Pengaruh Faktor Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Gojek: Goride Di Kota Bandung

Tunas Pujangga Dhliyaulhaq[1], Deden Syarif Hidayatullah[2]
[1] Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, tunaslosss@student.telkomuniversity.ac.id
[2] Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, dedensy@telkomuniversity.ac.id

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki secara lebih mendalam pengaruh faktor keamanan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan layanan Gojek di Kota Bandung dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modeling (SEM)*. Adapun responden yang digunakan yaitu masyarakat di Kota Bandung yang pernah menggunakan layanan Gojek: Goride sebanyak 200 responden. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian yang berjudul "Pengaruh Faktor Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Gojek: Goride di Kota Bandung", maka dapat disimpulkan bahwa tingkat variabel keamanan dalam menggunakan layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan dan tingkat variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan gojek di Kota Bandung.

Kata Kunci-Gojek, kepercayaan, keamanan, keputusan penggunaan.

I. PENDAHULUAN

Dalam era kemajuan inovasi yang pesat saat ini, teknologi telah memainkan peran yang signifikan dalam transformasi berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu contohnya adalah penggunaan teknologi elektronik dalam mengubah paradigma transportasi publik konvensional menjadi lebih efisien dan mudah diakses. Di antara solusi modern yang muncul dalam ranah transportasi adalah platform layanan online seperti Gojek, yang telah memperkenalkan berbagai layanan yang mencakup pengiriman makanan, pembayaran digital, dan transportasi berbasis aplikasi.

Dari banyaknya layanan yang ditawarkan, Goride telah menjadi salah satu layanan yang paling populer dan banyak digunakan di platform Gojek. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) yang bekerja sama dengan Gojek pada tahun 2017, survei menunjukkan sebesar 85,20% konsumen menyebutkan layanan Goride menjadi moda transportasi pilihan mereka (FEB UI, 2021). Dengan menggunakan aplikasi Gojek, pengguna dapat dengan cepat memesan ojek untuk melakukan perjalanan dalam kota dengan harga yang terjangkau dan estimasi waktu kedatangan yang akurat. Layanan ini tidak hanya memberikan kemudahan akses transportasi bagi masyarakat umum, tetapi juga memberikan peluang kerja bagi ribuan mitra pengemudi ojek di berbagai wilayah di Indonesia.

Dalam konteks penelitian ini, fokus akan diberikan pada penggunaan layanan Goride dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pengguna dalam memilih layanan tersebut. Dengan memahami secara lebih mendalam tentang dinamika penggunaan Goride, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan layanan transportasi online di masa depan.

Namun, di tengah perkembangan yang pesat ini, terdapat berbagai tantangan dan risiko yang perlu diatasi, terutama terkait dengan aspek keamanan dan kepercayaan pengguna terhadap layanan transportasi online. Menurut hasil jajak pendapat KKI (Komunitas Konsumen Indonesia) tahun 2019 (Adipati, 2019), risiko-risiko seperti bahaya kerugian, pelecehan, agresi, dan kecelakaan menjadi perhatian utama bagi pengguna layanan transportasi online. Oleh karena itu, pentingnya faktor keamanan dan kepercayaan menjadi sangat menonjol, karena mampu mengubah pandangan negatif menjadi positif dan meningkatkan keputusan penggunaan pada platform seperti Gojek. Hal ini diperkuat oleh data statistik dari TBI (Top Brand Index) sektor jasa transportasi online, yang menunjukkan

peningkatan nilai Gojek setiap tahunnya sejak 2018 hingga 2020, mencerminkan kepercayaan yang terus tumbuh dari masyarakat terhadap layanan tersebut.

Sebagai salah satu kota terbesar di urutan ketiga di Indonesia serta ibu kota provinsi Jawa Barat, Bandung memperlihatkan tingkat mobilitas yang tinggi, yang sering kali berujung pada masalah kemacetan lalu lintas yang serius. Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung, tingkat kepadatan penduduk yang mencapai nilai tertinggi kedua di Indonesia, yaitu 15,051km/2, semakin memperumit masalah mobilitas di kota ini. Dalam konteks ini, penelitian mengenai pengaruh faktor keamanan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan layanan Gojek di Bandung menjadi sangat relevan dan penting untuk dieksplorasi lebih lanjut.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Pengertian Keamanan

Pilihan pelanggan dalam menggunakan transportasi online dipengaruhi oleh pertimbangan keamanan (Sestri & Husnayeti, 2018). Persepsi pengguna akan dipengaruhi secara positif oleh keamanan yang diperoleh selama proses pemilihan penggunaan. Dalam memilih metode transportasi, konsumen sangat dipengaruhi oleh pertimbangan keselamatan.

Keselamatan dapat dinilai dengan menggunakan berbagai indikasi yang diperoleh dari data TBI (Top Brand Index), seperti: a) keamanan di ruang tunggu kendaraan, b) keamanan di dalam kendaraan, dan c) tidak adanya rasa cemas saat menggunakan atau menerima transportasi jasa. Dalam menggunakan transportasi online, keamanan merupakan faktor krusial yang dapat menjamin keadaan dan kondisi pengguna selalu terlindungi sejak pemesanan hingga mencapai tujuan.

