

**ANALISIS PERMINTAAN JASA OJEK *ONLINE* DI KOTA BANDAR
LAMPUNG**

(STUDI KASUS: GO-RIDE DALAM APLIKASI GO-JEK)

(Skripsi)

Oleh

Riska Enno Wijaya



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDARLAMPUNG
2019**

ABSTRACT

DEMAND ANALYSIS OF ONLINE MOTORCYCLE TAXI SERVICES IN BANDAR LAMPUNG CITY

(CASE STUDY: GO-RIDE IN THE GO-JEK APPLICATION)

By

Riska Enno Wijaya

The purpose of this research was to find out how the influence of price, competitor price, ownership of private vehicle, income and respondent satisfaction with the demand of online motorcycle taxi services in Bandar Lampung City (Case study: Go-ride in the Go-jek application). This research was conducted using secondary data obtained through the Central Statistics Agency (BPS), Bandar Lampung City Police Pre-research, and using primary data obtained from the field through interviews with the task force and field coordination of Go-jek Lampung in November 2017 and then interviews with online motorcycle taxi users. The data was used cross section data with the population of Bandar Lampung City as respondents. Data were analyzed using the Ordinary Least Square (OLS) method. Based on the results of this research, it can be conclude that the independent variables, price, competitor price, respondent satisfaction have a positive and significant effect, then ownership of private vehicle and income have a positive but not significant effect with the demand of online motorcycle taxi services in Bandar Lampung City (Case study: Go- ride in the Go-jek application).

Keywords: Competitor Price, Income, Ownership of Private Vehicle, Price, Respondent Satisfaction.

ABSTRAK

ANALISIS PERMINTAAN JASA OJEK *ONLINE* DI KOTA BANDAR LAMPUNG

(STUDI KASUS: GO-RIDE DALAM APLIKASI GO-JEK)

Oleh

Riska Enno Wijaya

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, harga pesaing, kepemilikan kendaraan pribadi, pendapatan dan kepuasan responden terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung (Studi kasus: Go-ride dalam aplikasi Go-jek). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui Badan Pusat Statistik (BPS), Pra-riset Polresta Kota Bandar Lampung, dan menggunakan data primer yang diperoleh dari lapangan melalui wawancara dengan satuan tugas dan kordinasi lapangan pihak Go-jek Lampung pada bulan November tahun 2017 serta wawancara langsung dengan pengguna jasa ojek *online*. Data yang digunakan adalah data *cross section* berupa penduduk Kota Bandar Lampung sebagai responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode *Ordinary Least Square (OLS)*. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu variabel harga, harga pesaing, kepuasan responden memiliki pengaruh positif dan signifikan, lalu kepemilikan kendaraan pribadi dan pendapatan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung (Studi kasus: Go-ride dalam aplikasi Go-jek).

Kata Kunci: Harga, Harga Pesaing, Kepemilikan Kendaraan Pribadi, Kepuasan Responden, Pendapatan.

**ANALISIS PERMINTAAN JASA OJEK *ONLINE* DI KOTA BANDAR
LAMPUNG**

(STUDI KASUS: GO-RIDE DALAM APLIKASI GO-JEK)

**Oleh
Riska Enno Wijaya**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
Sarjana Ekonomi**

pada

**Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDARLAMPUNG
2019**

Judul Skripsi : **ANALISIS PERMINTAAN JASA OJEK *ONLINE*
DI KOTA BANDAR LAMPUNG**
(Studi Kasus: Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek)

Nama Mahasiswa : **Riska Enno Wijaya**

No. Pokok Mahasiswa : **1411021093.**

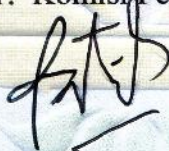
Jurusan : **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



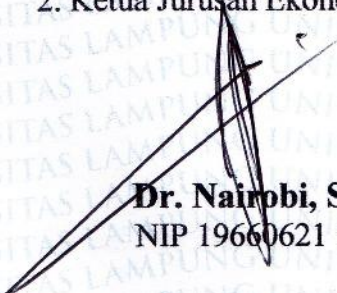
MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing



Dr. Arivina Ratih YT, S.E., M.M.
NIP 19800705 200604 2 002

2. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan




Dr. Nairobi, S.E., M.Si.

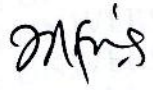
NIP 19660621 199003 1 003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Arivina Ratih YT, S.E., M.M. 

Penguji I : Zulfa Emalia, S.E., M.Sc. 

Penguji II : Emi Maimunah, S.E., M.Si. 



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. H. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.
NIP 19610904 198703 1 011

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Desember 2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan bukan merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Bandar Lampung, 19 Desember 2018



Riska Enno Wijaya

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Riska Enno Wijaya yang lahir di Bandar Lampung pada tanggal 03 September 1996, merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Rudy Hermansyah dan Ibu Herna Eka Delia.

Penulis mengawali pendidikan formal pada tahun 2001 di TK Pratama 1 Antasari, Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2002. Penulis melanjutkan sekolah di SDN 2 RAWALAUT , Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2008. Penulis melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 4 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2011 dan Sekolah menengah Atas (SMA) Negeri 1 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2014.

Pada tahun 2014 penulis diterima di Universitas Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Ekonomi Pembangunan melalui jalur SNMPTN. Selama masa kuliah penulis juga telah mengikuti kegiatan organisasi kampus, diantaranya sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan (Himepa). Pada tahun 2017, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Gaya Baru 3 Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah selama 40 hari.

MOTO

“Kebaikan yang kita berikan kepada orang lain sesungguhnya ialah kebaikan yang kita berikan untuk diri kita sendiri, karena kita tidak tahu siapakah yang akan menolong kita suatu saat nanti”

(Penulis)

“Tidak ada yang lebih baik dari doa orang tua”

(Penulis)

“Yakinlah ada sesuatu yang menantimu selepas banyak kesabaran (yang kau jalani) yang akan membuatmu terpana hingga kau lupa betapa pedihnya rasa sakit”

(Ali bin Abi Thalib)

“Worrying is like praying something that you don't want to happen.”

(Tony Stark)

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan nikmat yang diberikan, ku persembahkan skripsi ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati kepada:

- ❖ Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, rahmat, hidayah, dan perlindungannya sehingga terselesaikannya skripsi ini.
- ❖ Nabi Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang yang hingga kini selalu dinantikan syafaatnya di hari kiamat kelak.
- ❖ Keluargaku tercinta Papa, Mama, dan Adik-adikku tercinta, yang penuh ketulusan selalu menyayangi, mengasihi, dan memberikan motivasi untuk terus maju. Terima kasih untuk semua perjuangan yang Papa dan Mama berikan, untuk kesabaran, pengertian dan kepercayaan yang begitu besar dalam mendukung semua pencapaian penulis, serta doa yang tiada henti sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Para dosen yang telah begitu berjasa memberikan bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.
- ❖ Sahabat-sahabat tercinta yang selalu memberikan saran, motivasi, dan semangat untuk penulis.
- ❖ Almamaterku tercinta, Universitas Lampung.

SANWACANA

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan nikmat-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Pembangunan. Skripsi ini berjudul Analisis Permintaan Jasa Ojek *Online* di Kota Bandar Lampung (Studi Kasus: Go-ride Dalam Aplikasi Go-jek)”. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari peranan dan bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan bantuan selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Dr. Arivina Ratih YT, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi, saran dan nasihat, hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Ibu Zulfa Emalia, S.E.,M.Sc. selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan masukan, motivasi, saran dan nasihat, hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan masukan dan saran, hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak Imam Awaluddin, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan motivasi, nasihat,dan bantuannya selama proses pendidikan penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pelajaran yang bermanfaat selama perkuliahan.
9. Seluruh Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis selama penulis menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
10. Kedua orang tuaku, Bapak Rudy Hermansyah dan Ibu Herna Eka Delia yang dengan penuh kasih sayang selalu memberikan motivasi, dukungan, doa, dan semangat untuk penulis, serta menjadi pendorong bagi penulis untuk tidak menyerah dalam mengejar cita-cita untuk membanggakan Bapak dan Ibu.
11. Ketiga saudaraku nci, aya, ndi yang telah memberikan dukungan, inspirasi, penghiburan, dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.
12. Teman-teman satu bimbingan. Raniken, Ukhtiya, Lenny, Bellia, Hollyati, Kak Maynisa, Abdi. Terima kasih atas doa dan dukungannya.

13. Keluarga Lambe-ku Ade, Bellia, Nisa, Sarah yang sangat aku sayangi walaupun otaknya pada error. Terima kasih untuk waktunya dari awal kuliah untuk penulis.
14. Team anti pance-ku Farah, Triaz, Nura, Unge yang ngobrol sampe lupa kalo udah malem banget. Terima kasih untuk support dan doanya untuk penulis.
15. Untuk pria-pria KKL dan Makrab-ku Rully, Udin, Fitra, Arya, Tio, Alfian, Andri, Ifan, Anong, Agus, Vikry, Ridho, Imanez, Hisyam, Japran. Terima kasih dukungan dan waktunya selama ini untuk penulis.
16. Seluruh teman-teman EP semua angkatan, terutama EP Brothers 2014. Terima kasih atas segala dukungan kepada penulis. Sukses untuk kita semua.
17. Keluarga KKN Desa Gaya Baru 3. Kak Erlina, Kak Thomas, Bang Fikri, , Bang Irfan, Selly, Ica, Lidya, Diana, Hilmi, Sandy, Japen, Disa, Tyas dan Iyay Hevix yang udah nganterin Pra-KKN. Terima kasih atas pembelajaran hidup selama 40 harinya.
18. *My Favorite Suki*, Ryan Prasetya. Terima kasih atas segala perhatian, kesabaran, doa, waktu, dukungan dan inspirasi untuk penulis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi penulis berharap semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, 19 Desember 2018
Penulis,

Riska Enno Wijaya
NPM. 1411021093

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Teoritis	10
1. Teori Permintaan.....	10
2. Teori Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Permintaan	14
3. Teori Transportasi	15
4. Teori Permintaan Jasa Transportasi	16
5. Fungsi Permintaan Jasa Transportasi	18
6. Elastisitas Permintaan Jasa Transportasi.....	21
7. Sifat-sifat Permintaan Jasa Permintaan	22
8. Kepuasan Maksimum Terhadap Pelayanan Transportasi	23
9. Kepemilikan Kendaraan Pribadi	25
10. Perbedaan Ojek <i>Online</i> Dan Ojek Konvensional.....	25
B. Hubungan Antara Harga, Harga Pesaing, Kepemilikan Kendaraan Pribadi, Pendapatan, Kepuasan Responen Terhadap Permintaan Jasa Ojek <i>Online</i> di kota Bandar Lampung (Studi Kasus: Go-ride Dalam Aplikasi Go-jek).....	26
C. Studi Empiris.....	29
D. Kerangka Pemikiran.....	31

E. Hipotesis.....	32
-------------------	----

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	33
B. Data dan Sumber Data	33
C. Definisi Dan Operasionalisasi Variabel	34
D. Populasi Dan Sampel.....	36
E. Teknik Sampling.....	37
F. Metode Analisis Data	39
a) Uji Asumsi Klasik	41
1. Uji Normalitas	41
2. Uji Heterokedastisitas.....	41
3. Uji Multikolinieritas	42
4. Uji Autokorelasi	43
b) Uji Hipotesis	44
1. Uji Statistik t	44
2. Uji Statistik F.....	46
c) Uji Koefisien Determinasi	47
d) Analisis Tabulasi Silang (Crosstab)	47

