BAB V

PEMBAHASAN

Melihat kenyataan dunia bisnis yang terus berkembang, maka tuntutan akan faktor-faktr yang mempengaruhi konsumen dalam membeli semakin beragam dan terus menerus berkembang sesuai dengan perubahan zaman. Di dalam hidupnya manusia tidak lepas dari berbagai macam kebutuhan, mulai dari kebutuhan dasar sampai tingakt kebutuhan yang lebih tinggi. Salah satu kebutuhan manusia adalah kebutuhan untuk segera menyelesaikan segala pekerjaannya dengan cepat dan aman. Kebutuhan itu dapat terpenuhi dengan manfaat teknologi internet yang sedang berkembang.

Semakin ketatnya persaingandiantara perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan media iternet untuk memasarkan produk, membuat mereka harus lebih cermat lagi dalam mengamati perkembangan pasar dan menerapkan strategi-strategi pemasaran lama maupun pesaing baru.

Dalam penelitian ini menngunakan 7P sebagai variabelnya yaitu produk *(product),* harga *(price),* Promosi *(promotion),* distribusi (*place),* orang (*poeple),* lingkungan fisik *(physical evidence),* dan proses (*process*) untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pembelian jasa online. Variabel tersebut antara lain:

A. Faktor produk yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa online pada konsumen GrabBike

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, dapat diketahui *reliability* menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen GrabBike di kabupaten Tulungagung. hal ini didukung oleh faktor deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, pekerjaan, usia. Hasil uji validitas lebih dari 0,196551 dan reabilitas lebih besar dari 0,42 menunjukkan bahwa faktor produk telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor produk telah memenuhi uji dalam analisis faktor, faktor produk menjadi faktor pertama yang memenuhi kriteria dari analisis faktor.

Faktor ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurmadina yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online studi kasus pada konsumen fashion Online di Kota Makasar. Berdasarkan analisis faktor ditemukan bahwa variabel produk dapat dijelaskan oleh variabel 7P[80].

Produk segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, produk yang baik adalah sebuah produk yang dapat menjawab kebutuhan konsumen dan dengan harga yang seimbang dengan manfaat tersebut, tak hanya itu baik buruk produk dilihat dari desain produk, dan kualitas produk.

[80]Nurmaida, Skripsi, “ Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online”, (Makasar: UIN Alaudin, 2016), hal, 110.

B. Faktor harga yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa online pada konsumen GrabBike

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, dapat diketahui positoning jasa yang ditawarkan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen GrabBike di kabupaten Tulungagung . hal ini didukung oleh faktor deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, pekerjaan, usia. Hasil uji validitas lebih dari 0,196551 dan reabilitas lebih besar dari 0,42 menunjukkan bahwa faktor harga telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor harga telah memenuhi uji dalam analisis faktor, faktor produk menjadi faktor kedua yang memenuhi kriteria dari analisis faktor.

Faktor ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurmadina yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online studi kasus pada konsumen fashion Online di Kota Makasar. Berdasarkan analisis faktor ditemukan bahwa variabel produk dapat dijelaskan oleh variabel 7P[81].

Menurut Kotler terdiri dari: a) Harga produk adalah tingkat harga produk yang ditetapkan menurut jenis dan kualitas produk yang dijual, b) potongan harga (diskon) adalah pemberian potongan harga yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen.[82]

---

[81] Nurmaida, Skripsi, " Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online", (Makasar: UIN Alaudin, 2016), hal, 110.

[82] Kotler, *manajemen pemasaran cetakan kedua*, (Jakarta: PT.indeks)., hal 68

C. Faktor promosi yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa online pada konsumen GrabBike

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, dapat diketahui pemasaran langsung yang ditawarkan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen GrabBike di kabupaten Tulungagung . hal ini didukung oleh faktor deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, pekerjaan, usia. Hasil uji validitas lebih dari 0,196551 dan reabilitas lebih besar dari 0,42 menunjukkan bahwa faktor harga telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor promosi telah memenuhi uji dalam analisis faktor, faktor produk menjadi faktor tujuh yang memenuhi kriteria dari analisis faktor.

Faktor ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurmadina yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online studi kasus pada konsumen fashion Online di Kota Makasar. Berdasarkan analisis faktor ditemukan bahwa variabel produk dapat dijelaskan oleh variabel 7P[83].

Menurut Kotler: a) Promosi konsumen adalah memperkenalkan produk langsung kepada konsumen, b) Promosi dagang adalah kegiatan pemberitahuan atau iklan produk ke konsumen, c) Promosi penjualan adalah kegiatan pengenalan produk dengan langsung melakukan penjualan ke konsumen.

[83] Nurmaida, Skripsi, “ Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online”, (Makasar: UIN Alaudin, 2016), hal, 110.

D. Faktor distribusi yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa online pada konsumen GrabBike

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, dapat diketahui jam operasional yang panjang yang ditawarkan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen GrabBike di kabupaten Tulungagung . hal ini didukung oleh faktor deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, pekerjaan, usia. Hasil uji validitas lebih dari 0,196551 dan reabilitas lebih besar dari 0,42 menunjukkan bahwa distribusi telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor distribusi telah memenuhi uji dalam analisis faktor, faktor distribusi menjadi faktor enam yang memenuhi kriteria dari analisis faktor.

