



**JBK**

Jurnal Bisnis & Kewirausahaan

Volume x Issue x, Year

ISSN (*print*) : 0216-9843

ISSN (*online*) : 2580-5614

*Homepage* : <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>

---

## Moderasi Fitur Medical Atas Pengaruh Fitur Payments dan Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Gojek

Sheila Silvia Permatasari <sup>1</sup>, Sihar Tambun <sup>2</sup>, Immanuel Hutagalung <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Bisnis Digital, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup> Akuntansi, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, Indonesia

<sup>3</sup> Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, Indonesia

<sup>1</sup> [sheila.permatasari@uta45jakarta.ac.id](mailto:sheila.permatasari@uta45jakarta.ac.id)

**Abstract.** This study aims to test and analyze the moderation of medical features on the effect of payments features and service quality on decisions to use the gojek application. The population in this study used a sample of 153 respondents who were students in Jabodetabek. The data processing method in this study uses SPSS (Statistical Product and Service Solutions) software in testing descriptive statistics and structural Equation Model (SEM) software to test hypotheses. The results of this study indicate that this study provides evidence regarding the effect of payment features and service quality on usage decisions with medical features as a moderating variable. The results showed that the payment feature had no effect on usage decisions. Service quality has a positive and significant effect on usage decisions. Medical features have a positive and significant effect on usage decisions. Medical features are unable to moderate the effect of payments features on usage decisions. Medical features are able to moderate the effect of service quality on usage decisions.

**Keywords:** *Medical features, Payment features, Service Quality, Usage Decision*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis moderasi fitur medikal atas pengaruh fitur *payments* dan *service quality* terhadap keputusan penggunaan aplikasi gojek. Populasi dalam penelitian ini menggunakan sampel 153 responden yang merupakan kalangan mahasiswa di Jabodetabek. Metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS (Statistical Product and Service Solutions) dalam menguji statistik deskriptif dan *software* Structural Equation Model (SEM) untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penelitian ini memberikan bukti mengenai pengaruh fitur *payment* dan *service quality* terhadap keputusan penggunaan dengan fitur medikal sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur *payment* tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Fitur medikal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Fitur medical tidak mampu memoderasi atas pengaruh fitur *payments* terhadap keputusan penggunaan. Fitur medikal mampu memoderasi atas pengaruh *service quality* terhadap keputusan penggunaan.

**Kata Kunci:** Fitur medical, Fitur payments, Service Quality, Keputusan Penggunaan

## PENDAHULUAN

Di masa perkembangan teknologi 5.0 ini beberapa aplikasi di tawarkan dalam app store maupun play store untuk memudahkan mobilitas kehidupan manusia termasuk Aplikasi ojek online di Indonesia sangat berkembang karena kebutuhan manusia untuk melakukan kegiatan. GOJEK merupakan salah satu dari beberapa ojek online yang menjadi top free apps dan paling banyak digunakan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) yang hasilnya digital Gojek menjadi 1,6 % dari PDB Indonesia, atau sekitar Rp 249 triliun (Jemadu, 2021) Gojek merupakan salah penyedia jasa yang memudahkan pergerakan masyarakat dalam berpindah dari suatu tempat ke tempat lain dengan mudah. Seperti tag line nya "Selalu ada jalan". Dari penelitian yang di lakukan oleh Survei Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) Kementerian Perhubungan (Kemenhub) mayoritas masyarakat paling banyak menggunakan aplikasi transportasi *online* Gojek. Tercatat, sebanyak 59,13% responden mengaku memilih aplikasi buatan perusahaan *decacorn* dalam negeri ini. Setelah Gojek, masyarakat cenderung menggunakan aplikasi Grab 32,24%, Maxim 6,93% InDriver 1,47%, dan lainnya 0,23% (Annissa Mutia, 2022).