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	49
1. Keadaan Geografi Kota Bandar Lampung	49
2. Keadaan Topografi Kota Bandar Lampung.....	51
B. Karakteristik Responden.....	52
1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
2. Distribusi Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	53
3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
4. Distribusi Responden Berdasarkan kepemilikan Kendaraan Pribadi (X ₃).....	54
5. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan (X ₄)	54
C. Hasil Tabulasi Silang (Crosstab)	55
1. Crosstab Variabel Harga (X ₁) Terhadap Pekerjaan.....	55
2. Crosstab Variabel Harga Pesaing (X ₂) Terhadap Pekerjaan	56
3. Crosstab Variabel Kepuasan Responden (X ₅) Terhadap Pekerjaan ..	58
4. Crosstab Variabel Kepuasan Responden (X ₅) Terhadap Harga (X ₁).	58
5. Crosstab Variabel Kepuasan Responden (X ₅) Terhadap Kelompok Umur.....	59
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	60

1. Hasil Uji Normalitas	60
2. Hasil Deteksi Multikolinieritas	61
3. Hasil Uji Heterokedastisitas	62
4. Hasil Uji Autokorelasi	63
E. Hasil Regresi.....	63
F. Pengujian Hipotesis	64
1. Uji t-Statistik	64
2. Uji F-Statistik	66
3. Koefisien Determinasi Kuadrat (R^2)	67
G. Pembahasan	67
1. Hubungan Harga Terhadap Permintaan Jasa Ojek <i>Online</i> Di Kota Bandar Lampung	67
2. Hubungan Harga Pesaing Terhadap Permintaan Jasa Ojek <i>Online</i> Di Kota Bandar Lampung	68
3. Hubungan Kepemilikan Kendaraan Pribadi Terhadap Permintaan Jasa Ojek <i>Online</i> Di Kota Bandar Lampung.....	69
4. Hubungan Pendapatan Terhadap Permintaan Jasa Ojek <i>Online</i> Di Kota Bandar Lampung	70
5. Hubungan Kepuasan Responden Terhadap Permintaan Jasa Ojek <i>Online</i> Di Kota Bandar Lampung	71
H. Implikasi Penelitian	72

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Distribusi PDRB Sektor Transportasi Kota Bandar Lampung Menurut Lapangan Usaha Berdasarkan Harga Berlaku Tahun 2015-2017	2
2. Banyaknya Mobil Angkutan Barang Dan Penumpang Yang Tercatat Di Dinas Perhubungan Kota Bandar Lampung Tahun 2012-2016	2
3. Tindak Kriminalitas Di Angkutan Umum.....	4
4. Perbedaan Ojek <i>Online</i> Dan Ojek Konvensional.....	26
5. Penelitian Terdahulu	29
6. Stratifikasi Responden Berdasarkan 20 Kecamatan di Kota Bandar Lampung	38
7. Jumlah Penduduk Kota Bandar Lampung Berdasarkan Kecamatan Pada Tahun 2016	50
8. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
9. Distribusi Responden Berdasarkan Status Pernikahan	53
10. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
11. Distribusi Responden Berdasarkan kepemilikan Kendaraan Pribadi (X_3).....	54
12. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan (X_4).....	55
13. Crosstab Variabel Harga (X_1) Terhadap Pekerjaan	56
14. Crosstab Variabel Harga Pesaing (X_2) Terhadap Pekerjaan	57
15. Crosstab Variabel Kepuasan Responden (X_5) Terhadap Pekerjaan.....	58
16. Crosstab Variabel Kepuasan Responden (X_5) Terhadap Harga (X_1).....	59
17. Crosstab Variabel Kepuasan Responden (X_5) Terhadap Kelompok Umur	60
18. Hasil Uji Normalitas	61
19. Hasil Deteksi Multikolinieritas	61
20. Hasil Uji Heterokedastisitas	62
21. Hasil Uji Autokorelasi.....	63
22. Hasil Perhitungan Regresi.....	64
23. Hasil Uji t-Statistik.....	65
24. Hasil Uji F-Statistik	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kurva Permintaan	12
2. Pergeseran Kurva Permintaan	13
3. Kurva Permintaan Jasa Transportasi	19
4. Kerangka Pemikiran	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisioner Penelitian	L1
2. Data Penelitian	L5
3. Data Penelitian dalam Bentuk Logaritma Natural	L7
4. Hasil Regresi	L9
5. Hasil Uji Normalitas	L10
6. Hasil Deteksi Multikolinieritas	L10
7. Hasil Uji Heterokedastisitas	L11
8. Hasil Uji Autokorelasi.....	L12
9. Hasil Tabulasi Silang (Crosstab) Variabel Harga (X_1) Terhadap Pekerjaan.....	L13
10. Hasil Tabulasi Silang (Crosstab) Variabel Harga Pesaing (X_2) Terhadap Pekerjaan.....	L14
11. Hasil Tabulasi Silang (Crosstab) Variabel Kepuasan Responden (X_5) Terhadap Pekerja.....	L15
12. Hasil Tabulasi Silang (Crosstab) Variabel Kepuasan Responden (X_5) Terhadap Harga (X_1).....	L16
13. Hasil Tabulasi Silang (Crosstab) Variabel Kepuasan Responden (X_5) Terhadap Kelompok Umur	L17
14. Perhitungan Stratifikasi.....	L18

I. PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan perekonomian suatu daerah tidak lepas dari dukungan sektor-sektor penunjang yang dapat menopang perekonomian tersebut. Salah satu dari sektor yang memiliki peran penting adalah sektor transportasi. Transportasi diartikan sebagai kegiatan yang melakukan pengangkutan atau pemindahan muatan (terdiri dari barang dan manusia) dari suatu tempat ke tempat lain, dari tempat asal ke tempat lain, dari tempat asal ke tempat tujuan (Adisasmita 2011:1).

Transportasi secara umum mempunyai pengaruh besar terhadap perorangan, masyarakat, pembangunan ekonomi, dan sosial politik suatu daerah. Selain itu, transportasi merupakan sarana dan prasarana bagi pembangunan ekonomi daerah yang bisa mendorong laju pertumbuhan ekonomi (*Rate of Growth*). Pentingnya transportasi tersebut tercermin pada semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa angkutan, mobilitas orang serta barang dari dan ke seluruh pelosok tanah air, bahkan dari dan ke luar negeri (Kamaludin, 2003).

Kota Bandar Lampung sebagai salah satu kota di Indonesia merupakan kota terbesar dan terpadat ketiga di Pulau Sumatera setelah Medan dan Palembang memiliki transportasi umum yang cukup banyak jumlahnya. Peran sektor transportasi dalam PDRB Bandar Lampung 3 tahun terakhir dapat dilihat di Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Distribusi PDRB Sektor Transportasi Kota Bandar Lampung Menurut Lapangan Usaha Berdasarkan Harga Berlaku Tahun 2015-2017.

Tahun	Nilai Dalam Juta Rupiah	Nilai Dalam Persen (%)
2015	5.383.390	13,65
2016	6.181.255	13,82
2017	7.118.094	14,01

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung, 2018.

Tabel 1 memberikan informasi bahwa distribusi PDRB pada sektor transportasi di Kota Bandar Lampung mengalami peningkatan dalam tiga tahun terakhir sebesar 1,74 triliun rupiah atau meningkat sebesar 0,36 persen. Pencapaian angka PDRB pada sektor transportasi yang terus meningkat selama tiga tahun terakhir ini menunjukkan keadaan sektor transportasi Kota Bandar Lampung yang membaik.

Jenis angkutan umum yang ada di Kota Bandar Lampung sangat beragam dan cukup banyak jumlahnya. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya mobil angkutan barang dan penumpang yang beroperasi di Bandar Lampung dan tercatat di Dinas Perhubungan Kota Bandar Lampung.

Tabel 2. Banyaknya Mobil Angkutan Barang dan Penumpang Yang Tercatat di Dinas Perhubungan Kota Bandar Lampung Tahun 2012-2016.

Tahun	Jenis Kendaraan (Unit)		
	Truk / Pick Up	B u s	Oplet / MPU
2012	30.712	1.505	2.093
2013	31.646	1.384	1.806
2014	28.592	1.154	1.846
2015	25.728	1.303	1.210
2016	12.611	666	594

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung dalam Angka dan Dinas Perhubungan, 2017

Keterangan: MPU adalah mobil penumpang umum.

Tabel 2 memberikan informasi tentang Angkutan Umum penumpang yang ada di Bandar Lampung, yaitu Bus (BRT, Bus Damri, Bus Pariwisata) dan Oplet/MPU

(angkot). Dalam lima tahun terakhir ini jumlah bus menurun dari 1.505 unit menjadi 666 unit dikarenakan bus damri diberhentikan operasinya di dalam kota dan dialihkan untuk jalur antar provinsi dan sisanya dipindahkan keluar kota Bandar Lampung untuk membantu daerah-daerah lain dalam pelayanan. Kemudian untuk transportasi dalam kota, Pemerintah Kota Bandar Lampung menggantikan Damri dengan BRT yang di nilai murah, aman, cepat dan nyaman. Belum lama ini, Pemkot Bandar Lampung juga mengeluarkan Bus Damri baru dengan tingkat kenyamanan yang eksklusif untuk jalur antar provinsi (Dinas Perhubungan Kota Bandar Lampung, 2017).

Selanjutnya dalam rentan tahun yang sama penurunan jumlah bus juga diikuti oleh penurunan jumlah angkot yang sangat drastis yaitu dari 2.093 unit menjadi 594 unit. Hal ini dikarenakan kebijakan pemerintah kota (Pemkot) Bandar Lampung yang tidak mengizinkan perpanjangan trayek angkutan yang sudah 12 tahun, mengacu pada Peraturan Daerah (Perda) izin trayek angkot hanya 8 tahun. Hal ini juga dilatarbelakangi oleh sulitnya menarik pendapatan retribusi angkot yang menyebabkan menurunnya PAD, dan juga upaya Pemerintah kota Bandar Lampung untuk mengurangi kemacetan karena muatan 1 BRT berbanding dengan 3 angkot. Kemudian untuk mencegah kecelakaan karena angkot sudah tidak dalam kondisi yang baik dan tidak ada izin kelayakan jalan berdasarkan UU Lalu Lintas Nomor 22 Tahun 2009 pasal 48 tentang Angkutan Jalan (Republika, 2017).

Selain jumlah angkutan umum yang semakin menurun, kenyamanan sistem transportasi umum kota Bandar Lampung dari tahun ke tahun semakin mengalami perubahan ke arah yang mengkhawatirkan. Munculnya persoalan-persoalan

transportasi umum seperti kemacetan lalu lintas yang dikarenakan berhenti di sembarang tempat dan juga tindak kriminalitas di dalam angkutan umum. Peningkatan kebutuhan transportasi di Bandar Lampung sepertinya tidak diimbangi dengan peningkatan pelayanan transportasi yang baik dan penyediaan utilitas dan infrastruktur yang memadai.

Tindakan kriminal bisa terjadi dimana saja, kapan saja, dan menimpa siapa saja termasuk di dalam ruang publik (*public sphere*) seperti angkutan umum. Menurut Habermas (1962) ruang publik merupakan area yang bersifat umum dan siapa saja dapat mengaksesnya, salah satu ruang publik tersebut adalah angkutan umum. Tindakan kriminalitas yang terjadi didalam angkutan umum dapat berupa pencopetan, hipnotis, tindakan asusila, serta penodongan dengan senjata tajam. Tindakan kriminalitas seperti itu mengurangi kenyamanan dan keamanan para pengguna angkutan umum yang berdampak menurunnya jumlah penumpang Angkutan Umum.

Tabel 3. Tabel Tindak Kriminalitas di Angkutan Umum

No.	Jenis	Jumlah Kasus
1	Pencopetan	4 kasus
2	Hipnotis.	2 kasus
3	Tindak asusila	3 kasus
4	Penodongan senjata tajam/ api	2 kasus

Sumber: Pra-riset di Polresta Bandar Lampung Tahun 2017

Beberapa tindak kriminalitas di Angkutan Umum menjadi salah satu motivasi yang melatarbelakangi masyarakat kota Bandar Lampung lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi daripada Angkutan Umum. Selain itu, utilitas (kegunaan) transportasi umum kurang mengakomodir kebutuhan masyarakat kota Bandar Lampung yang jauh dari jalur/trayek angkutan umum.