Gojek memiliki keuntungan dalam menjamin layanan pelanggan dan mitra yang sangat baik serta persyaratan keselamatan. Informasi yang diperoleh dari (Tribun Kaltim, 2023) “Kepala Dinas Perhubungan Balikpapan Adwar Skenda Putra mengapresiasi Gojek yang terus aktif memberikan edukasi berkendara aman bagi mitra pengemudinya yang kerap dihadapkan pada risiko keselamatan dan keamanan di jalan”.

Enam faktor kepraktisan, harga, kecepatan, keamanan, kepercayaan, dan kenyamanan menentukan preferensi pelanggan dalam menggunakan ojek online (Gojek) di Jakarta, menurut penelitian Haris et.al. (2016). Dalam menggunakan aplikasi ojek online, keamanan menjadi pertimbangan yang krusial. Menurut Friman (2020), indikator keamanan terbagi dalam salah satu dari tiga kategori:

1. *Availability* (Ketersediaan)

Dengan menentukan titik aman pada pemesan Gojek, agar dapat mempercayai bahwa Gojek dapat menjemput dan mengantar dengan lokasi yang sudah sesuai dan aman.

2. *Authentication* (Autentikasi)

Keselamatan selama berada di atas kendaraan, dengan saling mengidentifikasi menggunakan sistem data yang absah dan asli. Dengan mengenal satu sama lain selama berada di kendaraan menjadikan pelanggan lebih merasa aman.

3. *Integrity* (integritas)

Dengan keaslian dan transparan aplikasi yang diberikan pada pelanggan dapat menghilangkan ketakutan saat menerima atau menggunakan transportasi online, dapat dengan cara dilacak selama perjalanan, kesesuaian tarif, kesesuaian waktu, dan data yang transparan antara driver dan pengguna aplikasi.

Menurut P. Jing, Y. Chen, X. Wang et al. (2021), mengusulkan bahwa dengan memperbaiki langkah-langkah keamanan, seperti respons terhadap kasus kejahatan, persepsi keamanan penumpang dapat meningkat yang pada gilirannya dapat meningkatkan niat penggunaan layanan ride-hailing.

B. Pengertian Kepercayaan

Menurut Zhang dan Hayashi (2020), konsumen perlu memperhatikan langkah-langkah keamanan seperti prosedur kesehatan untuk meningkatkan kepercayaan mereka terhadap transportasi online selama pandemi. Dalam proses mencoba membuat penilaian yang lebih baik tentang pemanfaatan jasa transportasi, diperlukan kepercayaan sebagai

motivator pengambilan keputusan. Hubungan antara keamanan dan kepercayaan. Elemen utama yang mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap jasa transportasi adalah keamanan.

Menurut Prihatini (2019), kepercayaan menjadi salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap pilihan pembelian Goride pada aplikasi Gojek dengan baik. Pelanggan tidak boleh menggunakan Gojek untuk menentukan pilihan atau melakukan transaksi penjualan karena kurang percaya pada perusahaan. Handi et.al. (2018) menunjukkan bagaimana kepercayaan mempengaruhi pilihan konsumen dan memainkan peran penting dalam peningkatan pembelian transportasi online. Keputusan mengenai konsumsi akan diambil pada tingkat yang lebih tinggi ketika kepercayaan konsumen semakin kuat.

Sementara itu, Prihatini dan Hidayati (2019) menyebutkan hal-hal berikut yang dapat dilakukan bisnis untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan:

1. *Achieving Result*

Kepercayaan pelanggan dapat ditingkatkan dengan memenuhi harapan mereka dan menerima produk atau layanan yang sesuai dengan perjanjian yang dibuat selama transaksi. Dengan kata lain, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan menepati komitmennya.

2. *Acting with intergrity*

Ketika seseorang bertindak dengan integritas, perkataan dan perbuatannya konsisten dalam segala keadaan. Agar satu pihak dapat menerima kejujuran pihak lain, pihak lain harus memiliki integritas.

3. *Demonstrate concern*

Kepercayaan pelanggan terhadap merek dapat meningkat jika perusahaan dapat menunjukkan kepada mereka bahwa perusahaan peduli terhadap mereka dengan bersikap pengertian ketika mereka mempunyai masalah dengan produknya.

Prihatini dan Hidayati (2019) menemukan bahwa faktor kepercayaan Gojek dengan indikasi menunjukkan bahwa perusahaan menjunjung tinggi integritas dalam pengelolaan aplikasi transportasi online, dapat diandalkan dan kompetitif, informasi yang diberikan kredibel, dan mampu bersaing. Pelanggan percaya bahwa pengemudi di Go Ride dapat dipercaya, bahwa Go Ride bertanggung jawab atas kecelakaan yang terjadi, dan bahwa pengemudi layanan jujur. pilihan penggunaan pelanggan berkorelasi positif dengan tingkat kepercayaan pelanggan.