Gojek yang dikenal sebagai perusahaan pelopor di sektor transportasi perlu menjaga, memperhatikan serta meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan kepuasan konsumen, serta memiliki kemampuan serta kekuatan untuk bersaing dalam menguasai pasar. Terdapat penelitian terdahulu yang menggunakan Gojek sebagai objek penelitiannya. Analisis sentimen yang diperoleh Gojek sebesar 40% sentimen negatif dan 60% sentimen positif, sehingga persepsi konsumen terhadap Gojek dinilai cukup baik. Hasil pembahasan tentang manfaat setelah menggunakan layanan Gojek, layanan Gojek di daerah Bandung dan Banyuwangi, lalu 3 topik lainnya pembicaraan mengenai pengalaman di android dan ios dalam melakukan pemesanan dan pembatalan. Namun, penelitian dari yang meneliti sentimen dari sisi ulasan di Playstore menghasilkan sentimen negatif dengan peluang kemunculan kata sebesar 1,3125. Berdasarkan literatur yang telah dikumpulkan peneliti, yaitu layanan Gojek yang terintegrasi dalam 1 aplikasi dan menjadi salah satu unicorn Indonesia. Maka dari itu, agar Gojek dapat mempertahankan posisi dan mengembangkan inovasi, serta memperhatikan sentimen pengguna terhadap keberlangsungan perusahaan, penting untuk melakukan penelitian tentang persepsi konsumen terhadap layanan Gojek. Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah menganalisis sentimen konsumen terhadap kualitas layanan Gojek, menganalisis pembahasan topik yang ramai diperbincangkan oleh konsumen terhadap kualitas layanan Gojek berdasarkan media sosial Twitter, dan menganalisis dimensi perbaikan yang perlu dilakukan oleh Gojek dari hasil sentimen dan topic modelling. (Mahfudiyah & Alamsyah, 2022).

*Grand theory* yang menjadi landasan penelitian ini adalah *theory of reasoned action* (TRA) yang mengasumsikan bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar, mempertimbangkan informasi yang tersedia dan juga mempertimbangkan implikasi dari tindakan yang dilakukan. Dalam teori ini, niat merupakan faktor yang mempengaruhi terjadinya suatu tindakan. Niat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor pribadi dan pengaruh sosial. Kedua faktor tersebut berpengaruh positif terhadap niat perilaku individu yang secara positif menyebabkan perilaku (Wibowo, 2021). Theory of Reasoned Action (TRA) mengatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perbuatan apabila ia memandang perbuatan itu positif dan bila ia percaya bahwa orang lain ingin agar ia melakukannya (Wibowo, 2021). Dengan menggunakan teori ini, maka penelitian ini dibuat secara sistematis untuk mengetahui repurchase intention. Dengan demikian customer trust dan product diversity dengan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap repurchase intention, maka dapat dilihat dari hasil penelitian terdahulu dan membentuk hipotesis (Wibowo, 2021)

Fitur payment's e-wallet dapat menggantikan penggunaan uang cash antara lain dapat memfasilitasi transaksi tanpa membawa uang tunai yang berat dan tebal, mengurangi resiko

kehilangan, mempersingkat waktu pembayaran dan meningkatkan keamanan Menurut Purba dkk, (2020). Menurut Rizkiyah et .al.(2021),digital payment merupakan teknologi pembayaran nontunai yang lebih praktis dan aman, dimana dapat berperan dalam melakukan pembayaran berbagai transaksi.yang menyatakan bahwa Persepsi Manfaat memiliki pengaruh yang kuat terhadap Keputusan Penggunaan. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa Go-Pay bermanfaat bagi mahasiswa. Maka Go-Jek harus mengeluarkan inovasi-inovasi terbaru yang menarik dan bermanfaat agar meningkat penggunaan, karena Persepsi Manfaat berdampak positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Langkah kongkrit yang perlu ditingkatkan dengan cara: Pihak Gojek memberikan promo menarik seperti potongan harga, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan keputusan penggunaan mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Pay. Serta menambah kerjasama dengan berbagai merchant guna memudahkan dan menambah nilai manfaat penggunaan Go-Pay(M. A. Wibowo & Suryoko, 20 18).

Survei Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) Kementerian Perhubungan (Kemenhub) mengungkap mayoritas publik paling banyak menggunakan aplikasi transportasi *online* Gojek. Tercatat, sebanyak 59,13 persen responden mengaku memilih aplikasi buatan perusahaan *decacorn* dalam negeri ini.(Annissa Mutia, 2022)bahwa ketika kepercayaan dikonseptualisasikan sebagai dimensi dari model penerimaan teknologi maka kepercayaan dapat memiliki pengaruh terhadap kesediaan konsumen dalam bertransaksi. Reputasi pelayanan Go-Jek, keamanan dalam bertansaksi dan menggunakan jasa ojek pada Go-Jek serta keandalan sistem dari aplikasi Go-Jek membuat kepercayaan konsumen pengguna jasa ojek online Go-Ride semakin meningkat.(Ihsan & Siregar, 2019).