Kendaraan pribadi seringkali menjadi solusi bagi masalah ketidaknyamanan di angkutan umum karena dengan kendaraan pribadi masyarakat memiliki kebebasan untuk pergi ke tempat-tempat yang diinginkan dalam waktu lebih cepat. Selain itu angkutan umum di Bandar Lampung masih terbatas beroperasi di wilayah tertentu saja sehingga dibutuhkan beberapa alat transportasi untuk mencapainya.

Sebenarnya taksi dan ojek bisa menjadi solusi, tetapi perkembangan taksi di Bandar Lampung belum memberikan kepuasan kepada para pelanggan. Begitu pula dengan ojek, ketidakmudahan dalam melakukan tawar-menawar harga dan harus mencari pangkalan ojek yang tidak diketahui keberadaannya seringkali menjadi masalah. Hal-hal tersebut memunculkan peluang bagi model transportasi lain, yaitu angkutan umum berbasis aplikasi. Salah satu penyediaannya adalah Go-jek yang semula hanya beroperasi di Pulau Jawa.

PT. GO-JEK Indonesia adalah sebuah perusahaan penyedia jasa layanan transportasi yang menggunakan armada ojek motor yang tersebar di hampir seluruh wilayah Indonesia. PT. GO-JEK Indonesia didirikan pada tahun 2011 dengan kantor pusat yang terletak di Jakarta Selatan. Seiring berkembangnya permintaan masyarakat terhadap layanan GO-JEK, kini PT. GO-JEK mempunyai kantor cabang di 50 kota yang tersebar di Pulau Sumatera, Jawa, Bali, hingga Kalimantan dan Sulawesi.

Kelebihan yang ditawarkan ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek yaitu:

1. Mudah mengoperasikan aplikasi untuk memesan.

2. Sangat murah yaitu hanya 1500/km tetapi masyarakat kota Bandar Lampung menggunakan jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek tidak memperhitungkan harga per/km nya melainkan persepsi murah dari masyarakat itu sendiri.
3. Harga yang diberikan sudah ada ketentuannya jadi mudah tidak perlu ribet melakukan tawar-menawar seperti ojek konvensional/ pangkalan.
4. Cepat karena antar jemput sampai tujuan dan tidak perlu berjalan jauh untuk mencari pangkalan ojek dan tidak ngetem.
5. Kemudian, keamanan yang terjamin karena para ojek *online* tersebut legal dan terdaftar secara lengkap identitasnya di perusahaan PT. GO-JEK Indonesia, hal ini menjadi salah satu alasan meningkatnya jumlah permintaan ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi GO-JEK apalagi jika melihat keadaan transportasi umum kota Bandar Lampung yang belakangan ini sangat memprihatinkan karena banyaknya tindakan kriminalitas di angkutan umum.

Dengan kelebihan yang ditawarkan ojek *online* (Go-Ride dalam aplikasi Go-jek) keberadaannya memenuhi kriteria untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Bandar Lampung. Akan tetapi, keberadaan Go-jek bukanlah satu-satunya, Grab sebagai penyedia jasa transportasi *online* juga sudah tersedia di Bandar Lampung. Grab tentu saja menjadi pesaing bagi Go-jek dan konsumen lebih menganggap Grab sebagai substitusi dari Go-jek. Hal ini dikarenakan tingkat harga Go-jek yang lebih murah dibandingkan Grab jika menempuh jarak kurang dari 15 KM, begitupun sebaliknya. Terlihat dari aplikasi yang tersedia pada perangkat telepon

mereka (konsumen), mayoritas memiliki kedua aplikasi transportasi *online* tersebut. Faktor harga menjadi salah satu penentu keputusan penggunaan layanan.

Selain harga, pendapatan diduga berpengaruh terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek). Hal ini terjadi karena tarif layanan masih lebih mahal dari tarif angkutan umum seperti angkot. Sehingga, kemampuan membayar tetap menjadi penentu dalam meminta layanan transportasi *online*.

Hal yang tak kalah penting dalam mempengaruhi permintaan konsumen adalah kepuasan, terutama dalam hal layanan jasa. Kepuasan konsumen Go-jek dapat dilihat dari jumlah bintang yang diberikan di aplikasi setelah mereka (konsumen) menggunakan layanan, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka semakin besar kemungkinan menggunakan jasa itu kembali.

B. Rumusan Masalah

Jenis transportasi di kota Bandar Lampung cukup beragam tetapi ada kecenderungan peningkatan permintaan jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek, dikarenakan hal tersebut peneliti tertarik untuk mencari apakah yang menjadi faktor-faktor yang menentukan peningkatan permintaan jasa ojek *online*, antara lain:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung?
2. Bagaimana pengaruh harga pesaing terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung?
3. Bagaimana pengaruh kepemilikan kendaraan pribadi responden terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung?

4. Bagaimana pengaruh pendapatan responden terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan responden terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga pesaing terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepemilikan kendaraan pribadi responden terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung.
4. Untuk menganalisis pengaruh pendapatan responden terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan responden terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, antara lain:

1. Untuk Penulis, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Ekonomi Pembangunan.
2. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pemerintah Kota Bandar Lampung atau pihak-pihak terkait untuk dipertimbangkan dalam merumuskan kebijakan

yang tepat untuk membangun kota Bandar Lampung pada sektor jasa transportasi.

3. Sebagai bahan referensi bagi masyarakat dalam memilih alat transportasi dan mengetahui alasan mengapa semakin berkembangnya ojek *online* di kota Bandar Lampung.
4. Sebagai bahan referensi bagi para peneliti lainnya yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang transportasi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teoritis

1. Teori Permintaan

Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga tersebut. Sedangkan definisi permintaan adalah jumlah suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama/*Ceteris Paribus* (Gilarso, 2001).

Hukum Permintaan pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa : “ Hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik, maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga barang turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat”.

Menurut Danniell (2004), permintaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

1. harga barang yang bersangkutan
2. harga barang substitusi atau komplemennya
3. selera
4. jumlah penduduk

5. tingkat pendapatan.

Menurut Sukirno (2004), harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang atau jasa, barang atau jasa tersebut bersifat substitusi (pengganti). Apabila tingkat harga suatu barang dan jasa pengganti meningkat maka tingkat permintaan barang dan jasa lainnya akan mengalami peningkatan pula.

Permintaan yang dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang memengaruhinya disebut fungsi permintaan. Fungsi permintaan menghubungkan antara variabel bebas dengan variabel tidak bebas.

Persamaan fungsi permintaan dapat disusun sebagai berikut:

$$D_x = f(P_x, P_y, Y, T, N)$$

Dimana:

D_x = permintaan akan barang x

P_x = harga barang x

P_y = harga barang y

Y = pendapatan per kapita

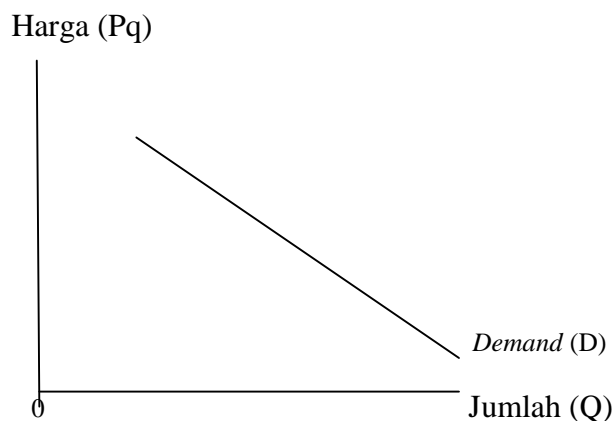
T = selera

N = jumlah penduduk

D_x adalah variabel tidak bebas, karena besarnya nilai ditentukan oleh variabel lain. P_x , P_y , Y , T dan N adalah variabel bebas karena besar nilainya tidak tergantung besarnya variabel lain. Tanda positif dan negatif menunjukkan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap permintaan akan barang. Hukum permintaan pada hakikatnya menyatakan bahwa makin rendah harga

suatu barang, makin banyak permintaan atas barang tersebut; sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang semakin sedikit permintaan atas barang tersebut (Firdaus, 2008).

Kurva permintaan adalah kurva yang menghubungkan antara harga barang (*ceteris paribus*) dengan jumlah barang yang diminta. Kurva permintaan menggambarkan tingkat maksimum pembelian pada harga tertentu, *ceteris paribus* (keadaan lain tetap sama). Kurva permintaan menggambarkan harga maksimum yang konsumen bersedia bayarkan untuk barang bermacam-macam jumlahnya per-unit waktu. Konsumen tidak bersedia membayar pada harga yang lebih tinggi untuk sejumlah tertentu, tetapi pada jumlah yang sama konsumen bersedia membayar dengan harga yang lebih rendah. Konsep ini disebut dengan kesediaan maksimum konsumen mau bayar atau *willingness to pay* (Haryati, 2007).

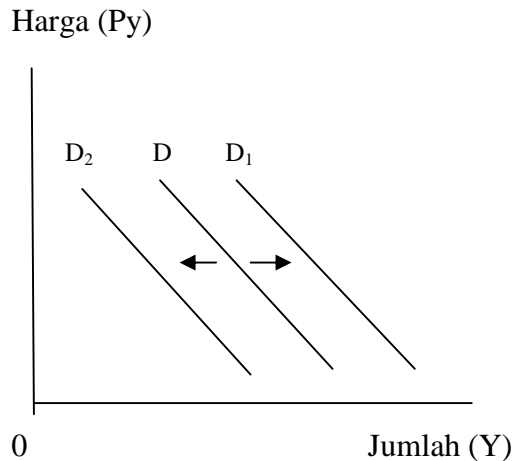


Gambar 1. Kurva Permintaan

Sumber: *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Edisi Ketiga. Sukirno (2004).

Kenaikan harga produk (*ceteris paribus*) akan menyebabkan penurunan jumlah barang yang diminta yang berarti terjadi perpindahan di sepanjang kurva permintaan. Perubahan variabel non-harga akan menyebabkan pergeseran kurva

permintaan, atau menyebabkan perubahan jumlah barang yang diminta pada tingkat harga tertentu. Faktor-faktor yang menyebabkan pergeseran permintaan diantaranya adalah perubahan pendapatan, selera, harga barang lain dan jumlah populasi.



Gambar 2. Pergeseran Kurva Permintaan

Sumber: *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Edisi Ketiga. Sukirno (2004).

Perubahan harga barang lain berpengaruh pada pergeseran kurva permintaan. Kenaikan harga barang substitusi (yang bersifat saling menggantikan) menggeser kurva permintaan komoditi ke kanan, lebih banyak yang dibeli pada setiap tingkat harga. Kenaikan harga barang komplementernya (komoditi yang digunakan secara bersama-sama) akan menggeser kurva permintaan ke kiri. Pertumbuhan jumlah populasi atau penduduk menciptakan permintaan baru. Penduduk yang bertambah ini harus memiliki daya beli sebelum permintaan berubah. Peningkatan orang berusia kerja, tentunya akan menciptakan pendapatan baru. Jika ini terjadi, permintaan untuk semua komoditi yang dibeli oleh penghasil pendapatan baru akan meningkat. Kenaikan jumlah penduduk akan menggeser kurva permintaan untuk komoditi ke arah kanan, yang menunjukkan bahwa akan lebih banyak komoditi yang dibeli pada setiap tingkat harga.