C. Keputusan Penggunaan layanan

Menurut Kotler & Keller (2016), pilihan penggunaan adalah perilaku konsumen yang mempertimbangkan bagaimana seseorang atau kelompok memilih, membeli, dan memanfaatkan produk dan jasa untuk memuaskan keinginan dan hasratnya. Dengan mengintegrasikan dan menggabungkan informasi konsumen dan sikap psikologis, keputusan pembelian dapat digunakan sebagai serangkaian proses kognitif yang digunakan setiap orang atau kelompok untuk memilih antara item alternatif yang berbeda dan layanan terkait.

Wahyuni & Waloejo (2020) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai proses penggunaan yang mengacu pada tindakan konsisten yang terfokus pada kebutuhan dan dapat diselesaikan dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan setelah melalui sejumlah langkah dan proses, antara lain mengidentifikasi kebutuhan, mengumpulkan informasi, dan mengevaluasi tindakan setelah diambil. Pelanggan melewati banyak fase ketika membuat penilaian tentang barang atau jasa yang ingin mereka beli, dan ini dikenal sebagai keputusan penggunaan. Argitama dalam Angelina (2023) menegaskan bahwa keputusan penggunaan konsumen merupakan suatu pilihan yang mempunyai kewajiban berdasarkan pada apa yang benar-benar diperlukan.

Djan & Adawiyyah (2020) menyatakan ada empat indikator yang dapat digunakan untuk menilai indikator keputusan pembelian. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Need* (Kebutuhan), yaitu orang membeli suatu barang karena mereka yakin barang tersebut dapat memuaskan keinginannya.
2. *Benefit* (Manfaat), yaitu orang membeli barang karena mereka melihat nilai di dalamnya.
3. *Proper product*, dibeli (keakuratan pembelian produk), yaitu pelanggan yakin barang yang dipilihnya adalah barang yang sesuai untuknya.

4. *Repeat purchase* (Pembelian ulang), khususnya keadaan di mana pelanggan membeli kembali barang karena mereka puas dengan barang yang telah mereka beli.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Data dikumpulkan melalui kuesioner dan diproses dengan teknik analisis statistik Partial Least Squares (PLS) - Structural Equation Model (SEM) digunakan untuk memprediksi adanya korelasi atau hubungan antara variabel dependen dan independen. PLS-SEM adalah metode analisis yang kuat dan sering disebut sebagai pemodelan lunak karena menghilangkan asumsi OLS (Ordinary Least Square) dari regresi, karena data harus berdistribusi multivariat secara normal, dan tidak ada masalah multikolinearitas antara variabel eksogen (Nitzl, 2018). PLS digunakan dalam penelitian ini karena mengakomodasi model multivariat dan bertujuan untuk menganalisis hubungan serta memprediksi kekuatan korelasinya. Selain itu, PLS juga memberikan perhitungan IPMA yang membantu mengidentifikasi pentingnya setiap indikator, yang dapat digunakan untuk memperkuat hasil analisis hubungan dan memberikan kontribusi yang lebih praktis dalam konteks penelitian ini.

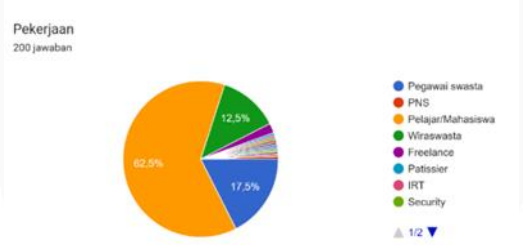
Penelitian deskriptif diartikan oleh Arikunto (2013:3) sebagai penelitian yang mengkaji situasi, keadaan, atau topik lain yang telah dibahas; temuannya kemudian disajikan dalam bentuk laporan penelitian. Untuk memberikan gambaran yang jelas tentang fenomena yang diteliti, data yang diperoleh dapat diteliti secara deskriptif dan ditafsirkan dengan menggunakan tabel, grafik, dan teknik deskriptif.

Kajian kausalitas menurut Sugiyono (2016:37) merupakan suatu hubungan yang mana variabel bebas mempengaruhi dan dipengaruhi oleh variabel terikat. Studi kausal melibatkan hubungan sebab-akibat di mana variabel pilihan penggunaan merupakan faktor dependen (variabel yang terpengaruh), sedangkan variabel independen (variabel yang mempengaruhi) adalah kepercayaan dan keamanan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Data Deskriptif

Berikut ini merupakan data responden berdasarkan Pekerjaan yang akan dijelaskan melalui tabel dan pie chart. Adapun data yang telah dikumpulkan sebagai berikut:



Gambar 3 Diagram 1 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan diagram di atas, diketahui mayoritas responden berasal dari Pelajar/Mahasiswa dengan persentase sebanyak 62,5%, kemudian disusul oleh kelompok responden dari Pegawai swasta dengan persentase sebanyak 17,5%, dan selanjutnya dengan kelompok responden Wiraswasta dengan persentase sebanyak 12,5%.