Faktor ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurmadina yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online studi kasus pada konsumen fashion Online di Kota Makasar. Berdasarkan analisis faktor ditemukan bahwa variabel produk dapat dijelaskan oleh variabel 7P[84].

Jasa yang dibutuhkan konsumen dapat dnegan mudah dan cepat didapatkan dan mempunyai jam operasional yang panjang, kapanpun konsumen membuthkan jasa GrabBike akan selalu terlayani, Hal ini berarti semakin besar nilai dari distribusi maka semakin tinggi pula keputusan penggunaan jasa secara online.

[84] Nurmaida, Skripsi, “ Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online”, (Makasar: UIN Alaudin, 2016), hal, 110.

E. Faktor orang yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa online pada konsumen GrabBike

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, dapat diketahui keramahan driver yang ditawarkan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen GrabBike di kabupaten Tulungagung . hal ini didukung oleh faktor deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, pekerjaan, usia. Hasil uji validitas lebih dari 0,196551 dan reabilitas lebih besar dari 0,42 menunjukkan bahwa faktor orang telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor promosi telah memenuhi uji dalam analisis faktor, faktor orang menjadi faktor tiga yang memenuhi kriteria dari analisis faktor.

Faktor ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurmadina yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online studi kasus pada konsumen fashion Online di Kota Makasar. Berdasarkan analisis faktor ditemukan bahwa variabel produk dapat dijelaskan oleh variabel 7P[85].

Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Hal ini disebabkan karena konsumen GrabBike merasa bahwa salahsatu alasan mereka mimilih GrabBike karena driver yang siap mengantar ketempat tujuan dan ramah dalam pelayanan. Hal ini berarti semakin besar nilai dari orang maka semakin tinggi pula keputusan penggunaan jasa secara Online.

[85] Nurmaida, Skripsi, “ Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online”, (Makasar: UIN Alaudin, 2016), hal, 110.

F. Faktor proses yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa online pada konsumen GrabBike

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, dapat diketahui kemudahan yang ditawarkan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen GrabBike di kabupaten Tulungagung . hal ini didukung oleh faktor deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, pekerjaan, usia. Hasil uji validitas lebih dari 0,196551 dan reabilitas lebih besar dari 0,42 menunjukkan bahwa faktor proses telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor proses telah memenuhi uji dalam analisis faktor, faktor proses menjadi faktor tujuh yang memenuhi kriteria dari analisis faktor.

Faktor ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurmadina yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online studi kasus pada konsumen fashion Online di Kota Makasar. Berdasarkan analisis faktor ditemukan bahwa variabel produk dapat dijelaskan oleh variabel 7P[86].

Menurut Kotler: a) persyaratan adalah ketentuan yang dimiliki untuk melakukan proses pelayanan kepada konsumen, b) standarisasi adalah standar pelayanan yang harus terproses dengan baik kepada konsumen, c) prosedur adalah mekanismen proses pelayanan yang dilalui oleh konsumen.

[86] Nurmaida, Skripsi, “ Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online”, (Makasar: UIN Alaudin, 2016), hal, 110.

G. Faktor lingkungan fisik yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa online pada konsumen GrabBike

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, dapat diketahui kemudahan mendownlod aplikasi yang ditawarkan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen GrabBike di kabupaten Tulungagung . hal ini didukung oleh faktor deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, pekerjaan, usia. Hasil uji validitas lebih dari 0,196551 dan reabilitas lebih besar dari 0,42 menunjukkan bahwa faktor lingkungan fisik telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor proses telah memenuhi uji dalam analisis faktor, faktor proses menjadi faktor tujuh yang memenuhi kriteria dari analisis faktor.

Faktor ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurmadina yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online studi kasus pada konsumen fashion Online di Kota Makasar. Berdasarkan analisis faktor ditemukan bahwa variabel produk dapat dijelaskan oleh variabel 7P[87].

Menurut Ririn Tri Ratnasari, lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyediaan jasa serta pelanggan berinteraksi,

[87] Nurmaida, Skripsi, “ Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online”, (Makasar: UIN Alaudin, 2016), hal, 110.

ditabah elemen berwujud yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa.[88]

H. Faktor yang paling mempengaruhi keputusan penggunaan jasa online pada konsumen GrabBike

Dalam penelitian ini terdapat tujuh faktor yaitu produk (*Product),*harga (*price),* promosi *(promotion),* distribusi *(Place),* orang *(poeple),* proses *(process),* lingkungan fisik *(physical evidence).* Dimana harga *(Price)* karena variabel ini memiliki loading terbesar pada komponen 1, yaitu 0,63. Sehingga rumusan masalah kedua yang menyatakan bahwa variabel harga meruapakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa online pada konsumen GrabBike dapat diterima.

[88] Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti, *Manajemen Pemasaran Jasa,* (Bogor:Ghalia Indoneisa, 2011), hal 53