2. Teori Perilaku Konsumen yang Mempengaruhi Permintaan

Menurut Kotler dan Keller (2008:214) menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:6) menjelaskan bahwa perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi.

Dari dua pengertian tentang perilaku konsumen di atas dapat diperoleh hal yang penting yaitu proses pengambilan keputusan konsumen. Berdasarkan beberapa definisi yang telah disebutkan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan barang dan jasa, kemudian mengevaluasi. Setelah konsumen mengevaluasi, konsumen akan memutuskan barang atau jasa manakah yang memberikan kepuasan maksimum.

Dalam teori perilaku konsumen, Menurut Swastha dan Handoko (2000:27) yang diuraikan lagi ke dalam teori ekonomi mikro menjelaskan bahwa setiap konsumen akan selalu berupaya untuk memperoleh kepuasan yang maksimal. Dimana konsumen akan terus melakukan pembelian terhadap suatu produk yang bisa memberikannya tingkat kepuasan maksimum. Jadi kepuasan konsumen sangat mempengaruhi terhadap permintaan barang atau jasa tersebut.

3. Transportasi

Sistem transportasi dari suatu wilayah dapat didefinisikan sebagai suatu system yang terdiri dari prasarana/sarana dan system pelayanan yang memungkinkan adanya pergerakan ke seluruh wilayah, sehingga terakomodasinya mobilitas penduduk, dimungkinkan adanya pergerakan barang, dimungkinkan akses ke semua wilayah (Santoso, 1996).

Pengangkutan memberikan jasa kepada masyarakat, yang disebut jasa angkutan. Jasa angkutan merupakan keluaran (output) perusahaan angkutan yang bermacam-macam jenisnya sesuai banyaknya jenis alat angkutan (seperti jasa pelayaran, jasa kereta api, jasa penerbangan, jasa angkutan bus dan lain-lain). Sebaliknya jasa angkutan merupakan salah satu faktor masukan (input) dari kegiatan produksi, perdagangan, pertanian, dan kegunaan lainnya (Nasution, 2004).

Pengangkutan berfungsi sebagai faktor penunjang dan perangsang pembangunan dan pemberi jasa bagi perkembangan ekonomi. Fasilitas pengangkutan harus dibangun mendahului proyek-proyek pembangunan lainnya. Perluasan dermaga di pelabuhan didahulukan daripada pembangunan pupuk yang akan dibangun, guna melancarkan pengiriman peralatan pabrik dan bahan baku serta penyaluran hasil produksi ke pasar setelah pabrik beroperasi (Nasution, 2004).

Transportasi merupakan pemindahan barang dan orang dari suatu tempat ke tempat lain yang memperlihatkan empat bagian penting yaitu jalan, kendaraan dan alat angkut, tenaga penggerak dan terminal (Kamaludin, 2003). Transportasi manusia atau barang biasanya bukanlah merupakan tujuan akhir, tetapi hal itu

dilakukan untuk mencapai tujuan lain, oleh karena itu permintaan atas jasa transportasi disebut sebagai permintaan turunan (*derived demand*) yang timbul akibat adanya permintaan akan komoditi atau jasa lain.

Pengertian transportasi secara umum dapat diartikan sebagai kegiatan perpindahan barang dan atau manusia dari tempat asal ke tempat tujuan membentuk suatu hubungan yang terdiri dari 3 (tiga) bagian yaitu :

- (a) ada muatan yang diangkut
- (b) tersedianya sarana sebagai alat angkut
- (c) tersedianya prasarana jalan yang dilalui

Proses transportasi merupakan gerakan dari tempat asal pengangkutan dimulai ke tempat tujuan kemana kegiatan pengangkutan diakhiri (Pusdiklat Perhubungan Darat,1997).

4. Permintaan Jasa Transportasi

Permintaan akan perjalanan mempunyai kemiripan dengan permintaan ekonomi. Permintaan diartikan sebagai kuantitas total dari pelayanan atau jasa angkutan tertentu yang rela dan mampu dibeli oleh konsumen pada harga tertentu pada pasar tertentu pada periode tertentu dan pada kondisi-kondisi tertentu pula. Oleh karena itu permintaan atas jasa transportasi disebut sebagai permintaan turunan (*derived demand*) yang timbul akibat adanya permintaan akan komoditi atau jasa lain.

Menurut Edward K. Morlok, 1995 transportasi manusia atau barang biasanya bukanlah merupakan tujuan akhir, oleh karena itu permintaan akan jasa transportasi dapat disebut sebagai permintaan turunan (*derived demand*) yang

timbul akibat adanya permintaan akan komoditi atau jasa lainnya. Permintaan jasa transportasi tidak berdiri sendiri, melainkan tersembunyi dibalik kepentingan yang lain.

Menurut Setijowarno dan Frazila (2001), pada dasarnya permintaan atas jasa transportasi diturunkan dari :

- a. Kebutuhan seseorang untuk berjalan dari suatu lokasi ke lokasi lainnya untuk melakukan suatu kegiatan.
- b. Permintaan akan angkutan barang tertentu agar tersedia di tempat yang diinginkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa angkutan adalah sebagai berikut:

1. Harga jasa angkutan
2. Tingkat pendapatan
3. Citra atau image terhadap perusahaan atau moda transportasi tertentu

Pada dasarnya permintaan angkutan diakibatkan oleh kebutuhan manusia untuk bepergian dari dan ke lokasi lain dengan tujuan mengambil bagian di dalam suatu kegiatan, misalnya bekerja, berbelanja, ke sekolah, dan lain-lain. Permintaan akan jasa angkutan, dipengaruhi oleh harga jasa angkutan itu sendiri dan harga dari jasa-jasa angkutan lainnya serta tingkat pendapatan dan lain-lain (Nasution, 2004).

Adapun karakteristik permintaan angkutan terdiri dari dua kelompok, yang terdiri atas:

1. Kelompok *choice*, kelompok *choice* terdiri dari orang-orang yang mempunyai pilihan (*choice*) dalam memenuhi kebutuhan mobilitasnya. Pada kelompok ini orang dapat menggunakan kendaraan pribadi (dengan alasan financial, legal, dan fisik).
2. Kelompok *captive*, kelompok *captive* adalah kelompok yang tergantung (*captive*) terhadap angkutan umum untuk memenuhi kebutuhan mobilitasnya atau dengan kata lain tidak menggunakan kendaraan pribadi.

5. Fungsi Permintaan Jasa Transportasi

Pada umumnya dalam teori ekonomi mikro, permintaan akan suatu barang jasa dipengaruhi oleh harga barang dan jasa itu sendiri, harga barang-barang dan jasa lain, tingkat pendapatan yang secara matematis berbentuk fungsi berikut (Button,2002):

$$Q_d = f(P, P_s, Y) \dots \dots \dots \text{(Pers. 1)}$$

Dimana :

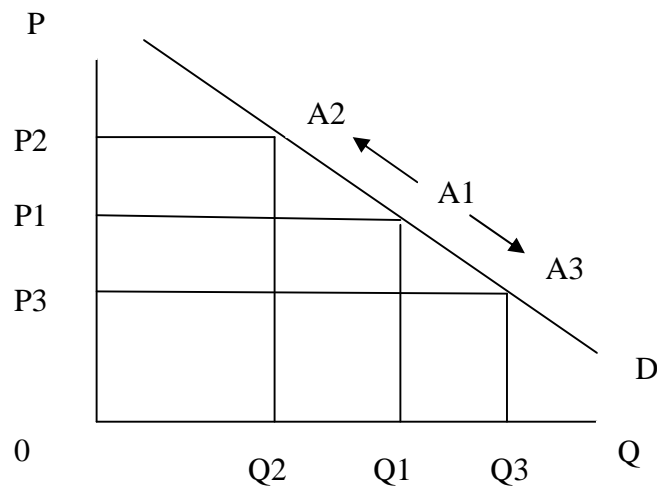
Q_d = Jumlah permintaan akan suatu barang.

P = Harga Barang tersebut

P_s = Harga Barang Lain

Y = Pendapatan Konsumen

Dalam teori ekonomi, permintaan akan suatu komoditi biasanya digambarkan dengan kurva permintaan, dimana kurva ini menghubungkan antara jumlah komoditi dan harga tertentu. Kecenderungan yang terjadi adalah apabila harga menurun, jumlah komoditi yang dibeli akan bertambah.



Gambar 3. Kurva Permintaan jasa Transportasi

Sumber: *Ekonomi Transportasi (Karakteristik, Teori, dan Kebijakan)*. Kamaludin (2003)

Salah satu ekspresi penting dari kurva tersebut adalah apa yang disebut dengan elastisitas harga, yaitu ukuran tingkat perubahan kuantitas permintaan dalam perbandingan dengan tingkat perubahan harga. Pada umumnya nilai elastisitas harga ini berbeda di sepanjang kurva.

Ada Lima Jenis Elastisitas Permintaan :

1. Permintaan tidak elastis sempurna : elastisitas = 0. Perubahan harga tidak mempengaruhi jumlah yang diminta. Dengan demikian, kurvanya berbentuk vertikal. Kurva berbentuk vertikal ini berarti bahwa berapapun harga yang ditawarkan, kuantitas barang/jasa tetap tidak berubah. Contoh barang yang permintaannya tidak elastis sempurna adalah tanah (meskipun harganya naik terus, kuantitas yang tersedia tetap terbatas), lukisan milik pelukis yang telah meninggal (berapapun harga yang ditawarkan atas lukisan, pelukis tersebut tidak akan mampu menambah kuantitas lukisannya), dan contoh lainnya yang sejenis.

2. Permintaan tidak elastis : elastisitas < 1 . Persentase perubahan kuantitas permintaan $<$ dari persentase perubahan harga. Contoh permintaan tidak elastis ini dapat dilihat diantaranya pada produk kebutuhan. Misalnya beras, meskipun harganya naik, orang akan tetap membutuhkan konsumsi beras sebagai makanan pokok. Karenanya, meskipun mungkin dapat dihemat penggunaannya, namun cenderung tidak akan sebesar kenaikan harga yang terjadi. Sebaliknya pula, jika harga beras turun konsumen tidak akan menambah konsumsinya sebesar penurunan harga. Ini karena konsumsi beras memiliki keterbatasan (misalnya rasa kenyang). Contoh lainnya yang sejenis adalah bensin. Jika harga bensin naik, tingkat penurunan penggunaannya biasanya tidak sebesar tingkat kenaikan harganya. Ini karena kita tetap membutuhkan bensin untuk bepergian. Sama halnya, ketika harganya turun, kita juga tidak mungkin bepergian terus menerus demi menikmati penurunan harga tersebut. Karakteristik produk yang seperti ini mengakibatkan permintaan menjadi tidak elastis.
3. Permintaan uniter elastis : elastisitas $= 1$. Persentase perubahan kuantitas permintaan $=$ persentase perubahan harga. Contoh produk yang elastisitasnya uniter tidak dapat disebutkan secara spesifik. Jenis permintaan ini sebenarnya lebih sebagai pembatas antara permintaan elastis dan tidak elastis, sehingga belum tentu ada produk yang dapat dikatakan memiliki permintaan uniter elastis.
4. Permintaan elastis : elastisitas > 1 . Persentase perubahan kuantitas permintaan $>$ persentase perubahan harga. Ini sering terjadi pada produk yang mudah dicari substitusinya. Misalnya saja pakaian, makanan ringan, dan lain

sebagainya. Ketika harganya naik, konsumen akan dengan mudah menemukan barang penggantinya.