Tabel dan diagram lingkaran akan digunakan untuk menggambarkan data responden berdasarkan pekerjaan berikut ini. Informasi berikut telah dikumpulkan:

Gambar 4 Diagram 2 Responden Berdasarkan Pengunaan Aplikasi Gojek

Berdasarkan gambar diagram 4.3 di atas, nilai persentase responden yang menggunakan layanan Gojek lebih dari lima kali adalah 70%. Pengguna yang menggunakan program dua hingga lima kali memiliki persentase sebesar 23%, dan 7% responden menyatakan hanya menggunakan aplikasi Gojek satu kali.

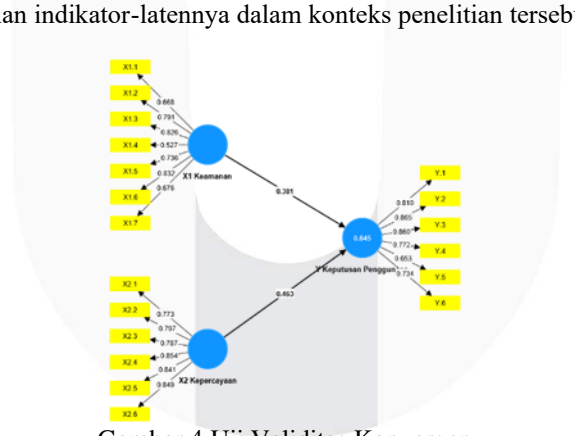
B. Hasil Penelitian

Salah satu jenis studi yang membantu dalam mengkarakterisasi data yang dikumpulkan adalah analisis deskriptif, yang menggambarkan data berdasarkan pengolahannya. Maka akan mendapatkan kesimpulan dari penilaian responden terhadap persentase skor jawaban responden dari pernyataan yang diajukan, penulis mengacu pada pedoman interpretasi sebagai berikut:

Kategori	Interval
Tidak Baik	20,0%-36,0%
Kurang Baik	36,1%-52,0%
Cukup	52,1%-68,0%
Baik	68,1%-84,0%
Sangat Baik	84,1%-100%

Tabel 1 Analisa Deskriptif Sumber: Narimawati (2007)

Pengujian validitas konvergen merupakan tahapan krusial dalam pengolahan data penelitian. Nilai outer loading setiap indikasi pada pengujian ini digunakan untuk menilai validitas konvergen. Suatu indikator dianggap sah sebagai representasi variabel laten yang dinilai jika nilai outer loadingnya lebih besar dari 0,7 . Dengan kata lain, nilai outer loading yang signifikan menunjukkan bahwa indikator mampu mengukur secara tepat dan konsisten konstruk yang dimaksud. Oleh karena itu, dengan menggunakan ambang batas 0,7, uji validitas konvergen memberikan dasar yang kuat untuk memastikan keabsahan indikator-latennya dalam konteks penelitian tersebut.



Gambar 4 Uji Validitas Konvergen

Pengolahan data pertama yang terdiri dari 22 pertanyaan secara keseluruhan dan 4 variabel ditunjukkan di bawah ini.

Tabel 2 Variabel dan Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen Pengukuran	Loading Factor	Kesimpulan
Keamanan	Availability	X1.1	0.668	Tidak Valid
		X1.2	0.791	Valid
		X1.3	0.826	Valid
	Authentication	X1.4	0.527	Tidak Valid

		X1.5	0.736	Valid
	Integrity	X1.6	0.832	Valid
		X1.7	0.676	Tidak Valid
Kepercayaan	Achieving result	X2.1	0.773	Valid
		X2.2	0.797	Valid
	Acting integrity	X2.3	0.787	Valid
		X2.4	0.854	Valid
	Demonstrate	X2.5	0.841	Valid
		X2.6	0.849	Valid
Keputusan Penggunaan	Need activity	Y.1	0.810	Valid
	Benefit	Y.2	0.865	Valid
		Y.3	0.860	Valid
	Proper product	Y.4	0.772	Valid
		Y.5	0.653	Tidak Valid
	Repeat purchase	Y.6	0.734	Valid

Terlihat dari tabel di atas bahwa terdapat beberapa instrumen pengukuran yang tidak valid, yaitu pada X1.1, X1.4, X1.7, dan Y.5. Hal ini dikarenakan nilai outer loading nya kurang dari 0,7 (Muhson, 2022). Dimana untuk mengukur konstruk yang dipermasalahkan baik secara konsisten maupun substansial karena nilai outer loadingnya lebih besar dari ambang batas 0,7 atau dalam hal ini valid. Kesimpulan ini mengindikasikan bahwa instrumen pengukuran yang tidak valid tidak akan digunakan dalam model. Kemudian, instrumen pengukuran yang valid akan digunakan dalam penelitian. Sehingga, penelitian memiliki validitas yang memadai untuk mengukur variabel keamanan, kepercayaan, keputusan penggunaan.

Ada dua kriteria untuk memastikan validitas diskriminan pada nilai Average Variance Extracted (AVE) dalam suatu penelitian. Pertama, jika akar kuadrat dari rata-rata varians yang diekstraksi, atau AVE, lebih tinggi dari korelasi antar variabel laten yang diteliti, maka validitas diskriminan dianggap terpenuhi.