Teknologi informasi dan komunikasi memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap pelayanan kesehatan yang baik. Untuk menciptakan pelayanan seperti itu maka diperlukan suatu sistem layanan berbasis pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yaitu aplikasi GoMed untuk membuat layanan kesehatan menjadi lebih komunikatif dan efisien.(Indahningrum et al., 2020).

Go-jek sebagai perusahaan jasa transportasi online yang berkembang merambah luas ke kota-kota besar di Indonesia dan menjelma sebagai perusahaan yang menawarkan jasa transportasi online antar penumpang (Hamda, 2017). Untuk saat ini Go-jek telah beroperasi di 50 kota di Indonesia. Go-jek menyediakan banyak pelayanan seperti Go-Ride dan Go-Car untuk layanan transportasi, Go-Box untuk pindahan mengirim barang dengan mobil box dan pickup, Go-Tix yang memberikan layanan beli tiket bioskop, konser musik, atraksi dan event-event lainnya, Go-Med yang menyediakan layanan untuk memenuhi kebutuhan medis masyarakat dari apotek-apotek berlisensi, Go-Food yang merupakan layanan pesan antar makanan online, Go-Mart yang digunakan untuk membelanjakan kebutuhan sehari-hari, Go-Send layanan kurir instan untuk kirim barang dan dokumen, Go-Glam yang menyediakan layanan jasa perawatan kecantikan, Go-Clean yang menyediakan layanan bersih-bersih dan beres-beres rumah, Go-Massage yang menyediakan layanan pijat profesional, Go-Pulsa yang menyediakan pelayanan untuk pembelian pulsa dan paket data dengan menggunakan Go-Pay.(Maharany Aditya Rizky, 2019).

Biaya moneter merupakan biaya dari setiap transaksi mau langsung atau secara tidak langsung dengan nilai uang yang diimplementasikan melalui jaringan telekomunikasi nirkabel. Penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan negatif antara biaya yang dibutuhkan terhadap kepuasan pelanggan dan keberlanjutan penggunaan. Pelayanan yang efisien serta efektif sehingga dapat mengurangi biaya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan keberlanjutan penggunaan (Ghani, at al, 2020). Salah satu keuntungan dari aplikasi kesehatan sehingga adopsi aplikasi kesehatan sangat cepat dan bertumbuh dengan pesat adalah kemudahan penggunaan dan biaya yang rendah (Jusoh, 2017). Harga juga secara langsung mempengaruhi persepsi nilai dan kegunaan transaksi yang disampaikan dan juga mempengaruhi niat untuk membeli kembali produk (Kim, Xu & Gupta, 2012). Penelitian lain juga mendukung

adanya pengaruh dari harga terhadap kepuasan pelanggan pada situs belanja online (Vasic, et al, 2019). Di Indonesia saat ini pengguna smartphone mencapai 124% dari populasi (Arisandi, 2020) (Fransiska & Bernarto, 2021).