5. Permintaan elastis sempurna : elastisitas tak terhingga. Dimana pada suatu harga tertentu pasar sanggup membeli semua barang yang ada di pasar. Namun, kenaikan harga sedikit saja akan menjatuhkan permintaan menjadi 0. Dengan demikian, kurvanya berbentuk horisontal. Contoh produk yang permintaannya bersifat tidak elastis sempurna diantaranya barang/jasa yang bersifat komoditi, yaitu barang/jasa yang memiliki karakteristik dan fungsi sama meskipun dijual di tempat yang berbeda atau diproduksi oleh produsen yang berbeda. Marginal Utility (MU) yaitu : tambahan kepuasan sebagai akibat dari jenis elastisitas harga dari permintaan.

6. Elastisitas Permintaan Jasa Transportasi

Dalam analisis ekonomi, secara teori maupun dalam praktek sehari-hari, adalah sangat berguna untuk mengetahui sampai sejauh mana responsifnya permintaan terhadap perubahan harga. Oleh sebab itu perlu dikembangkan satu pengukuran kuantitatif yang menunjukkan sampai di mana besarnya pengaruh perubahan harga terhadap perubahan permintaan. Ukuran ini dinamakan elastisitas permintaan. Pada umumnya, jika harga suatu barang berubah, maka permintaan akan barang tersebut juga akan berubah. Untuk mengukur respon perubahan harga terhadap jumlah permintaan bisa digunakan konsep elastisitas (Nicholson, 1995).

Elastisitas atau inelastisitas permintaan transportasi sangat dipengaruhi oleh ketersediaan perusahaan-perusahaan pengangkutan yang bersaing. Jika hanya terdapat satu perusahaan pengangkutan untuk melayani kebutuhan pemakai jasa

angkutan daerah, maka dapat diperkirakan tingkat elastisitas permintaan lebih kecil dibandingkan dengan jika terdapat lebih banyak perusahaan pengangkutan (Adisasmita, 2010).

Elastisitas dapat dikategorikan kedalam tiga alternatif, yaitu:

- 1) Bila penurunan persentase tarif angkutan menimbulkan persentase yang sama pada permintaan jasa transportasi sehingga penjualan tetap tidak berubah, maka situasi tersebut dikategorikan sebagai elastisitas uniter.
- 2) Dalam hal ini penurunan persentase tarif angkutan menimbulkan kenaikan persentase yang lebih kecil pada permintaan jasa transportasi sehingga hasil penjualannya menurun, hal ini dikategorikan sebagai permintaan inelastis.
- 3) Jika penurunan presentase tarif angkutan menimbulkan kenaikan persentase yang lebih besar pada permintaan jasa transportasi sehingga hasil penjualan juga meningkat, maka hal ini dikatakan sebagai permintaan yang elastis.

7. Sifat-Sifat Permintaan Jasa Transportasi

Terdapat beberapa sifat khusus yang melekat pada permintaan akan jasa transportasi dan yang membedakannya dengan permintaan terhadap barang lainnya, yaitu sebagai berikut: (M.N Nasution “Manajemen Transportasi”: 2008:

40)

- a. *Derived Demand*. Permintaan akan jasa pengangkutan merupakan suatu permintaan turunan, saduran atau dalam istilah ekonomi, lazim disebut *derived demand*. Dengan demikian, permintaan akan jasa transportasi baru akan ada apabila ada faktor-faktor yang mendorongnya. Permintaan jasa transportasi tidak berdiri sendiri, melainkan tersembunyi di balik kepentingan

yang lain. Misalnya, keinginan untuk rekreasi, keinginan untuk sekolah atau untuk berbelanja dan sebagainya.

- b. Permintaan akan jasa transportasi sangat dipengaruhi oleh elastisitas pendapatan. Perilaku hukum Engel berlaku disini. Dimana Engle mengatakan bahwa apabila pendapatan dari seseorang naik, maka orang tersebut akan secara sebanding mengurangi pengeluaran untuk memperoleh barang-barang kebutuhan sehari-hari dan menggantikannya dengan barang-barang lebih mewah atau sekunder.
- c. Pada hakikatnya tidak tanggap atau perasa terhadap perbedaan tingkat biaya transportasi untuk pengangkutan penumpang, tetapi sangat perasa / tanggap terhadap pengangkutan barang. Ini berarti permintaan penumpang bersifat inelastis, sedangkan permintaan pengangkutan barang bersifat elastis.
- d. Jasa transportasi adalah jasa campuran (*product mixed*). Permintaan jasa angkutan adalah kompleks karena permintaan tersebut tidak hanya dilandasi oleh keinginan untuk memindahkan suatu dari suatu tempat ke tempat lain tetapi banyak variabel lain yang mempengaruhi keinginan untuk memindahkan barang tersebut, seperti kecepatan, keamanan, keselamatan, ketepatan, kenyamanan, keterandalan dan sebagainya.

8. Kepuasan Maksimum Terhadap Pelayanan Transportasi

Pagano dan McKnight dalam Masri (2002), mengembangkan pengukuran kepuasan pelanggan yang sering digunakan pada jasa transportasi, meliputi delapan aspek pelayanan, masing-masing dipercayai mewakili kebutuhan dasar dari keseluruhan dimensi kualitas, yaitu:

1. Keandalan dan Kinerja Tepat Waktu

Pengumuman penundaan/pembatalan keberangkatan, waktu tunggu, alasan kedatangan yang tepat waktu, minimal penundaan atas kendaraan.

2. Kenyamanan

Adanya jaminan, kondisi dan kebersihan kendaraan, kemulusan perjalanan, ventilasi dan penyejuk udara, tempat berlindung dan tempat duduk untuk menunggu di luar ruang.

3. Kemudahan Membuat Reservasi

Akomodasi yang berubah menentukan pengendara atau menyusun waktu penjemputan, memperpendek waktu pemesanan atau reservasi dan prosedur reservasi yang mudah.

4. Perluasan Layanan

Layanan total 24 jam, pembatasan jarak, layanan akhir minggu dan sore hari penolakan perjalanan yang rendah.

5. Keamanan

Tingkat kemungkinan terjadi kecelakaan yang rendah, pengemudi yang mendahulukan keamanan, lintasan yang aman.

6. Karakteristik Pengemudi Dan Kru

Kemampuan menangani medis dalam keadaan darurat, jujur dan ramah, sensitive dan memahami kebutuhan penumpang, sensitive pada kebutuhan individual, tingkat profesionalisme dan berpengalaman

7. Tanggung Jawab Pada Individual

Operator telepon yang menyakinkan dan ramah, kemudahan memperoleh informasi yang jelas, bertanggung jawab pada keluhan dan pemberian saran dan mengikuti prosedur.

9. Kepemilikan Kendaraan Pribadi

Transportasi memiliki keterkaitan erat dengan ekonomi, sehingga permasalahan transportasi dapat dianalisis dengan menggunakan pendekatan ekonomi, khususnya teori permintaan. Permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) tercermin dari sejumlah orang yang memiliki kendaraan dengan syarat atau kondisi tertentu, salah satunya adalah kepemilikan kendaraan pribadi. Besarnya permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) bergantung pada keadaan konsumen, bila konsumen memiliki kendaraan pribadi kecil kemungkinan untuk menggunakan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) dan sebaliknya.

Meskipun begitu konsumen yang telah memiliki kendaraan pribadi pun mungkin untuk menggunakan jasa transportasi umum yang dikarenakan berbagai faktor, misalnya: karena macet, susahnya lahan parkir, dan tidak bias mengendarainya. Begitu juga dengan konsumen yang memiliki kendaraan pribadi roda empat lebih memilih layanan transportasi umum berupa kendaraan roda dua dikarenakan lalu lintas yang macet untuk efisiensi waktu.

Serta konsumen yang sama sekali tidak memiliki kendaraan pribadi bebas untuk memilih berbagai jenis moda transportasi yang tersedia di transportasi umum *online* untuk sampai ditujuan yang diinginkan hal di atas diperkuat dengan adanya jurnal penelitian yang Johan Holmgren (Journal Eur. Transp.Rev 2013).

10. Perbedaan Ojek *Online* dan Ojek Konvensional

Perbedaan antara ojek *online* dengan ojek konvensional sangat jauh, untuk itu dibawah ini juga merupakan alasan mengapa ojek konvensional/ pangkalan

ditinggalkan dan masyarakat Kota Bandar Lampung beralih ke ojek *online*. Kesenjangan dan perbedaan antara ojek *online* dan ojek pangkalan dapat kita uraikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.Perbedaan Ojek *Online* dan Ojek Konvensional/ Pangkalan.

Ojek Pangkalan/ Konvensional	Ojek <i>Online</i>
1. Kurang canggih.	1. Sudah Canggih
2. Penumpang mencari tukang ojek.	2. Ojek <i>online</i> menggunakan Handphone aplikasi berbasis internet (Apps)
3. Untuk tarif bisa bervariasi dan kadang tawar menawar dulu baru sepakat dengan tukang ojek dan tukang ojek menyanggupi dulu baru bisa jalan.	3. Mengenai kualitas pelayanan diatur dan ditampilkan di Go-jek Apps tersebut.
4. Promosi ojek konvensional ini cukup memakai papan atau triplek dipinggir jalan membuat pangkalan sendiri, dan biasanya kalau tukang ojek.	4. Promosi sudah canggih di media <i>online</i> internet, iklan media internet dan handphone tersambung ke internet atau penyedia layanan.
5. Pembayaran dilakukan langsung sesuai kesepakatan kadang kadang sisa tidak diambil, karena iklas.	5. Pembayaran bisa Tunai dan non Tunai melalui Go-jek Kredit.
6. Penghasilan kurang banyak, karena Tidak pasti dapat.	6. Penghasilan tergolong banyak, dikelola perusahaan, pembagian trayek diatur merata.
7. Kurang aman dan kurang nyaman	7. Lebih aman dan nyaman.

B. Hubungan Antara Harga , Harga Pesaing, Kepemilikan Kendaraan Pribadi Responden, Pendapatan Responden dan Kepuasan responden Terhadap Permintaan Jasa Ojek *Online* Kota Bandar Lampung (Studi Kasus: Go-ride Dalam Aplikasi Go-jek).

Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang atau jasa. Harga cukup memiliki pengaruh yang besar terhadap permintaan barang atau jasa, bagaimana yang telah dijelaskan dalam hukum permintaan “Jika harga semakin murah maka barang yang diminta akan semakin banyak dan

sebaliknya jika harga semakin mahal maka barang yang diminta semakin sedikit (ceteris paribus)”.

Harga juga merupakan suatu penentu bagi permintaan barang atau jasa dan untuk menentukan posisi persaingan penjualan di pasar. Dalam hal ini, semakin rendah atau lebih murah nya jasa ojek *online* daripada jasa ojek konvensional/ pangkalan maka kebanyakan masyarakat kota Bandar Lampung lebih memilih menggunakan jasa ojek *online* daripada jasa ojek konvensional/ pangkalan.

Selain itu harga jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek dibandingkan dengan harga jasa ojek *online* lainnya (seperti: Grab) itu dikatakan lebih murah, Harga Go-ride dalam aplikasi Go-jek sebesar Rp.1.500/km sedangkan Grab Rp.1.800/km, tetapi jika pengguna menempuh jarak lebih dari 15 km Grab-bike lah yang lebih murah. Tetapi setelah saya analisis kebanyakan masyarakat Kota Bandar Lampung menggunakan ojek *online* dengan jarak tempuh kurang dari 15 km.

Fasilitas yang diberikan ojek *online* kepada konsumen adalah helm, lalu yang paling penting adalah konsumen dijemput dari tempat asal dan diantarkan sampai tempat tujuan, sehingga konsumen tidak perlu lagi jalan jauh untuk mencari pangkalan ojek. Selain itu fasilitas yang diberikan ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) adalah Go-pay, seperti yang sudah saya jelaskan tentang Go-Pay. Jika konsumen tidak punya uang kecil atau ingin lebih mudah dan gak ribet konsumen dapat menggunakan Go-pay untuk memudahkan transaksi dijamin serba modern seperti sekarang ini.