Menurut kriteria kedua, jika nilai AVE lebih besar dari 0,5 maka data dianggap mencapai validitas diskriminan. Jika nilai AVE berada di atas batas ini, hal ini menunjukkan bahwa variabilitas yang diukur oleh indikator-indikator variabel laten lebih besar daripada variabilitas yang dapat disebabkan oleh kesalahan pengukuran. Dengan demikian, kriteria ini memberikan panduan lebih lanjut untuk menilai sejauh mana variabel laten dapat dibedakan dengan mempertimbangkan proporsi varians yang dapat dijelaskan oleh indikator-indikatornya. Dalam (Muhson, 2022) ditegaskan bahwa kedua kriteria ini merupakan standar yang dapat digunakan untuk menilai validitas diskriminan dalam analisis faktor atau model pengukuran lainnya.

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1 Keamanan	0.849	0.865	0.886	0.532
X2 Kepercayaan	0.900	0.903	0.923	0.668
Y Keputusan Penggunaan	0.874	0.881	0.906	0.618

Gambar 5 Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Validitas diskriminan terpenuhi karena terlihat dari temuan data di atas, nilai AVE setiap variabel lebih dari 0,5. Nilai AVE yang melebihi ambang batas ini menunjukkan bahwa variabilitas yang diukur oleh indikator-indikator suatu variabel laten lebih besar daripada variabilitas yang dijelaskan oleh kesalahan pengukuran. Dengan demikian,

kriteria ini memberikan panduan lebih lanjut untuk menilai sejauh mana variabel laten dapat dibedakan dengan mempertimbangkan proporsi varians yang dapat dijelaskan oleh indikator-indikatornya.

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion

	X1 Keamanan	X2 Kepercayaan	Y Keputusan Penggunaan
X1 Keamanan	0.729		
X2 Kepercayaan	0.807	0.817	
Y Keputusan Penggunaan	0.755	0.771	0.786

Gambar 6 Validitas Diskriminan

Tidak ada akar AVE variabel yang lebih kecil dari akar AVE-nya dari korelasinya dengan variabel lain. Pada hasil validitas diskriminan penelitian ini, terdapat nilai yaitu nilai variabel keamanan, kepercayaan, keputusan penggunaan mempunyai nilai Fornell-Lacker > 0,7 sehingga penelitian ini sudah memenuhi uji validitas diskriminan. Ini mengindikasikan bahwa variabel laten memiliki kontribusi varian yang cukup signifikan, memastikan bahwa variabel tersebut dapat dibedakan satu sama lain. Jika dibandingkan dengan nilai AVE di bawah ini, nilai korelasi antara konstruk lainnya atau dengan atau nilai Fornell-Larcker Criterion memiliki nilai yang lebih besar. Hal ini semakin menguatkan validitas variabel-variabel yang digunakan.

Construct reliability and validity - Overview

	Average variance extracted (AVE) ▲
X1 Keamanan	0.532
Y Keputusan Penggunaan	0.618
X2 Kepercayaan	0.668

Gambar 7 Rata-Rata Nilai Varian Diekstrasi

Kemudian, langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah dengan melakukan uji multikolinearitas. Uji ini digunakan untuk mengetahui adanya gejala multikolinearitas antarvariabel dalam model (Muhson, 2022). Dalam studi regresi, tingkat ketergantungan yang tinggi antara variabel independen dapat dievaluasi dengan menghitung nilai Variance Inflation Factor, atau VIF. VIF menghitung persentase ketergantungan suatu variabel independen terhadap faktor lain dalam model regresi meningkatkan variabilitasnya. Artinya jika nilai VIF masing-masing variabel independen dalam model regresi kurang dari 5, maka tidak terdapat multikolinearitas yang substansial. Jika nilai VIF kurang dari 5 maka tidak terjadi multikolinearitas. Nilai VIF yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen tidak terlalu dipengaruhi oleh ketergantungan dengan variabel lain dalam model, sehingga meminimalkan masalah multikolinearitas.

Collinearity statistics (VIF) - Inner model - Matrix

	X1 Keamanan	X2 Kepercayaan	Y Keputusan Penggunaan
X1 Keamanan			2.867
X2 Kepercayaan			2.867
Y Keputusan Penggunaan			

Gambar 8 Nilai VIF

Berdasarkan gambar diatas maka dapat dilihat hasil nilai VIF tidak lebih dari 5 atau kurang dari 5, sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam penelitian ini. Apabila nilai VIF < 5 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas (Hair et al, 2017). Dengan mengacu pada batas 5 untuk VIF, penelitian ini dianggap memenuhi kriteria ini dan bebas dari masalah multikolinearitas yang mungkin mempengaruhi hasil interpretasi dari model regresi.

Uji reliabilitas menurut (Haryono, 2016) mengukur seberapa dekat hasil pengukuran yang diperoleh dengan item yang sama memberikan data yang sama. Menentukan seberapa konsisten dan dapat diandalkannya alat ukur dalam menilai variabel yang diteliti disebut dengan pengujian reliabilitas. Reliabilitas komposit > 0,6, rho_A > 0,7 dan nilai cronbach alpha > 0,7 (Haryono, 2016). Evaluasi terhadap nilai reliabilitas konstruk dapat diukur dengan menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Nilai Cronbach's Alpha semua konstruk harus ≥ 0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator konsisten dalam pengukuran konstruknya.

