konvensional.

Penelitian yang dilakukan oleh Buehler (2009) membandingkan penggunaan angkutan umum antar negara Amerika Serikat dengan Jerman. Masyarakat Jerman lebih banyak menggunakan angkutan umum ketimbang penduduk AS. Hal ini disebabkan kurangnya kualitas pelayanan dari angkutan umum dan promosi oleh pihak yang berwenang AS. Bagi Jerman penggunaan angkutan umum sudah mengalami perjalanan yang panjang sehingga angkutan umum dapat dioperasikan dengan efisien.

## METODE

Penelitian ini meliputi dua kelompok penumpang dari jasa transportasi di dalam Kota Palembang. Ada beberapa faktor yang sangat dipertimbangkan oleh penumpang kala menggunakan jasa transportasi di Kota ini. Timbulnya metode pelayanan pemesanan jasa transportasi secara online (dengan menggunakan jaringan internet) telah menjadi fenomena baru di kota ini yang memberikan kepuasan baru bagi penumpangnya. Oleh karenanya perlu diketahui apa yang ternyata dapat membedakan antara kedua jenis layanan transportasi tersebut, dengan demikian variabel bebas adalah harga, kualitas layanan, faktor keamanan dan faktor kemudahan akses. Untuk variabel tidak bebas adalah keputusan menggunakan angkutan berbasis online dan konvensional.

Populasi untuk penelitian ini adalah masyarakat Kota Palembang yang minimal pernah satu kali menggunakan jasa transportasi berbasis online atau konvensional. Jasa transportasi yang pernah digunakan baik konvensional atau online adalah kendaraan yang beroda empat. Maka pengguna transportasi konvensional adalah yang pernah menggunakan angkutan umum Bus Rapid Transit Transmusi (BRT Transmusi), sedangkan untuk angkutan umum online hanyalah Gocar dari Gojek (menggunakan aplikasi Gojek). Oleh karena jumlah populasi tidak dapat diketahui maka diperlukan sampel. Adapun besaran sampel sebanyak 200 orang sampel, dengan rincian 100 orang pengguna angkutan umum konvensional dan 100 orang pengguna taksi online. Alasan masing-masing seratus sampel berdasarkan 25 dikali variabel independen. Hal ini berdasarkan pendapat Roscoe (1975), yang dikutip oleh Sekaran (2006) bahwa jumlah sampel untuk penelitian multivariat lebih disukai lebih dari 10 kali jumlah variabel independen.

Penelitian ini jelas tidak dapat menggunakan probabilitas sampel karena jumlah dan penyebaran sampel tidak diketahui, dengan kondisi ini teknik pengambilan sampel dianggap yang paling tepat adalah teknik *convenience sampling*, ini merupakan salah satu jenis dari teknik pengambilan sampel yang bukan probabilitas. Ini juga sesuai dengan pendapat Malhotra (1999) dan Aaker et.al (2011) bahwa teknik ini memungkinkan untuk mudah/memudahkan (*convenient*) upaya mencari responden.

Oleh karena penelitian ini berusaha mengetahui faktor-faktor apa saja yang mampu membedakan antara dua kelompok jenis pelayanan jasa transportasi yang berbeda yaitu berbasis online dan konvensional maka teknik analisis yang digunakan yang sesuai adalah analisis diskriminan, di mana jasa transportasi berbasis online diberi sebagai 1 sedangkan konvensional dengan merupakan kategori 0.

Dalam analisis diskriminan ini beberapa tahapan perlu dilakukan adalah (Pane et al., 2015) menghitung nilai diskriminan

Rumus fungsi persamaan diskriminan adalah :

$$Z = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots b_nX_n$$

Maka dalam penelitian ini maka persamaan dapat dibentuk :

Keterangan :

- Z = nilai diskriminan
- a = konstanta
- b<sub>1...n</sub> = koefisien
- X<sub>1...n</sub> = variabel bebas

$$Z = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Di mana X<sub>1</sub> adalah variabel harga, b<sub>2</sub> sebagai kualitas pelayanan, b<sub>3</sub> adalah kemudahan akses dan b<sub>4</sub> sebagai faktor keamanan.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Nilai mean atau rata-rata dari variabel X<sub>1</sub> hingga X<sub>4</sub> yang dapat dilihat pada Tabel 10 dapat digunakan untuk menunjukkan apakah tiap-tiap dari keempat variabel pada masing-masing kelompok berbeda. Untuk variabel X<sub>1</sub> berbeda antara pengguna angkutan umum konvensional dengan angkutan umum berbasis online yaitu masing-masing 10,56% pengguna angkutan umum konvensional dan 12,08% untuk pengguna angkutan umum online. Begitu pula dengan variabel X<sub>2</sub> juga mempunyai perbedaan yaitu angkutan umum konvensional sebesar 21,57%, dan 22,83% untuk angkutan umum online. Untuk variabel X<sub>3</sub> tidak berbeda yaitu 21,54% untuk angkutan umum konvensional dan 21,55% angkutan umum online. Variabel X<sub>4</sub> berbeda antara angkutan umum konvensional dan angkutan umum online yaitu masing-masing 6,54% dan 7,38%.