Kepemilikan kendaraan pribadi diduga memiliki peran penting dalam permintaan jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek di kota Bandar Lampung. Biasanya orang yang mempunyai kendaraan pribadi dirumahnya tidak menggunakan jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek, tetapi dengan banyak faktor yang menentukan pasti banyak juga masyarakat yang tetap menggunakan jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek walaupun mempunyai kendaraan pribadi dan hal ini yang akan peneliti analisis.

Wahab (2005), menyatakan bahwa semakin besar tingkat pendapatan maka pergerakan permintaan juga cenderung akan meningkat. Sedangkan, semakin kecil tingkat pendapatan maka pergerakan permintaan juga cenderung akan menurun. Dalam konteks pemasaran, secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Indikator dari harga dapat dinyatakan dalam penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan biaya yang dikeluarkan dalam kaitannya dengan spesifikasi yang berupa kualitas produk atau jasa.

Seperti yang diungkapkan Lupiyoadi, (2006) bahwa manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa harus dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengkonsumsi layanan jasa tersebut. Adanya kesesuaian antara harga dan kualitas produk atau jasa dapat membuat kepuasan bagi konsumen.

Apabila kualitas atau manfaat yang diterima konsumen sesuai dengan harga yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut, konsumen akan merasa puas.

Sedangkan, apabila kualitas atau manfaat yang diterima konsumen tidak sesuai dengan harga yang dikeluarkan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan menjadikan indikasi bahwa kualitas jasa macam apa saja yang akan konsumen terima.

C. Studi Empiris

Tabel 5. Penelitian Terdahulu

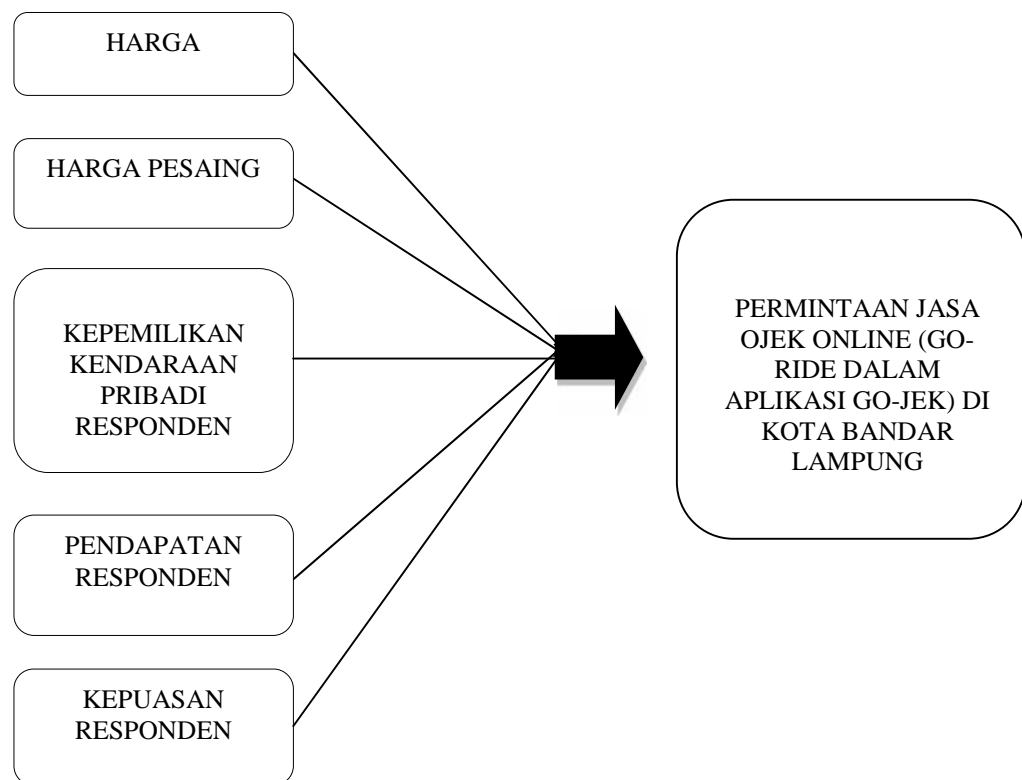
Judul, Peneliti dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Kesimpulan
“Analisis Permintaan Jasa Kereta Api” Citra Hilda Karissa (2011)	Y: Permintaan jasa Kereta Api X1: Harga tiket Kereta Api X2: Harga tiket Travel X3: Pendapatan X4: Karakteristik Demografi Penumpang	Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier dengan estimasi OLS (<i>Ordinary Least Square</i>)	Harga/ Tarif tiket kereta api mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan kereta api selama satu bulan, pendapatan mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan kereta api selama satu bulan.
“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kendaraan Bermotor Roda Dua di kota Makasar” Alimuddin (2012)	Y: Permintaan Kendaraan Bermotor Roda Dua X1: Tingkat Pendapatan X2: Harga Kendaraan Bermotor Roda Dua X3: Jangka Waktu Pengembalian Kredit	Alat analisis yang digunakan adalah model inferential analisis, analisis regresi	Pendapatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kendaraan bermotor di kota Makasar, sedangkan harga mempunyai pengaruh negative dan signifikan terhadap permintaan kendaraan bermotor di kota Makasar.

Judul, Peneliti dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Kesimpulan
“Permintaan telepon seluler pada pegawai tetap (studi pada pt.Colombus kendari)” Firman (2013)	Y: Permintaan telepon seluler pada pegawai tetap PT. Columbus Kendari X1: harga X2: pendapatan X3: jumlah anggota keluarga X4: selera X5: Ekspektasi	Analisis data yang digunakan pada penelitian yaitu data sampel dengan metode analisis deskriptif kualitatif	Harga dan Pendapatan mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan telepon seluler pada pegawai tetap PT. Columbus Kendari dengan frekuensi terbesar untuk harga yaitu jawaban responden berada pada skor 4 (setuju) dengan total skor sebesar 30 atau 46,15 persen. Sedangkan pendapatan terbesar berada pada skor 5 (sangat setuju) dengan total skor sebesar 35 atau 53,83 persen.
“ Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Angkutan Kota Di Kabupaten Pangkep, Achmad Muqtadir (2016)	Y: Permintaan Jasa Angkutan Kota Di Kabupaten Pangkep X1: tariff angkutan kota X2: waktu tempuh X3: kepemilikan kendaraan pribadi X4: tarif angkutan lainnya	Analisis data yang digunakan pada penelitian yaitu data sampel	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tarif dan variabel kepemilikan kendaraan pribadi berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap permintaan jasa angkutan kota. Adapun secara keseluruhan variabel independen berpengaruh sebesar 75,72 persen, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain
“Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Transportasi Penyeberangan antar Pulau di Kota Raha Darmanto (2014)	Y: Permintaan Jasa Angkutan Kota Di Kabupaten Pangkep X1: tariff keberangkatan X3: pendapatan X4: kualitas pelayanan	Analisis data yang digunakan pada penelitian yaitu data sampel	Harga dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan pada permintaan jasa transportasi laut, maka harga meningkat 0,043 persen perbulan sedangkan pendapatan meningkat 0,060 persen perbulan.

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah konsep untuk mengungkapkan dan menentukan persepsi dan keterkaitan antara variabel yang akan diteliti diuraikan dengan kajian teori tersebut. Mengacu pada teori yang ada, maka faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa ojek di Kota Bandar Lampung (Studi Kasus: Go-ride dalam aplikasi Go-jek) adalah harga, harga pesaing, kepemilikan kendaraan pribadi responden, pendapatan responden, kepuasan responden.

Untuk memudahkan kegiatan penelitian, maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 4. Kerangka Pemikiran

E. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara/ kesimpulan yang diambil untuk menjawab permasalahan yang diajukan oleh peneliti akan tetapi masih harus diuji secara empiris.

Maka akan diajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung.
2. Diduga harga pesaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung.
3. Diduga kepemilikan kendaraan pribadi responden berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung.
4. Diduga pendapatan responden berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung.
5. Diduga kepuasan responden berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Bandar Lampung.

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2002) metode kuantitatif yaitu metode yang dapat melihat hubungan antara variabel pada objek yang diteliti lebih bersifat interaktif yaitu saling mempengaruhi. Metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat diklasifikasikan, konkrit, teramati dan terukur, hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik (Sugiyono, 2008).

Menurut Sugiyono (2012:13) penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

B. Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari lapangan melalui wawancara langsung dengan satuan tugas dan kordinasi lapangan pihak PT. Gojek Lampung pada bulan November tahun 2017 dan wawancara langsung dengan responden menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan) yang mencakup identitas responden, pendapatan responden, kepemilikan kendaraan pribadi responden, dan kepuasan responden terhadap pelayanan ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-

jek. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka digunakan dua metode, yaitu:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Metode ini digunakan dengan mencari bahan-bahan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Riset di Polresta Bandar Lampung, dan menelaah bahasan teoritis dari berbagai buku-buku, artikel-artikel, dan karya ilmiah serta penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penulisan.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Metode ini dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan untuk melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak terkait yang mengetahui informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, dan memberikan kuisioner kepada para responden yaitu pengguna jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek.

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Sehubungan dengan metode analisis yang digunakan pengujian hipotesis maka batasan variabel yang digunakan ialah berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Permintaan jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek (Y).

Banyaknya penggunaan yang dilakukan pengguna jasa Go-ride dalam aplikasi Go-jek (konsumen) pada 1 bulan terakhir, dalam hal ini berapa kali konsumen menggunakan jasa Go-ride dalam aplikasi Go-jek dalam satu bulan. Skala pengukuran variabel ini adalah frekuensi penggunaan jasa Go-ride dalam aplikasi Go-jek. Diasumsikan bahwa jumlah atau frekuensi penggunaan jasa Go-ride dalam aplikasi Go-jek merupakan kuantitas permintaan individu

(responden) terhadap jasa Go-ride dalam aplikasi Go-jek. Variabel permintaan jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek (Y) yang digunakan dalam regresi diperoleh dari kuisisioner nomor 11.

2. Harga (X_1).

Harga merupakan balas jasa transportasi yang harus dibayar oleh responden dalam menggunakan jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek dalam satu bulan di Kota Bandar Lampung yang dinyatakan dalam satuan Rupiah. Variabel harga (X_1) yang digunakan dalam regresi diperoleh dari kuisisioner nomor 14.

3. Harga Pesaing (X_2).

Harga Pesaing merupakan harga pesaing ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek yaitu Grab dan dinyatakan dalam satuan Rupiah. Variabel harga pesaing (X_2) yang digunakan dalam regresi diperoleh dari kuisisioner nomor 15.

4. Kepemilikan kendaraan pribadi responden (X_3).

Kepemilikan kendaraan pribadi responden adalah variabel dummy yang dinyatakan berdasarkan Ya atau Tidak. Ya berarti responden memiliki kendaraan pribadi yang dihitung dalam bentuk dummy yaitu 0. Tidak berarti responden tidak memiliki kendaraan pribadi dan dihitung dalam bentuk dummy yaitu 1. Variabel kepemilikan kendaraan pribadi responden (X_3) yang digunakan dalam regresi diperoleh dari kuisisioner nomor 10.

5. Pendapatan responden (X_4).

Pendapatan responden menggambarkan tentang kemampuan ekonomi responden dalam sebulan yang diukur dalam satuan Rupiah. Variabel

pendapatan responden (X_4) yang digunakan dalam regresi diperoleh dari kuisisioner nomor 9.