Construct reliability and validity - Overview

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
X1 Keamanan	0.849	0.865	0.886
X2 Kepercayaan	0.900	0.903	0.923
Y Keputusan Penggunaan	0.874	0.881	0.906

Gambar 9 Uji reabilitas

Tabel di atas menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dianggap dapat dipercaya karena peneliti mampu mengumpulkan nilai untuk setiap variabel yang memenuhi standar reliabilitas, termasuk Cronbach alpha, reliabilitas komposit rho-a, dan reliabilitas komposit rho-c.

Kemudian untuk dapat mengetahui nilai pengaruh atau korelasi model dapat dilihat dari nilai *R Square*. Nilai R Square pada tabel di atas adalah 0,645 yang termasuk dalam kategori sedang, artinya model tersebut dapat memperhitungkan masing-masing 65% varians variabel endogen. Berikut tabel hasil uji R Square:

R-square - Overview

	R-square	R-square adjusted
Y Keputusan Penggunaan	0.645	0.642

Gambar 10 Uji R

R Square merupakan ukuran proporsi variasi nilai variabel yang mempengaruhi (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (eksogen) Nilai R Square ≥0,75 berarti substansial (besar atau kuat). Nilai R Square ≥0,50 berarti sedang. Nilai R Square ≥0,25 berarti lemah atau kecil. Dalam model regresi atau analisis regresi, R Square merupakan metrik yang menunjukkan seberapa besar variasi nilai variabel yang dipengaruhi (endogen) dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (eksogen). Persentase varians variabel endogen yang dapat digambarkan oleh faktor eksogen diwakili oleh R Square yang bernilai antara 0 sampai 1.

Kemudian, F-statistik adalah alat yang digunakan dalam model regresi dan analisis varians (ANOVA) untuk mengevaluasi pengaruh relatif suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut persyaratan F square:

1. Bila nilai F-statistiknya berkisar 0,02 untuk variabel eksogen maka dikatakan pengaruhnya relatif lemah atau kecil terhadap variabel endogen (nilai f 0,02 = lemah (kecil). Hal ini menunjukkan bahwa perubahan faktor endogen tidak signifikan. dipengaruhi oleh variabel eksogen.
2. Nilai f sebesar 0,15 menunjukkan pengaruh tergolong ringan jika nilai F-statistik berada pada kisaran 0,15. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun pengaruh faktor eksogen cukup besar, namun tidak terlalu besar.
3. Nilai F 0,35 = besar/baik: Suatu pengaruh dianggap besar atau baik jika nilai F-statistiknya 0,35. Hal ini menunjukkan bahwa variabel eksogen memberikan kontribusi yang besar terhadap model karena mempunyai pengaruh yang kuat dan besar terhadap fluktuasi variabel endogen.

f-square - Matrix

	X1 Keamanan	X2 Kepercayaan	Y Keputusan Penggunaan
X1 Keamanan			0.143
X2 Kepercayaan			0.211
Y Keputusan Penggunaan			

Gambar 11 Nilai *F square*

Nilai F square variabel keamanan (X1) terhadap variabel pilihan penggunaan (Y) sebesar 0,143 menunjukkan adanya pengaruh yang lemah, sesuai tabel diatas. Walaupun hampir mendekati kategori sedang. Demikian pula, nilai F square variabel keputusan penggunaan (Y) untuk variabel kepercayaan (X2) yang bernilai 0, 211 menunjukkan bahwa variabel eksogen keamanan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan namun tidak terlalu besar terhadap pilihan penggunaan layanan Gojek di Kota Bandung.

Kemudian, langkah selanjutnya adalah uji hipotesis. Hipotesis yang menyatakan terdapat cukup bukti yang mendukung hubungan antara variabel keamanan (X1), kepercayaan (X2) terhadap keputusan pengguna jasa (Y) dan keputusan pengguna layanan Gojek di Kota Bandung (Y) untuk mobilitas pintar tidak hanya kebetulan saja didukung. dengan nilai P 0,000, yaitu kurang dari 0,05. Artinya, model yang digunakan lolos alpha 5% yang memiliki tingkat error di bawah 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95%.

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
X1. -> Y.	0.493	0.490	0.100	4.930	0.000
X2. -> Y.	0.360	0.361	0.079	4.535	0.000

Gambar 12 Nilai *P-Values*

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh dari keamanan dan kepercayaan yang dimiliki pelanggan terhadap keputusan menggunakan layanan Gojek di Kota Bandung. Penelitian ini mencoba untuk memberikan wawasan mendalam mengenai variabel-variabel yang berdampak pada penggunaan layanan Gojek dalam konteks kota metropolitan yang sedang berkembang seperti kota metropolitan Bandung dengan mengevaluasi pengaruh keduanya.