**Tabel 1: Statistik Grup**

angkutan umum		Mean	Std. Deviation	Valid N (listwise)	
				Unweighted	Weighted
transmusi	x1	10,56	1,997	108	108,000
	x2	21,57	3,767	108	108,000
	x3	21,54	4,150	108	108,000
	x4	6,54	1,974	108	108,000
taksi online GOCAR	x1	12,08	1,720	116	116,000
	x2	22,83	3,011	116	116,000
	x3	21,55	3,381	116	116,000
	x4	8,17	1,260	116	116,000
Total	x1	11,34	2,005	224	224,000
	x2	22,22	3,446	224	224,000
	x3	21,54	3,763	224	224,000
	x4	7,38	1,833	224	224,000

Test statistik Wilks' (Tabel 1) Lambda ditunjukkan adanya perbedaan secara signifikan untuk variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>4</sub> pada angkutan umum konvensional dengan angkutan umum berbasis online. Variabel yang tidak berbeda untuk kedua jenis angkutan umum tersebut adalah pada variabel X<sub>3</sub>, yaitu keamanan yang ditunjukkan oleh nilai Wilks' Lambda sebesar 1,000 dengan signifikansi sebesar 0,977 (tidak signifikan). Hal ini mengindikasikan bahwa variabel X<sub>3</sub> tidak dapat digunakan untuk membentuk variabel diskriminan.

**Tabel 2: Test Equality of Group Means**

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
x1	,855	37,502	1	222	,000
x2	,967	7,618	1	222	,006
x3	1,000	,001	1	222	,977
x4	,800	55,399	1	222	,000

Persamaan estimasi fungsi diskriminan unstandardized dapat dilihat pada tabel Canonical Discriminant Function Coefficient. Persamaan yang dapat dibentuk adalah :

$$Z = -3,699 + 0,286X1 - 0,056X2 - 0,092X3 + 0,498X4$$

Fungsi diskriminan tersebut dapat juga ditulis :

$$Z = b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4$$

Nilai koefisien X1 sampai dengan X4 yang sudah dinormalkan dengan formula sebagai berikut :

Keterangan :

- $b_{nr}$  = koefisien normal
- $b$  = koefisien
- $i$  = bilangan ke  $i$  (1 s.d. 4)

$$b_{nr} = \frac{b_i}{\sqrt{\sum_{i=1}^n b_{iy}^2}}$$

Dengan demikian hasil perhitungan koefisien normal dari X1 hingga X4 adalah :

$$b1 = 0,4895$$

$$b2 = -0,0958$$

$$b3 = -0,1575$$

$$b4 = 0,8523$$

maka fungsi diskriminan adalah :

$$Z = 0,4895X1 - 0,0958X2 - 0,1575X3 + 0,8523X4$$

**Tabel 3: Canonical Discriminant Function Coefficients**

	Function
	1
x1	,286
x2	-,056
x3	-,092
x4	,498
(Constant)	-3,699
Unstandardized coefficients	

Untuk menguji signifikansi statistik fungsi diskriminan digunakan Multivariate Significance (Ghozali, 2007). Uji multivariat ini dilakukan karena dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel diskriminator. Uji Wilks' Lambda dapat diproksimasikan dengan statistik Chi-Square (Ghozali, 2007). Nilai Wilks' Lambda sebesar 0,741 (Tabel 4) sama dengan nilai Chi-Square yaitu sebesar 66,046 dan signifikan pada 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fungsi diskriminan signifikan secara statistik, ini artinya nilai rata-rata skor diskriminan untuk kedua kelompok penggunaan angkutan umum berbeda secara signifikan.

**Tabel 4: Wilks' Lambda**

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	,741	66,046	4	,000

Untuk menguji seberapa besar dan berarti perbedaan antara kedua kelompok dapat dilihat dari Square Canonical Correlation ( $CR^2$ ). Square Canonical Correlation identik dengan  $R^2$  pada regresi (Ghozali, 2007). Canonical Correlation sebesar 0,509 maka nilai  $CR^2$  sebesar 0,2591. Hal ini dapat disimpulkan bahwa 25,91% variasi kelompok pengguna angkutan umum konvensional dengan angkutan umum berbasis online dijelaskan oleh variabel X1, X2, X3 dan X4.