6. Kepuasan responden (X_5).

Kepuasan responden merupakan nilai skala ordinal yang dinyatakan berdasarkan berapa ukuran kepuasan responden dalam penggunaan jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek dengan skala 1-5 (1=sangat tidak puas; 2=tidak puas; 3=netral; 4=puas; 5=sangat puas). Kemudian di transformasi menjadi skala interval dengan metode *successive interval* (MSI) agar memenuhi syarat untuk melakukan regresi linier berganda. Adapun tahapan melakukan metode *successive interval* (MSI) adalah sebagai berikut: 1).Menghitung frekuensi; 2).Menghitung proporsi; 3).Menghitung proporsi kumulatif; 4).Menghitung nilai z ; 5).Menghitung nilai densitas fungsi z ; 6).Menghitung scale value; 7).Menghitung penskalaan. Variabel kepuasan responden (X_5) yang digunakan dalam regresi diperoleh dari kuisisioner nomor 20.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan satuan analisis yang merupakan sasaran penelitian. Populasi juga dibatasi sebagai kumpulan subyek perilaku atau karakteristik yang menjadi pusat perhatian, sehingga didalamnya terkandung informasi yang ingin diketahui. Penelitian ini dilakukan di Kota Bandar Lampung dengan populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek.

Sampel merupakan perwakilan dari populasi yang hendak diteliti. Berdasarkan Gay dan Diehl (1996) dalam Kuncoro, jumlah sampel minimal yang dapat diterima tergantung dari jenis studi yang dilakukan. Dalam model analisis linier regresi berganda ini metode yang digunakan adalah metode OLS (*Ordinary Least Square*) dan berdasarkan hasil wawancara di kantor Go-jek Kota Bandar Lampung pada tahun 2017 didapatkan jumlah pengguna jasa ojek *online* (Go-ride) saat ini mencapai 5000 pengguna. Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. al., 1960:182), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{5000}{1 + 5000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{5000}{51}$$

$$n = 98.$$

Dengan tingkat kepercayaan 90 persen jadi jumlah sampel adalah sebanyak 98 responden. Untuk memudahkan dan memperkuat perhitungan maka dibulatkan menjadi 100 responden, dari 100 responden tersebut dipilih secara random tetapi berdasarkan perhitungan stratifikasi dari 20 kecamatan yang ada di Kota Bandar Lampung.

E. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan teknik *probability* sampling sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random* sampling.

Dalam penelitian ini, terdapat 2 teknik sampling yaitu:

1. Teknik *stratified* sampling untuk menentukan sampel wilayah berdasarkan kecamatan yang ada di Kota Bandar Lampung
2. Teknik *simple random* sampling untuk pengambilan sampel responden setelah dihitung berapa jumlah responden di setiap kecamatan.

Menurut Sugiyono (2012) *Probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Menurut Sugiyono (2012) Simple random sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Jadi, dari 100 responden yang dihitung menggunakan rumus slovin, dipilih secara random tetapi berdasarkan perhitungan stratifikasi dari 20 kecamatan yang ada di Kota Bandar Lampung.

Adapun rumus stratifikasi, sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah penduduk di 1 kecamatan}}{\text{Jumlah penduduk di kota Bandar Lampung}} \times 100$$

Tabel 6. Stratifikasi Responden Berdasarkan 20 Kecamatan di Kota Bandar Lampung

No	Kecamatan	Jumlah Responden
1	Kedaton	6
2	Sukarame	6
3	Tanjung Karang Barat	6
4	Tanjung Karang Pusat	6
5	Tanjung Karang Timur	4
6	Teluk Betung Utara	5
7	Teluk Betung Barat	3
8	Teluk Betung Selatan	4
9	Teluk Betung Timur	4
10	Bumi Waras	5
11	Kedamaian	4

No	Kecamatan	Jumlah Responden
12	Enggal	3
13	Langkapura	2
14	Panjang	8
15	Kemiling	6
16	Rajabasa	6
17	Labuhan Ratu	5
18	Sukabumi	6
19	Tanjung Senang	4
20	Way Halim	7
	Jumlah	100

Sumber: Lampiran 14.

F. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua metode analisis yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif merupakan pengumpulan dan penyajian suatu data sehingga memberikan informasi yang berguna (Walpole,1995). Proses deskripsi data pada dasarnya meliputi upaya penelusuran dan pengungkapan informasi yang relevan yang terkandung dalam data dan penyajian hasilnya dalam bentuk yang lebih ringkas dan sederhana, sehingga pada akhirnya mengarah pada keperluan adanya penjelasan dan penafsiran.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan penggunaan jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek di Kota Bandar Lampung. Analisis deskriptif dilakukan dengan membaca hasil olah data untuk melihat kecenderungan dari perkembangan data-data komponen atau variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Analisis kuantitatif merupakan metode yang berkaitan dengan tata cara pengumpulan data, analisis data dan interpretasi hasil analisis untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Pendekatan

kuantitatif memerlukan variabel tidak bebas dan bebas sebagai objek penelitian dan variabel-variabel tersebut harus didefinisikan dalam bentuk operasionalisasi variabel masing-masing. Analisis kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, karena terdiri dari lebih dari satu variabel bebas.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan program software *Microsoft Excel* dan *E-views*, untuk mengetahui pengaruh Harga, Harga Pesaing, Kepemilikan Kendaraan Pribadi Responden, Pendapatan Responden, Kepuasan Responden terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek di Kota Bandar Lampung yang dinyatakan dalam bentuk fungsi sebagai berikut:

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) \dots\dots\dots(1)$$

Selanjutnya Persamaan (1) di atas ditransformasikan ke dalam regresi berganda, sebagai berikut:

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \alpha_3 X_3 + \alpha_4 X_4 + \alpha_5 X_5 + \epsilon \dots\dots\dots(2)$$

Selanjutnya model tersebut ditransformasikan ke dalam bentuk persamaan linier dengan logaritma natural sebagai berikut:

$$\ln Y = \ln \alpha_0 + \alpha_1 \ln X_1 + \alpha_2 \ln X_2 + \alpha_3 \ln X_3 + \alpha_4 \ln X_4 + \alpha_5 \ln X_5 + \epsilon \dots\dots\dots(3)$$

Dimana :

- | | |
|--|--|
| Y_i | : Permintaan jasa ojek <i>online</i> (Go-ride) dalam aplikasi Go-jek di kota Bandar Lampung. |
| α_0 | : Konstanta |
| $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4, \alpha_5$ | : Parameter |
| X_1 | : Harga (Rupiah) |
| X_2 | : Harga Pesaing (Rupiah) |
| X_3 | : Kepemilikan kendaraan pribadi responden (Dummy) |
| X_4 | : Pendapatan responden (Rupiah) |

X₅ : Kepuasan responden (Skala)
 Ln : Logaritma natural

Setelah diperoleh koefisien regresi, maka selanjutnya dilakukan beberapa pengujian statistik yaitu uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi) dan uji t, uji F, R², dan tabulasi silang yaitu:

a) Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah residual terdistribusi normal atau tidak. Uji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui uji t hanya akan valid jika kita dapatkan mempunyai distribusi normal (Widarjono, 2016). Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji Jarque-Bera.

Hipotesis yang digunakan:

H₀ : residual terdistribusi normal

H_a : residual terdistribusi tidak normal

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jarque Bera stat $> x^2$ tabel, *p-value* < 5 persen, H₀ ditolak, H_a diterima

Jarque Bera stat $< x^2$ tabel, *p-value* > 5 persen, H₀ diterima, H_a ditolak

2. Pengujian Heteroskedastisitas

Menurut Widarjono (2016), heteroskedastisitas adalah varian dari residual model regresi yang digunakan dalam penelitian tidak homokedastis atau dengan kata lain tidak konstan. Uji heteroskedastisitas adalah uji untuk melihat apakah terdapat

ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastis. Metode deteksi masalah heterokedastisitas yang dapat digunakan adalah metode informal, metode Glejser, metode Park, metode korelasi Sperman, metode GoldFeld-Quandt, metode Breusch-Pagan dan metode White (Widarjono, 2016).

Dalam penelitian ini metode statistik yang digunakan untuk mendeteksi masalah heterokedastisitas adalah metode White. Uji keberadaan heteroskedastisitas dilakukan dengan menguji residual hasil estimasi menggunakan metode *White Heteroskedasticity Test (No Cross Term)* dengan membandingkan nilai *Obs*R-squared* dengan nilai *Chi-Square*. Jika $Obs*R\text{-squared} ({}^2\text{hitung}) > Chi\text{-Square} ({}^2\text{tabel})$, berarti terdapat masalah heteroskedastisitas di dalam model. Jika $Obs*R\text{-squared} ({}^2\text{hitung}) < Chi\text{-Square} ({}^2\text{tabel})$, berarti tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Hipotesis pendugaan masalah heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

H_0 : $Obs*R\text{-squared} ({}^2\text{hitung}) > Chi\text{-Square} ({}^2\text{tabel})$, model mengalami masalah heteroskedastisitas.

H_a : $Obs*R\text{-squared} ({}^2\text{hitung}) < Chi\text{-Square} ({}^2\text{tabel})$, model terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

3. Pengujian Multikolonieritas

Multikolinieritas adalah hubungan linier antara variabel independen di dalam regresi berganda dalam suatu persamaan. Deteksi multikolonieritas dilakukan

untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu (Widarjono, 2016).

Alat statistik yang sering dipergunakan untuk mendeteksi gangguan multikolinieritas adalah dengan *Variance Inflation Factor (VIF)*, korelasi pearson antara variabel-variabel bebas, atau dengan melihat *eigenvalues dan Condition Index (CI)*. Dalam pengujian ini akan digunakan metode *Variance Inflation Factor (VIF)* untuk mendeteksi apakah ada multikolinieritas antar variabel yang digunakan. Sebagai aturan main (*rule of thumb*) jika nilai *VIF* melebihi angka 10 maka dikatakan ada multikolinieritas (Widarjono, 2016).

Hipotesis yang digunakan:

H_0 : $VIF > 10$, terdapat multikolinieritas antar variabel

H_a : $VIF < 10$, tidak terdapat multikolinieritas antar variabel

4. Uji Autokorelasi

Menurut Widarjono (2016) secara harafiah, autokorelasi berarti adanya korelasi antara anggota observasi satu dengan observasi lain yang berlainan waktu. Dalam kaitannya dengan OLS, autokorelasi merupakan korelasi antara satu variabel gangguan dengan variabel gangguan yang lain. Sedangkan salah satu asumsi penting metode OLS berkaitan dengan gangguan adalah tidak adanya hubungan antara variabel gangguan satu dengan variabel gangguan yang lain.

Dalam penelitian ini metode statistik yang digunakan untuk menguji autokorelasi adalah metode *Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test* dengan membandingkan nilai *Obs*R-squared* dengan nilai *Chi-Square*. Jika *Obs*R-squared* (χ^2_{hitung}) > *Chi-Square* (χ^2_{tabel}), berarti hasil uji *Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test* mengindikasikan bahwa terdapat masalah autokorelasi di dalam model. Jika nilai *Obs*R-squared* (χ^2_{hitung}) < *Chi-Square* (χ^2_{tabel}), berarti hasil uji *Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test* mengindikasikan bahwa tidak ada masalah autokorelasi.

Hipotesis deteksi masalah autokorelasi adalah sebagai berikut:

H_0 : *Obs*R-squared* (χ^2_{hitung}) > *Chi-Square* (χ^2_{tabel}), model mengalami masalah autokorelasi

H_a : *Obs*R-squared* (χ^2_{hitung}) < *Chi-Square* (χ^2_{tabel}), model terbebas dari masalah autokorelasi

b) Uji Hipotesis

1. Uji Statistik t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen secara nyata dengan tingkat signifikan yang digunakan yaitu 5 persen.