Pilihan pelanggan dalam menggunakan transportasi online dipengaruhi oleh pertimbangan keamanan (Sestri & Husnayeti, 2018). Persepsi pengguna akan dipengaruhi secara positif oleh keamanan yang diperoleh selama proses pemilihan penggunaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan Gojek di Kota Bandung dengan besar pengaruh sebesar 0,493 dengan nilai probability 0.0000. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H1a yang menyatakan bahwa keamanan mempengaruhi keputusan penggunaan terbukti benar.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan Gojek di Kota Bandung dengan besar pengaruh sebesar 0,360 dengan nilai probability 0,0000. Artinya hipotesis H2a yang menyatakan keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dianggap signifikansi. Dengan demikian, tingkat kepercayaan memiliki dampak yang cukup besar dalam memengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan layanan Gojek di kota tersebut, menunjukkan pentingnya faktor kepercayaan sebagai aspek kritis dalam pemilihan layanan transportasi online.

Hasil penelitian ini mencerminkan bahwa keamanan dan kepercayaan pelanggan memiliki dampak positif yang kuat terhadap keputusan penggunaan layanan Gojek di Kota Bandung. Temuan ini menekankan pentingnya peran keputusan pengguna dalam mendorong dan mendukung inisiatif kinerja perusahaan Gojek untuk lebih meningkatkan keamanan dan kepercayaan yang dimiliki pelanggan. Khususnya, dalam hal keamanan karena masih perlu dikembangkan lagi jika dilihat dari pengaruhnya yang lemah.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berikut ini dapat diambil kesimpulan dari penelitian "Pengaruh Faktor Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Gojek: Goride di Kota Bandung" berdasarkan temuan penyelidikan dan pembahasan:

A. Tingkat keamanan dalam menggunakan layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengguna, hal ini menegaskan pentingnya faktor keamanan dalam mempengaruhi preferensi dan kepercayaan pengguna terhadap layanan Gojek di Kota Bandung. Dalam melengkapi analisis, diperlukan pemahaman mendalam terhadap faktor keamanan yang menjadi kunci dalam penggunaan layanan Gojek: Goride di Kota Bandung. Faktor keamanan mencakup aspek-aspek seperti privasi data, keamanan transaksi, dan keselamatan perjalanan yang secara langsung memengaruhi persepsi dan kepercayaan pengguna. Analisis yang komprehensif tentang bagaimana Gojek menangani dan meningkatkan keamanan ini menjadi penting untuk memahami bagaimana pengguna merespons dan mempercayai layanan tersebut.
B. Tingkat kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengguna dalam menggunakan layanan Gojek di kota tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya faktor kepercayaan sebagai aspek kritis dalam pemilihan layanan transportasi *online*. Selain itu, penting juga untuk menjelajahi aspek-aspek yang mempengaruhi kepercayaan pengguna terhadap Gojek. Hal ini mencakup reputasi merek, kualitas layanan, serta interaksi pengguna dengan platform tersebut. Dalam konteks ini, upaya Gojek dalam membangun kepercayaan pengguna melalui transparansi dalam kebijakan privasi, program keselamatan, dan respon yang cepat terhadap masalah pelanggan menjadi faktor yang signifikan.

Berdasarkan kesimpulan yang didapat, penelitian ini berhasil menjawab dua rumusan masalah yang diajukan, yaitu apakah keamanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan Gojek: Goride di Kota Bandung.

Adapun saran-saran yang perlu dilakukan adalah:

A. Variabel faktor keamanan dan kepercayaan perlu menjadi fokus utama dalam strategi pengembangan layanan Gojek di Kota Bandung, dengan meningkatkan keamanan transaksi dan membangun kepercayaan pengguna melalui inisiatif keamanan dan komunikasi transparan.
B. Kampanye pemasaran dan edukasi dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran pengguna tentang langkah-langkah keamanan yang diterapkan oleh layanan Gojek, sehingga dapat meningkatkan persepsi positif terkait faktor keamanan.
C. Upaya perbaikan dalam kualitas layanan dan kepercayaan pengguna dapat diwujudkan melalui mekanisme umpan balik yang efektif, serta pengembangan program pelatihan dan sertifikasi bagi mitra pengemudi dan pengguna layanan Gojek untuk memastikan standar pelayanan yang tinggi dan kepercayaan yang berkelanjutan.
D. Pemahaman yang lebih dalam tentang implikasi dari peningkatan keamanan dan kepercayaan tidak hanya berdampak pada pertumbuhan bisnis Gojek di Kota Bandung, tetapi juga memberikan pandangan yang berharga terhadap dinamika industri transportasi online secara keseluruhan. Dengan demikian, analisis yang holistik dan mendalam tentang faktor-faktor kunci ini akan menjadi landasan yang kuat untuk pengembangan strategi masa depan Gojek dan pemahaman yang lebih baik terhadap preferensi dan kebutuhan pengguna.