## **METODE PENELITIAN**

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa di jabodetabek. Sampel penelitian adalah perwakilan dari populasi yang dipilih untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan variabel penelitian. Jumlah sampel ditetapkan antara lima (5) sampai sepuluh (10) kali dari jumlah indikator atau dari jumlah pertanyaan yang ada di kuisisioner (Hair & Alamer, 2022). Pemilihan sampel menggunakan metode convenience (Sudaryana et al., 2022) metode ini menjelaskan bahwa sampel di pilih berdasarkan kemudahan untuk bertemu atau berkomunikasi. Analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi disertai dengan uji moderasi atau disebut juga dengan analisis jalur dengan metode partial least square (Sekaran & Bougie, 2017). Analisis terhadap data penelitian menggunakan software smartpls (Musyaffi et al., 2022). Penelitian ini meneliti 4 variabel yang terdiri dari (Kuisisioner Lu) Tahapan analisis data terdiri dari data demografi responden, statistik deskriptif variabel, uji validitas dan uji realibilitas, uji hipotesis dan penjelasan koefisien determinasi (Sugiarto, 2022) Demografi responden adalah data-data responden terdiri dari jenis kelamin, usia dan lainnya. Statistik deskriptif variabel adalah nilai rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum dari variabel yang diteliti. Uji validitas adalah uji keabsahan dari pertanyaan atau pernyataan yang ada di kuisisioner penelitian. Uji realibilitas adalah uji koefisien jawaban responden atau uji untuk melihat apakah responden serius atau tidak dalam menjawab pertanyaan kuisisioner. Uji hipotesis adalah uji kesimpulan sementara yang sudah di tetapkan sebelumnya apakah di terima atau ditolak. Koefisien determinasi adalah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Nugroho & Haritanto, 2022).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Jumlah data yang diolah semuanya adalah 153 yang terdiri dari mahasiswa dan masyarakat umum dengan responden laki- laki 76 orang (49,7%) dan perempuan 79 orang (51,6%). Usia responden pada penelitian ini berdasarkan 3 kelompok usia yakni <25 tahun sebanyak 30 orang (19.6%), 21-25 tahun sebanyak 80 orang (52.3%), 17 -20 tahun sebanyak 48 orang (31.4%). Statistik deskriptif menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan Analisa *Partial Least Square* (PLS), yang merupakan model persamaan *structural Equation Model* (SEM) dengan pendekatan berdasarkan *variance* atau component based structural equation modeling. *Software* yang digunakan adalah *SmartPLS (Partial Least Square)*.

## Descriptive Statistics

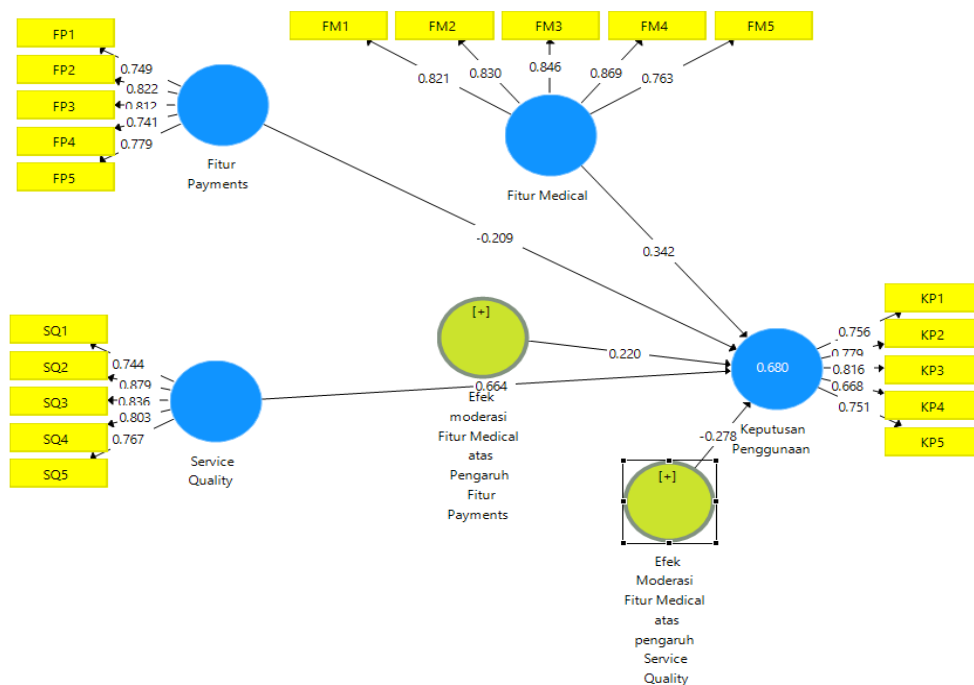
Analisis ini dilakukan untuk memastikan bahwa model structural yang dihasilkan kuat dan akurat. Analisis ini dapat dianggap signifikan jika T-statistik lebih besar dari 1,96 dan P-value kurang dari 0,05. Dibawah ini adalah gambar dan tabel hasil penelitian yang diuji Partial Least Square (PLS) untuk mengetahui bahwa data yang didapat apakah mempengaruhi atau tidak mempengaruhi.