Hipotesis untuk uji t-Statistik:

1. H_0 : $\beta_1 = 0$ variabel harga berpengaruh negatif terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.

- $H_a : \beta_1 > 0$ variabel harga berpengaruh positif terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.
2. $H_0 : \beta_2 = 0$ variabel harga pesaing berpengaruh negatif terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.
- $H_a : \beta_2 > 0$ variabel harga pesaing berpengaruh positif terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.
3. $H_0 : \beta_3 = 0$ variabel kepemilikan kendaraan pribadi berpengaruh negatif terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.
- $H_a : \beta_3 > 0$ variabel kepemilikan kendaraan pribadi berpengaruh positif terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.
4. $H_0 : \beta_4 = 0$ variabel pendapatan berpengaruh negatif terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.
- $H_a : \beta_4 > 0$ variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.
5. $H_0 : \beta_5 = 0$ variabel kepuasan responden berpengaruh negatif terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.

$H_a : \beta_5 > 0$ variabel kepuasan responden berpengaruh positif terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.

Kriteria pengujiannya yaitu:

1. Apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas yang diuji berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.
2. Apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas yang diuji tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.

2. Uji Statistik F

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara signifikan terhadap variabel dependen. Dimana jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak atau variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (signifikan) dengan kata lain perubahan yang terjadi pada variabel terikat dapat dijelaskan oleh perubahan variabel independen, dan sebaliknya. Dimana tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 5 persen.

Hipotesis :

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 = 0$; tidak ada hubungan yang berpengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 \neq 0$; ada hubungan yang berpengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Kriteria pengujiannya yaitu:

- 1) H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$
- 2) H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$

c) Uji Koefisien Determinasi (R-square)

Koefisien Determinan (R^2) pada intinya mengukur kebenaran model analisis regresi. Dimana analisisnya adalah apabila nilai R^2 mendekati angka 1, maka variabel independen semakin mendekati hubungan dengan variabel dependen sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan model tersebut dapat dibenarkan. Model yang baik adalah model yang meminimumkan residual berarti variasi variabel independen dapat menerangkan variabel dependennya dengan sebesar-besarnya di atas 0,75 (Gujarati, 2003), sehingga diperoleh korelasi yang tinggi antara variabel dependen dan variabel independen. Akan tetapi ada kalanya dalam penggunaan koefisien determinasi terjadi bias terhadap satu variabel independen yang dimasukkan dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen akan menyebabkan peningkatan R^2 , tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (memiliki nilai t yang signifikan).

d) Analisis Tabulasi Silang (Crosstab)

Santoso dan Tjiptono (2002) dalam analisis data riset pemasaran yang sebagian besar berhubungan dengan ilmu statistik, penggunaan metode statistik atau biasa disebut dengan rumus statistik ditentukan oleh beberapa faktor:

1. Jenis data yang akan diolah. Seperti telah disebutkan ada empat jenis data, yaitu nominal, ordinal, interval dan rasio.
2. Jumlah variabel, apakah univariate (satu variabel) atau multivariate

(dua atau lebih variabel).

Menurut Santoso dan Tjiptono (2004), Metode tabulasi silang digunakan untuk melihat hubungan antara dua variabel dalam satu tabel. Variabel yang dianalisa dengan metode ini adalah variabel yang bersifat kualitatif, yaitu yang memiliki skala nominal. Tabulasi silang merupakan cara termudah melihat asosiasi dalam sejumlah data dengan perhitungan persentase. Tabulasi silang merupakan salah satu alat yang paling berguna untuk mempelajari hubungan diantara variabel-variabel karena hasilnya mudah dikomunikasikan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut.

- 1) Harga ojek *online* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.
- 2) Harga pesaing ojek *online* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.
- 3) Kepemilikan kendaraan pribadi secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.
- 4) Pendapatan responden secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.
- 5) Kepuasan responden secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) di Kota Bandar Lampung.

B. Saran

Berdasarkan simpulan dan pembahasan hasil penelitian, saran yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Manajemen ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) harus mencermati kepuasan pelanggan agar permintaan atas jasa ojek *online* terus meningkat, mengingat variabel ini memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) Variabel harga (X_1) merupakan variabel yang mempengaruhi permintaan paling besar sehingga manajemen ojek *online* khususnya Go-ride dalam aplikasi Go-jek perlu mencermati terlebih dahulu jika ingin menaikkan tarif, dan harus dibandingkan dengan ojek *online* lainnya. Selain itu, jika harga yang diberikan terlalu mahal masyarakat akan pindah ke ojek *online* lainnya yang jauh lebih murah. Sebaiknya manajemen ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) harus proaktif memberikan informasi jika terjadi perubahan harga agar masyarakat tidak merasa kecewa, dan juga proaktif dalam memberikan informasi jika ada promo berupa voucher atau sebagainya.
- 3) Manajemen ojek *online* (Go-ride dalam aplikasi Go-jek) hendaknya juga mempertimbangkan variabel harga pesaing dan pendapatan agar permintaan jasa tetap baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo. 2010. *Dasar-dasar Ekonomi Transportasi*. Edisi pertama Mei 2010. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Alimuddin. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kendaraan Bermotor Roda Dua Di kota Makasar. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin
- Badan Pusat Statistik. 2016. BPS Kota Bandar Lampung. Jumlah Penduduk Kota Bandar Lampung berdasarkan Kecamatan pada tahun 2016.
- Badan Pusat Statistik. 2017. BPS Kota Bandar Lampung. Banyaknya Mobil Angkutan Barang dan Penumpang Yang Tercatat di Dinas Perhubungan Kota Bandar Lampung Tahun 2012-2016. Bandar Lampung Dalam Angka.
- Case Fair. 2007. *Prinsip-prinsip Ekonomi. Jilid 2. Edisi 8*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Button. Kenneth J. 2002. *Handbook of Transport Modelling*. Elsevier Science Ltd. Oxford United Kingdom V
- Danniel. 2004. *Teori Ekonomi Mikro Prinsip Dasar dan Pengembangannya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Darmanto. 2014. Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Transportasi Penyeberangan Antar Pulau di Kota Raha. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin
- Firman. 2013. Permintaan Telepon Seluler Pada Pegawai Tetap (Studi Pada PT.Colombus Kendari). Jurnal Ekonomi UHO Vol 1, No 1(2016) . Universitas Muhammadiyah Makasar
- Firdaus, Muhammad. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Gay, L.R dan P. L. Diehl. 1996. *Research Methods for Business and Management*. MacMillan Publishing Company. New York.
- Giffen, Robert. 1904. *Economic Inquiries And Studies*. Vol 1. London.
- Gilarso, T. 2001. *Pengantar Ilmu Ekonomi, Kanisius*. Yogyakarta.
- Gujarati. 2004. *Ekonometrika Dasar*. Cetakan Ketiga. Erlangga, Jakarta.
- Habermas, Jurgen. 1962. *The Structural Transformation of The Public Sphere : An Inquiry into a Category Of Bourgeois Society, Polity, Cambridge*.
- Holmgren, Johan. 2013. "An Analysis Of The Determinants Of Local Public Transport Demand Focusing The Effects Of Income Changes". *Eur Transp*. Vol 5 : 101-107
- Kamaludin, Rustian. 2003. *Ekonomi Transportasi (karakteristik, teori, dan kebijakan)*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Karissa, Citra Hilda. 2011. Analisis Permintaan Jasa Kereta Api. *Jurnal Fakultas Ekonomi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Masri, H. 2002. Analisis Perilaku Faktor-Faktor Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Dan Transportasi Kereta Api (Studi Kasus Pada PT. KAI Daop IV Semarang). Tesis.
- Mimin Haryati. (2007). *Sistem Penilaian Berbasis Kompetensi, Teori dan Praktek*. Jakarta: Gaung Persada Press
- Morlock, Edward K. 1995. *Pengantar Teknik & Perencanaan Transportasi*,. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muqtadir, Achmad . 2016. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Angkutan Kota Di Kabupaten Pangkep. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Hasanuddin
- Nasution, M.N. 2004, *Manajemen Transportasi (Edisi Kedua)*. Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia

- _____. 2008. *Manajemen Transportasi*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nicholson, W, 1995. *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*. Terjemahan Dari *Intermediate Microeconomics*, Oleh Agus Maulana. Bina Rupa Aksara. Jakarta
- Pra- Riset Polresta Bandar Lampung. 2017. Tindak Kriminalitas di Angkutan Umum.
- Pusdiklat Perhubungan Darat. 1997. Perencanaan Angkutan Umum I dan II. Jakarta: Tidak Diterbitkan.
- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat.
- Santoso, Idwan. 1996. Perencanaan Prasarana Angkutan Umum. Pusat Studi Transportasi Dan Komunikasi Institut Teknologi Bandung.
- Santoso, Singgih, dan Fandy Tjiptono, 2002, Riset Pemasaran : Konsep dan Aplikasinya dengan SPSS, Jakarta : PT Elex Media Computindo Kelompok Gramedia
- Santoso, Singgih. 2004. Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 11.5. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Setijowarno, Djoko Dan R. B. Frazila. 2001. Pengantar Sistem Transportasi. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Sevilla, C. G.et. al. 1960. *Research Methods*. Quezon City: Rex Printing Company.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV Alfabeta.
- _____. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- _____. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sujadi, Firman. 2017. *Lampung Sai Bumi Ruwa Jurai*. Seri Pengetahuan umum. Lampung: Cita Insan Madani
- Sukirno, Sadono. 1999. *Pengantar Teori Mikro ekonomi*. Edisi Kedua. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

_____. 2004. *Pengantar Teori Mikro ekonomi*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Supranto, J. 2008. *Statistik: Teori dan Aplikasi. Edisi Ketujuh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Swastha, Basu Dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran. Analisa perilaku konsumen*. Edisi Pertama Cetakan Ketiga. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.

Virgantari, V. 2011. Analisis Permintaan Ikan Di Indonesia: Pendekatan Model Quadratic Almost Ideal Demand System (Quaids). *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Perikanan* Vol. 6 No. 2 Tahun 2011. Jakarta.

Wahab, Abdul Solihin. 2005. *Analisis Kebijakan Dari Formulasi Ke Implementasi Kebijaksanaan Negara*. Jakarta : Bumi Aksara.

Widarjono, Agus. 2016. *Ekonometrika: Pengantar dan Aplikasinya*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

<http://dishub.lampungprov.go.id/berita-sudah-tersedia-bus-trans-damri-lampung-dengan-rute-terminal-rajabasateginenengterminal-16c-metrob.html> . Diakses pada 3 januari 2018

<http://duajurai.co/2017/03/19/awal-april-2017-mendatang-gojek-mulai-beroperasi-di-lampung/>. Diakses pada 12 januari 2018

<https://www.kupastuntas.co/2016/10/26/70-persen-angkot-bandar-lampung-belum-perpanjang-izin-trayek/>. Diakses pada 3 januari 2018

<http://www.lampost.co/berita-pemkot-beri-sinyal-terbitkan-izin-gojek>. Diakses pada 12 januari 2018

<http://m.metronews.com/ekonomi/analisa-ekonomi/ob3VJ1mN-mengukur-tarif-ojek-online>. Diakses pada 3 Mei 2018

<https://www.go-jek.com/history/>. Diakses pada 10 januari 2018

<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/daerah/nkcmr7-cegah-kecelakaan-trayek-angkot-lampung-tak-diperpanjang>. Diakses pada 3 januari 2018

<http://lampung.tribunnews.com/2015/03/27/300-angkutan-umum-di-bandar-lampung-tanpa-izin-trayek>. Diakses pada 3 januari 2018

<http://lampung.tribunnews.com/2017/05/14/breaking-news-atribut-go-jek-dibakar-dilungsir-hasil-sweeping-pokbal>. Diakses pada 12 januari 2018

<http://lampung.tribunnews.com/2017/05/15/geger-tukang-ojek-di-bandar-lampung-serang-dan-rampas-atribut-pengemudi-go-jek>. Diakses pada 12 januari 2018