**Tabel 5: Eigenvalues**

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	,350 <sup>a</sup>	100,0	100,0	,509

a. First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

Koefisien yang sudah distandardisasi digunakan untuk menilai pentingnya variabel diskriminator secara relatif dalam membentuk fungsi diskriminan. Makin tinggi koefisien yang sudah distandardisasi maka makin penting variabel tersebut terhadap variabel lainnya begitupula sebaliknya. Variabel X4 dan X1 relatif lebih penting bagi X2 dan X3, sebaliknya X2 dan X3 relatif tidak penting bagi X1 dan X4.

**Tabel 6: Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients**

	Function
	1
x1	,532
x2	-,190
x3	-,347
x4	,819

Nilai loading dari variabel diskriminator merupakan korelasi antara skor diskriminan dengan variabel diskriminator. Nilai loading tersebut berada antar -1 dan +1. Makin mendekati 1 (satu) nilai absolut dari loading maka makin tinggi komunalitas antara variabel diskriminan dengan fungsi diskriminan, begitu pula sebaliknya.

**Tabel 7: Matriks Struktur**

	Function
	1
x4	,844
x1	,695
x2	,313
x3	,003

Pooled within-groups correlations between discriminating variables and standardized canonical discriminant functions.  
Variables ordered by absolute size of correlation within function.

Matrik struktur (Tabel 7) menunjukkan loading X4 sebesar 0,844, X1 sebesar 0,695, X2 sebesar 0,313 dan X3 sebesar 0,003. Maka jelas dapat dilihat bahwa variabel X4 dan X1 menjadi ukuran bagi responden dalam menentukan dalam menggunakan angkutan umum konvensional atau angkutan umum berbasis online, sedangkan X2 kurang menjadi ukuran, dan X3 sangat kurang dijadikan dijadikan sebagai ukuran.

Hasil perhitungan secara statistik tersebut mengimplikasikan bahwa bila dalam pengamatan selama ini beberapa faktor yaitu harga, kualitas pelayanan, keamanan dan kemudahan akses yang dianggap penting ternyata keputusan untuk memilih antara angkutan

umum (dalam hal ini BRT Transmusi) atau angkutan umum online masyarakat lebih mempertimbangkan harga, pelayanan dan kemudahan akses atau mendapatkan angkutan umum tersebut. Dengan demikian mengapa masyarakat akhir-akhir ini lebih senang menggunakan angkutan umum berbasis online karena dianggap lebih murah, pelayanan lebih baik dan lebih mudah untuk didapatkan melalui aplikasi yang terhubung ke internet dan bisa dioperasikan dengan menggunakan *smartphone*. Faktor keamanan dianggap bahwa kedua jenis angkutan umum tersebut sudah aman sehingga faktor keamanan tidak menjadi faktor yang membedakan keduanya.

## KESIMPULAN

Penelitian ini mencoba mencari variabel apa sajakah yang membedakan keputusan penumpang untuk menggunakan angkutan umum konvensional dengan angkutan umum berbasis online. Penggunaan metode diskriminan menghasilkan perhitungan secara statistik yang menunjukkan bahwa faktor harga, kualitas layanan dan kemudahan akses antara angkutan umum konvensional dan berbasis online berbeda. Maksudnya dalam pertimbangan penumpang bahwa ketiga variabel tersebut berbeda dalam pengaruhnya masing-masing terhadap keputusan menggunakan angkutan umum konvensional dan berbasis online, ini juga mengindikasikan bahwa ketiga faktor tersebut kondisinya berbeda antara kedua jenis angkutan umum tersebut. Faktor keamanan menjadi pertimbangan pada masing-masing jenis angkutan umum tersebut dianggap kurang penting, ini mengindikasikan bahwa baik penumpang angkutan umum konvensional berupa Bus Rapid Transit Transmusi dan berbasis online menganggap aman untuk dinaiki.