REFERENSI

Adipati, A. R. (2019, July 30). KKI desak angkutan daring prioritaskan keamanan Dan keselamatan. Antara News. https://www.antaranews.com/berita/983942/kki-desak-angkutan-daring-prioritaskan-keamanan-dan-keselamatan

Alfanur, F., & Kadono, Y. (2019). Analysis On E-Commerce Purchase Intention And Decision In Java And Sumatra. 2019 International Conference On Information Management And Technology (Icimtech), 635–640. Https://Doi.Org/10.1109/Icimtech.2019.8843731

Angelina, A., Hardiyanti, D. Y., & Lestarini, D. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Untuk mengetahui kepuasan pelanggan berdasarkan customer satisfication index menggunakan metode E-service quality (Studi Kasus : Pengguna Aplikasi. Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JustIN), 11(2), 301. https://doi.org/10.26418/justin.v11i2.56836

Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Candiwan, C., & Wibisono, C. (2021). Analysis Of The Influence Of Website Quality To Customer's Loyalty On E-Commerce. International Journal Of Electronic Commerce Studies, 12(1), 83. Https://Doi.Org/10.7903/Ijecs.1892

Djan, I., & Rubbiah Adawiyyah, S. (2020). The Effect Of Convenience And Trust To Purchase Decision And Its Impact To Customer Satisfaction. International Journal Of Business And Economics Research, 9(4), 269. Https://Doi.Org/10.11648/J.Ijber.20200904.23

FEB UI. Riset ld Feb ui: Kontribusi Ekosistem Gojek kepada PDB Indonesia Diperkirakan Meningkat 60% Di Akhir 2021. (2021, October 22). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia – Inclusive, Relevant, and Reputable. https://feb.ui.ac.id/2021/10/22/riset-ld-feb-ui-kontribusi-ekosistem-gojek-kepada-pdb-indonesia-diperkirakan-meningkat-60-di-akhir-2021/

Friman, M., Lättman, K., & Olsson, L. E. (2020). Public transport quality, safety, and perceived accessibility. Sustainability (Switzerland), 12(9). https://doi.org/10.3390/SU12093563

Girsang, M. J., Candiwan, Hendayani, R., & Ganesan, Y. (2020). Can information security, privacy and satisfaction influence the e-Commerce consumer trust? 2020 8th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT). https://doi.org/10.1109/icoict49345.2020.9166247

Gojek. (n.d.). Gojek super app. Gojek Super App. https://www.gojek.com/en-id

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), 2nd Ed., Thousand Oaks: Sage.

Handi, H., Hendratono, T., Purwanto, E., & Ihalauw, J. J. O. I. (2018). The Effect of E-WOM and Perceived Value on the Purchase Decision of Foods by Using the Go-Food Application as Mediated by Trust. Quality Innovation Prosperity, 22(2), 112. https://doi.org/10.12776/qip.v22i2.1062

Haris, Aghnia, dan Wardana, Aditya. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Membentuk Preferensi Konsumen Go- Jek di Kota Jakarta. E-Proceeding of Management: Universitas Telkom Vol. 3 No. 2

Jing, P., Chen, Y., Wang, X., Pan, K., & Yuan, D. (2021). Evaluating the effectiveness of Didi ride-hailing security measures: An integration model. Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour, 76, 139–166. doi:10.1016/j.trf.2020.11.004

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Ed.). Pearson Education.

Muhson, A. 2022. Analisis Statistik Dengan SmartPLS: Path Analysis, Confirmatory Factor Analysis, & Structural Equation Modeling. Program Pasca Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta.

Nitzl, C. (2018). Management accounting and partial least squares-structural equation modelling (PLS-SEM): Some illustrative examples. Partial Least Squares Structural Equation Modeling, 211-229. https://doi.org/10.1007/978-3-319-71691-6_7

Prihatini, Diah Nissa, And Luk Luk Atul Hidayati. 2019. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi." Prosiding 2nd Business And Economics Conference In Utilizing Ofmodern Technology 505–17.

Sestri, E., & Husnayetti. (2018). Penggunaan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dalam Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Transportasi Online. Semnasteknomedia Online, 31–36. https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/view/2068

Siswoyo Haryono. (2016). Metode Sem Untuk Penelitian Manajemen Amos Lisrel Pls (Hamid Mintardja, Ed.; 1st Ed.). Pt. Intermedia Personalia Utama.

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung , Alfabeta.

Top Brand Index. (n.d.). Komparasi brand. Top Brand Award | Ajang Penghargaan Merek terbaik di Indonesia. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=636

Tribun Kaltim. (2023, August 11). Ratusan Mitra Gojek Balikpapan dan Samarinda Ikuti Pelatihan Berkendara Aman. Tribun Kaltim News. https://kaltim.tribunnews.com/2023/08/11/ratusan-mitra-gojek-balikpapan-dan-samarinda-ikuti-pelatihan-berkendara-aman?page=2

Umi Narimawati. 2007. Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Agung Media

Wahyuni, R. C., & Waloejo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pt Pos Indonesia Pasar Johar Kota Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 9(1), 191-197. Https://Doi.Org/10.14710/Jiab.2020.26300

Zhang, Junyi And Hayashi, Yoshitsugu, Impacts Of COVID-19 On The Transport Sektor And Measures As Well As Recommendations Of Policies And Future Research: Analyses Based On A World-Wide Expert Survey (May 27, 2020). Available At SSRN: Https://Ssrn.Com/Abstract=