**Tabel 1.** Uji Statistik Descriptive

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Fitur Payments	153	3,00	5,00	4,1725	,47131
Service Quality	153	3,00	5,00	4,2118	,46125
Keputusan pengguna	153	3,00	5,00	4,1804	,44234
Fitur Medical	153	3,00	5,00	4,2510	,47436
Valid N (listwise)	153				

## Uji Validasi

Uji Validasi digunakan untuk menguji unidimensionalitas dari masing-masing konstruk. Penelitian dikatakan valid apabila nilai indikator *Loading Factor* harus lebih besar atau sama dengan 0,5.



Sumber: Data primer yang diolah, 2022

**Gambar 1.** Model Structural PLS Algoritma

Berdasarkan uji validitas diatas, semua indikator original sample berada  $>0,5$  yang berarti bahwa semua indikator variable dinyatakan sudah valid.

### Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa kesalahan dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten dalam indikatornya. Dalam PLS merupakan uji ini dapat dilakukan dengan Cronbach's alpha memiliki nilai lebih dari 0.7, Rho\_a memiliki nilai lebih dari 0.7, Composite reliability memiliki nilai lebih dari 0.7 untuk memenuhi kriteria reliabilitas. Dan nilai AVE diperkuat dengan nilai lebih dari 0.5 untuk memenuhi kriteria reliabilitas.

**Tabel 2.** Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho-A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Decision
Moderasi Fitur Medical atas pengaruh Service Quality	1.000	1.000	1.000	1.000	Accepted
Moderasi Fitur Medical atas pengaruh Fitur Payments	1.000	1.000	1.000	1.000	Accepted
Fitur Medical	0.884	0.891	0.915	0.683	Accepted
Fitur Payments	0.841	0.851	0.887	0.611	Accepted
Keputusan Penggunaan	0.811	0.818	0.869	0.571	Accepted
Service Quality	0.865	0.868	0.903	0.651	Accepted

Dari data diatas disimpulkan bahwa variabel fitur medical dapat diandalkan karena nilai *Cronbach's Alpha* variabel tersebut ialah sebesar 0.884 yang artinya variabel ini memberikan hasil konsisten dalam penelitian. Selanjutnya nilai Composite reliability adalah 0.915 yang artinya variabel ini memberikan hasil konsisten, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* 0,683 yang artinya variabel dapat diterima. Selanjutnya variabel fitur payments dengan nilai *Cronbach's Alpha*, *Composite reliability*, *Average Variance Extracted (AVE)* menunjukkan hasil sebesar 0.841, 0.887, 0.611 yang artinya variabel ini memberikan hasil konsisten dalam penelitian, yang artinya variabel ini dapat diterima sebagai variabel pada penelitian. Selanjutnya variabel keputusan penggunaan dengan nilai Cronbach's Alpha, Composite reliability, *Average Variance Extracted (AVE)* menunjukkan hasil sebesar 0.811, 0.869, 0.571 nilai ini menunjukkan hasil konsisten dalam penelitian yang artinya variabel ini dapat diterima sebagai variabel pada penelitian. Selanjutnya variabel *Service Quality Cronbach's Alpha* dan *Composite reliability* menunjukkan hasil yang positif serta konsisten yang menunjukkan nilai 0.865 dan 0.903, serta *Average Variance Extracted (AVE)* menunjukkan nilai 0.651 yang artinya variabel ini dapat diterima.

### F-Square

F-Square adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang di pengaruhi (endogen). Perubahan nilai R2 saat variabel eksogen tertentu dihilangkan dari model, dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel yang dihilangkan memiliki dampak substansif pada konstruk endogen (Juliandi, 2018). Kriteria F-Square menurut Juliandi (2018) adalah (1) Jika nilai  $F^2 = 0.02$ , maka efek yang kecil dari variabel eksogen terhadap variabel endogen; (2) Jika nilai  $F^2 = 0.15$ , maka efek yang sedang/berat dari variabel eksogen terhadap variabel endogen; (3) Jika nilai  $F^2 = 0.35$ , maka efek yang besar dari variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Kesimpulan dari hasil pengujian *F-Square* dapat dinyatakan bahwa (1) Variabel Keputusan Pengguna terhadap Fitur Medical memiliki nilai  $F^2 = 0.080$ , Maka terdapat efek yang kecil dari variabel eksogen terhadap endogen; (2) Variabel Keputusan Pengguna terhadap *Fitur Payments*

memiliki nilai  $F_2 = 0.024$ , Maka terdapat efek yang kecil dari variabel eksogen terhadap endogen; (3) Variabel Keputusan Pengguna terhadap Service Quality memiliki nilai  $F_2 = 0.259$ . Maka terdapat efek yang kuat dari variabel eksogen terhadap endogen. Selanjutnya hasil perhitungan *moderating effect* dapat ditunjukkan pada Tabel 4.