## KETERBATASAN DAN FUTURE RESEARCH

Faktor keamanan dianggap sama oleh penumpang kedua jenis angkutan umum ini dirasa masih perlu dikaji lebih jauh. Hal ini bertentangan dengan opini yang terbentuk di dalam masyarakat bahwa menggunakan angkutan umum konvensional cenderung tidak aman, tindak kejahatan dalam angkutan umum lebih rentan terjadi. Sebaliknya angkutan umum berbasis online atau sering pula disebut taksi online dianggap lebih aman. Oleh karena itu dirasa perlu dilakukan penelitian lebih lanjut kembali mengikutkan faktor keamanan ini dengan menggunakan indikator yang lebih komprehensif, serta karakter penumpang yang lebih beragam pada semua jenis angkutan umum. Selain itu perlu pula dipertimbangkan dimasukkan variabel lain sehingga bisa mengungkap lebih luas fenomena perilaku konsumen (penumpang) dalam memutuskan menggunakan angkutan umum konvensional dan berbasis online.

## REFERENCES

- Aaker, David., Kumar, V., Day, George, S., Leone, Rober, P. (2011). *Marketing Research*. John Wiley & Sons : NJ
- Andreassen, T. W. (1995). (Dis)satisfaction with public services: the case of public transportation. *Journal of Services Marketing*, 9(5), 30–41. <https://doi.org/10.1108/08876049510100290>
- Buehler, R. (2009). Promoting Public Transportation. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, 2110(1), 60–68. <https://doi.org/10.3141/2110-08>
- Ghozali. Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Islam, F., & Rahman, M. (2015). Service Marketing Mix and Their Impact on Bank Marketing Performance: A Case Study on Janata Bank Limited, Bangladesh. *Journal of Worldwide Holistic Sustainable Development*, 1(1), 16–32.
- Joewono, T. B. (2006). Safety and Security Improvement in Public Transportation Based on Public Perception. *International Association of Traffic and Safety Sciences*, 30(1), 86–100. [https://doi.org/10.1016/S0386-1112\(14\)60159-X](https://doi.org/10.1016/S0386-1112(14)60159-X)



- Joewono, T. B., & Kubota, H. (2007). User satisfaction with paratransit in competition with motorization in Indonesia: Anticipation of future implications. *Transportation*, 34(3), 337–354. <https://doi.org/10.1007/s11116-007-9119-7>
- Lai, W. T., & Chen, C. F. (2011). Behavioral intentions of public transit passengers-The roles of service quality, perceived value, satisfaction and involvement. *Transport Policy*, 18(2), 318–325. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2010.09.003>
- Pane, R. A., Husaini, A., Administrasi, F. I., & Brawijaya, U. (2015). ANALISIS DISKRIMINAN UNTUK MEMREDIKSI KEBANGKRUTAN PERUSAHAAN. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 27(2), 1–8.
- Parasuraman, a, Zeithaml, V. a, & Berry, L. L. (1988). SERQUAL: A Multiple-Item scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Parasuraman, a, Zeithaml, V. a, Berry, L. L., & Parasuraman. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Peter, J. P., & Olson, J.C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Boston: McGrawHill.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer behavior*. Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall.
- Sudarmanto, R. Gunawan. (2005). Analisis Regresi Linear Ganda Dengan SPSS. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Venter, C., Bogopane, H., & Rickert, T. (2002). Improving accessibility for people with disabilities in urban areas. : CODATU X. Lome, (January).
- Wahyuningtyas, S. Y. (n.d.). the Online Transportation Network in Indonesia: a Pendulum Between the Sharing Economy, 260–280.

## TENTANG PENULIS

<p><b>Penulis pertama</b> Aslamia Rosa, SE, M.Si. merupakan dosen pada jurusan manajemen pada FE Universitas Sriwijaya. Latar belakang pendidikan antara lain pendidikan S1 pada jurusan manajemen FE Unsri, S2 pada bidang Ekonomi Industri di Unsri. Dalam penelitian yang dilakukannya penulis lebih banyak mengenai pemasaran dalam industri transportasi darat khususnya angkutan umum. Hal ini dilakukannya karena penulis menilai industri transportasi berupa angkutan umum mempunyai fenomena yang menarik dan dinamis.</p>	<p><b>Penulis kedua</b> Drs. Achmad Widad, M.Sc, merupakan dosen dari Jurusan Manajemen FE Universitas Sriwijaya. Pendidikan S1 ditempuh di Ekonomi Manajemen Universitas Sriwijaya, S2 pada bidang ekonomi di University of Kentucky, USA. Ketertarikan beliau untuk meneliti lebih terfokus pada bidang pemasaran secara umum.</p>
<p><b>Penulis ketiga</b> Drs. Dian Eka, MM., merupakan dosen pada jurusan manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Latar belakang pendidikan S1 adalah Manajemen dan Latar belakang pendidikan S2 adalah Magister Manajemen. Tertarik pada bidang ilmu manajemen produksi dan manajemen pemasaran.</p>	