### Moderating Effect

**Tabel 4.** Moderating Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Efek Moderasi Fitur Medical atas Pengaruh Fitur Payments -> Keputusan Penggunaan	0,220	0,214	0,129	1,703	0,089
Efek Moderasi Fitur Medical atas pengaruh Service Quality -> Keputusan Penggunaan	-0,278	-0,273	0,127	2,194	0,029

Berdasarkan hasil pengujian dan pembuktian hipotesis pertama sampai pengujian hipotesis kelima dapat ditunjukkan oleh perbandingan nilai  $T_{\text{statistik}}$  dan nilai  $T_{\text{Tabel}}$  dan dicocokkan dengan P-Value lebih kecil dari 0.05. Nilai pengujian dan pembuktiannya dapat ditunjukkan pada pada Tabel 5.

**Tabel 5.** Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Fitur Payment -> Keputusan Penggunaan	-0,209	-0,203	0,118	1,780	0,076
Service Quality -> Keputusan Penggunaan	0,664	0,667	0,115	5,766	0,000
Fitur Medical -> Keputusan Penggunaan	0,342	0,337	0,120	2,845	0,005
Efek Moderasi Fitur Medical atas Pengaruh Fitur Payments -> Keputusan Penggunaan	0,220	0,224	0,124	1,773	0,077
Efek Moderasi Fitur Medical atas pengaruh Service Quality -> Keputusan Penggunaan	-0,278	-0,279	0,124	2,235	0,026

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada Tabel 5, maka dapat dijelaskan bahwa pembuktian hipotesis pertama ditolak, karena T Statistik 1,780 > 1,96 dan P Values 0,076 < 0,05 yang artinya fitur payment tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah negative. Artinya fitur payment berdampak negatif pada keputusan penggunaan. Fitur payment terdiri dari lima indikator, yaitu perceived benefit, perceived enjoyment, perceived ease of payment, perceived speed, security. Perceived benefit, diwujudkan dalam bentuk manfaat GoPay yang didapatkan, pengguna belum merasakan manfaat yang lebih dari GoPay sehingga ini menjadi hambatan. Perceived benefit yang merupakan salah satu bagian dari fitur payment berdampak negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Perceived enjoyment, diimplementasikan dalam bentuk promo yang diberikan dari fitur payment GoPay, namun sebagian pengguna belum dapat merasakan promo karena masih adanya beberapa persyaratan yang harus dipenuhi pengguna. Perceived enjoyment yang merupakan salah satu bagian dari fitur payment tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Perceived ease of payment diukur dalam bentuk kemudahan dari fitur payment Gopay. Perceived ease of payment yang merupakan salah satu bagian dari fitur payment tidak

berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Perceived speed diimplementasikan dalam bentuk kecepatan transaksi pada saat menggunakan fitur payment GoPay. Perceived speed yang merupakan salah satu bagian dari fitur payment tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Security diwujudkan dalam bentuk tanggungjawab gojek dalam mengembalikan saldo pada saat menggunakan fitur payment GoPay. Security yang merupakan salah satu bagian dari fitur payment tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Purba dkk, 2020; Rizkiyah et.al, 2021).

Pembuktian hipotesis kedua diterima, karena T Statistik  $5,766 > 1,96$  dan P Values  $0,000 < 0,05$  yang artinya service quality berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah positif. Artinya service quality berdampak positif pada keputusan penggunaan. Semakin baik service quality yang diberikan, maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pelanggan dalam berbelanja. Dan sebaliknya, semakin buruk service quality yang diberikan, maka akan semakin rendah tingkat keputusan pelanggan. Service quality terdiri dari lima indikator, yaitu tangible, responsiveness, assurance, empathy, reliability. Tangible, diwujudkan dalam bentuk layanan gojek yang sesuai dengan harapan dan tanpa ada hambatan, ini membuat para pelanggan lebih memilih gojek sebagai salah satu transportasi online yang handal, tangible yang merupakan salah satu bagian dari service quality yang berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Responsiveness, diimplementasikan dalam bentuk respon layanan gojek yang cepat terhadap pelanggan, hal ini dijadikan tolak ukur oleh pelanggan dalam memilih gojek. Responsiveness yang merupakan salah satu bagian dari service quality berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Assurance, diwujudkan dalam bentuk jaminan saldo gopay akan kembali apabila terjadi kesalahan seperti hilangnya ponsel seluler atau pengambilan akun secara paksa, jaminan keamanan ini yang membuat pelanggan memutuskan untuk memilih gojek. Assurance yang merupakan salah satu bagian dari service quality berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Empathy, diimplementasikan dalam bentuk konsumen akan memberikan rating yang baik apabila pesanan sesuai dengan harapan. Empathy yang merupakan salah satu bagian dari service quality berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Reliability, diwujudkan dalam bentuk pesanan yang datang sesuai dengan deskripsi yang ada di fitur gojek, ini membuat konsumen puas terhadap pesanan. Reliability yang merupakan salah satu bagian dari service quality berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Annisa Mutia, 2022; Ihsan & Siregar, 2019).

Pembuktian hipotesis ketiga diterima, karena T Statistik  $2,845 > 1,96$  dan P Values  $0,005 < 0,05$  yang artinya fitur medical berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah positif. Artinya fitur medical berdampak positif pada keputusan penggunaan. Semakin baik fitur medical yang ditawarkan, maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pelanggan dalam berbelanja. Dan sebaliknya, semakin buruk fitur medical yang ditawarkan, maka akan semakin rendah tingkat keputusan pelanggan. Fitur medical terdiri dari tiga indikator, yakni kemudahan informasi, keragaman fitur, kehandalan fitur. Kemudahan informasi diwujudkan dalam bentuk mudahnya pengguna dalam mendapatkan informasi perawatan kesehatan medis. Kemudahan informasi yang merupakan salah satu bagian dari fitur medical berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Keragaman fitur sebagai indikator dari keputusan penggunaan diwujudkan dalam tiga bentuk implementasi. Pertama, pengguna mudah mengakses berbagai fitur medical yang tersedia. Kedua, pengguna dapat menggunakan pilihan layanan transaksi yang. Ketiga, pengguna dapat menemukan banyak pilihan layanan dan produk yang tersedia. Tiga bentuk implementasi dari keragaman fitur sebagai bagian dari fitur medical, berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Kehandalan fitur, diwujudkan dalam bentuk kualitas layanan fitur yang diberikan



terus mengalami peningkatan. Kehandalan fitur yang merupakan salah satu bagian dari fitur medical berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Indahningrum et al., 2020).

Pembuktian hipotesis keempat ditolak, karena T Statistik  $1,773 > 1,96$  dan P Values  $0,077 < 0,05$  yang artinya fitur medical tidak mampu memoderasi atas pengaruh fitur payment terhadap keputusan penggunaan. Saat pengguna menggunakan fitur medical, mereka cenderung akan menggunakan cash dibandingkan fitur payment GoPay. Kekurangan dari fitur payment GoPay ialah belum bisa digunakan di semua tempat namun hanya beberapa tempat tertentu saja, dikarenakan tempat tersebut belum mendukung penggunaan GoPay, fitur yang dianggap kurang aman dan rawan terjadi penipuan atau hack. Keputusan penggunaan tentu sangat mempengaruhi perilaku konsumen, dari berbagai macam kekurangan dari fitur payment tersebutlah yang menyebabkan pengguna tidak menggunakannya saat bertransaksi di fitur medical. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Maharany Aditya Rizky, 2019).

Pembuktian hipotesis kelima diterima, karena T Statistik  $2,235 > 1,96$  dan P Values  $0,026 < 0,05$  yang artinya fitur medical mampu memoderasi atas pengaruh service quality terhadap keputusan penggunaan. Apabila kualitas fitur layanan medis di gojek lebih baik, maka keputusan dalam menggunakan jasa gojek akan meningkat karena dengan banyaknya fitur yang unik dan dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan suatu aktivitas serta dapat memudahkan pekerjaan pelanggan serta dengan penggunaan fitur yang bisa digunakan oleh semua pelanggan secara mudah dan praktis, fitur juga menjadi salah satu penunjang untuk konsumen dalam menggunakan jasa transportasi online. Semakin banyak fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi gojek, maka konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan dengan adanya fitur yang dapat memudahkan seseorang dalam melakukan suatu pekerjaannya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Jusoh, 2017).

Hasil dari penelitian ini patut didiskusikan terkait dengan hasil koefisien determinasi. Koefisien determinasi biasanya dijadikan dasar dalam menentukan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus yang digunakan yaitu:  $KD = R^2 \times 100\%$ . Berdasarkan dari pengolahan data pada penelitian ini, di dapatkan  $R^2$  yaitu 0.680. Dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang memiliki arti bahwa *fitur payment* dan *service quality* terhadap keputusan penggunaan memberikan sumbangan sebesar 68% sedangkan sisanya sebesar 32% dipengaruhi oleh faktor lain.

## SIMPULAN

Penelitian ini memberikan bukti mengenai pengaruh *fitur payment* dan *service quality* terhadap keputusan penggunaan dengan fitur medical sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fitur payment* tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. *Fitur medical* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. *Fitur medical* tidak mampu memoderasi atas pengaruh *fitur payments* terhadap keputusan penggunaan. Fitur medical mampu memoderasi atas pengaruh *service quality* terhadap keputusan penggunaan. Penelitian ini memiliki keterbatasan, yakni responden yang menjadi sampel hanya responden dari kalangan mahasiswa di Jabodetabek. Penelitian ini merekomendasikan kepada pihak Gojek untuk meong-upgrade layanan *fitur payment* GoPay yang dianggap masih terdapat beberapa kendala pada saat digunakan, serta pihak gojek diharapkan dapat memberikan informasi berupa video pendek atau iklan mengenai keamanan dalam menggunakan GoPay agar para pengguna tidak khawatir dan memutuskan untuk menggunakan GoPay sebagai alat transaksi. Karena fitur payment merupakan teknologi pembayaran non-tunai yang lebih praktis dan aman. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel

moderasi untuk melengkapi model yang mempengaruhi *fitur payment* dan *service quality* terhadap keputusan penggunaan. Karena kepuasan pelanggan merupakan faktor penunjang yang sangat berpengaruh bagi upaya peningkatan keputusan pelanggan. Pada saat pelanggan merasakan suatu kepuasan maka akan timbul loyalitas. Sehingga semakin tinggi kepuasan pelanggan diharapkan memberikan dampak positif pada peningkatan keputusan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Annissa Mutia. (2022). *Survei: Publik Jabodetabek Paling Sering Pakai Gojek, Bagaimana Grab, Maxim, dan InDriver?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/11/survei-publik-jabodetabek-paling-sering-pakai-gojek-bagaimana-grab-maxim-dan-indriver>
- Fransiska, C., & Bernarto, I. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Keberlanjutan Penggunaan pada Pengguna Aplikasi Kesehatan. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 11(2), 132–142. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/35577>
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(1), 170. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.85>
- Indahningrum, R. putri, Naranjo, J., Hernández, Naranjo, J., Peccato, L. O. D. E. L., & Hernández. (2020). *Applied Microbiology and Biotechnology*, 2507(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027><https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/>
- Jemadu, L. (2021). *Setelah 11 Tahun Berkiprah, Aplikasi Gojek Sudah Diunduh 190 Juta Kali*. Suara.Com. <https://www.suara.com/tekno/2021/10/27/161159/setelah-11-tahun-berkiprah-aplikasi-gojek-sudah-diunduh-190-juta-kali#:~:text=Hingga Juni 2021%2C aplikasi Gojek,27%2F10%2F2021>
- Maharany Aditya Rizky, I. W. S. (2019). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan peran. *E-Jurnal Manajemen*, 8(9), 5741–5761.
- Mahfudiyah, N., & Alamsyah, A. (2022). *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Gojek Menggunakan Sentiment Analysis Dan Topic Modeling Berdasarkan Deep Learning IndoBERT Consumer Perception Analysis Of Gojek Service Quality Using Sentiment Analysis And Topic Modeling Based On Deep*. 9(4), 1812–1817.
- Wibowo, M. A., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Go-Pay di Kota Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 16–25.
- Wibowo, Y. S. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Tokopedia (Studi empiris pada pengguna Tokopedia di Kota dan Kabupaten Magelang)*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang.