
**ANALISIS DETERMINAN PERMINTAAN JASA TRANSPORTASI DARAT
BERBASIS *ONLINE* DI KOTA MANADO****Putri Resky Ramadhani¹, Een Novritha Walewangko², Audie Olate Niode³**^{1,2,3}*Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis**Universitas Sam Ratulangi, Manado 95115, Indonesia**Email: putriramadhanew24@gmail.com***ABSTRAK**

Perkembangan kota yang padat membuat semakin banyak ruas jalan yang belum tersedia angkutan umum. Transportasi online muncul sebagai solusi yang dapat memenuhi mobilitas masyarakat. Transportasi *online* lebih menarik bagi masyarakat yang terbiasa dengan teknologi dan ingin memanfaatkan kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh layanan ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh permintaan jasa transportasi darat berbasis *online* terhadap persepsi harga, persepsi pendapatan dan persepsi kualitas layanan di Kota Manado. Penelitian ini menggunakan metode purposive random sampling yang artinya peneliti memilih Responden yang menjadi objek dalam penelitian sebanyak 100 Responden, ke 100 Responden ini dipilih di 4 kecamatan di Kota Manado yaitu Kecamatan Singkil, Kecamatan Karombasan, Kecamatan Malalayang, dan Kecamatan Tikala. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan, persepsi pendapatan dan persepsi kualitas layanan memiliki Pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi permintaan jasa transportasi darat berbasis *online* di Kota Manado.

Kata Kunci: Persepsi Harga; Persepsi Pendapatan; Persepsi Kualitas Layanan; Persepsi Permintaan Jasa Transportasi

ABSTRACT

The dense development of the city makes more and more roads that are not yet available for public transportation. Online transportation is emerging as a solution that can meet people's mobility. Online transportation is more attractive to people who are accustomed to technology and want to take advantage of the convenience and convenience offered by this service. This study was conducted to determine the effect of demand for online-based land transportation services on price perception, income perception and service quality perception in Manado City. This study used the purposive random sampling method which means that researchers chose respondents who were the object of the study as many as 100 respondents, these 100 respondents were selected in 4 districts in Manado city, namely Singkil District, Karombasan District, Malalayang District, and Tikala District. The results of this study show that price perception variables have a negative and insignificant effect, income perception and service quality perception have a positive and significant influence on the perception of demand for online-based land transportation services in Manado City.

Keywords: Price Perception; Revenue Perception; Service Quality Perception; Transportation Service Demand Perception

1. PENDAHULUAN

Zaman modern sekarang ini masyarakat memiliki aktivitas yang beragam, dan untuk memenuhinya masyarakat menginginkan adanya transportasi sebagai alat penunjang dalam melakukan aktivitas. Jasa transportasi di Indonesia telah menjadi kebutuhan dasar masyarakat, Semakin banyaknya pertumbuhan populasi manusia, menjadikan transportasi sebagai kebutuhan yang tak terelakkan.

Kota-kota di Indonesia berkembang dengan pesat dalam aktivitas sosial ekonomi juga luas wilayah perkotaannya, salah satunya Kota Manado, dimana Kota Manado adalah kota terbesar kedua di Sulawesi yang jumlah penduduknya berdasarkan BPS (2022) mencapai 453,182 pada tahun 2022. Kota Manado sebagai ibukota Provinsi Sulawesi Utara dan menjadi tujuan utama masyarakat di sekitar Kota Manado, tentu dengan hal demikian Kota Manado dituntut melaksanakan pembangunan di segala bidang untuk menuju kota metropolitan. Menurut Aminah (2018), kondisi sosial demografis wilayah

memiliki pengaruh terhadap kinerja transportasi di wilayah tersebut. Tingkat kepadatan penduduk akan memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan transportasi melayani kebutuhan masyarakat.

Semakin bertambahnya jumlah penduduk di Kota Manado, maka akan semakin meningkatkan jumlah kendaraan dan permintaan jasa transportasi yang ada. Seperti yang dijelaskan pada tabel dibawah ini.

Tabel 1 Banyaknya Kendaraan yang Terdaftar Di BPPRD Menurut Jenis Kendaraan di Kota Manado Tahun 2017-2020

Tahun	Bus	Sedan	Jeep	Roda 3	Sepeda motor	Truck	Pick up	Jumlah
2017	53.538	3.299	5.026	815	178.451	6.891	13.170	261.124
2018	59.553	3.446	5.496	911	205.340	7.371	14.246	296.363
2019	62.154	3.570	5.858	1.017	218.913	7.631	15.027	314.170
2020	63.773	3.554	5.983	1.042	228.822	7.745	15.027	325.946

Sumber: BPS Kota Manado 2023

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa permintaan terhadap segala jenis kendaraan dan setiap tahunnya mengalami kenaikan dengan jumlah total yang mencapai ratusan ribu unit kendaraan, seperti pada tahun 2017 dari jumlah total 261.124 menjadi 296.363 unit pada tahun 2018 dan terjadi peningkatan juga yang pada tahun 2019 jumlah total kendaraan 314.170 menjadi 325.946 pada tahun 2020.

Perkembangan kota yang padat membuat semakin banyak ruas jalan yang belum tersedia angkutan umum, timbul wilayah-wilayah yang kurang tersedianya transportasi umum, akibatnya muncul hambatan kondisi transportasi. Angkutan umum hanya ada dijalur tertentu dan dijalan-jalan besar, tidak kejalan-jalan kecil seperti gang atau kompleks tertentu. Kurangnya ketersediaan angkutan umum di lokasi mereka membuat masyarakat kesulitan untuk mencapai tujuan menggunakan angkutan umum yang ada. Masyarakat harus berjalan kaki terlebih dahulu ke jalan besar untuk menemukan angkutan umum, hal tersebut ditunjukkan oleh penelitian Viona (2019) diketahui preferensi jarak berjalan ideal dari 10 kecamatan di diperoleh rata-rata untuk Kota Manado yaitu 154m dari jalur trayek angkot, sedangkan jarak angkot rata-rata dari tempat tinggal yaitu 352m. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa keinginan masyarakat lebih rendah dari jarak capaian untuk ke jalur angkutan umum dan mengakibatkan penurunan akan minat ke jalur angkot karena jarak jalur angkot dibeberapa kecamatan masih sangat jauh dari lahan terbangun.

Berdasarkan latar belakang, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Persepsi Permintaan Jasa Transportasi Darat Berbasis *Online* di Kota Manado.
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Pendapatan terhadap Persepsi Permintaan Jasa Transportasi Darat Berbasis *Online* di Kota Manado.
3. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Persepsi Permintaan Jasa Transportasi Darat Berbasis *Online* di Kota Manado.
4. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Pendapatan, Persepsi Kualitas Layanan terhadap Persepsi Permintaan Jasa Transportasi Darat Berbasis *Online* di Kota Manado.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu (Manurung, 2002). Menurut Noer (2008) permintaan (*demand*) dapat diartikan sebagai barang atau jasa yang rela dan mampu dibeli oleh konsumen selama waktu tertentu, berdasarkan kondisi-kondisi tertentu.

Menurut Sugiarto (2002) pengertian permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pasar. Hal ini berasal dari asumsi bahwa setiap manusia memiliki kebutuhan. Karena adanya kebutuhan ini, maka terciptanya permintaan barang pemenuh kebutuhan manusia. Tetapi, apabila ditinjau dari sisi ilmu ekonomi, permintaan itu sendiri didefinisikan sebagai sebuah fungsi yang menunjukkan kepada skedul tingkat pembelian yang direncanakan.

Menurut Manurung (2002) ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang selain harga barang itu sendiri. Faktor-faktor tersebut antara lain:

1. Harga barang lain
2. Tingkat Pendapatan Per Kapita
3. Distribusi Pendapatan
4. Selera Masyarakat
5. Jumlah Penduduk
6. Perkiraan tentang Masa Depan
7. Usaha-usaha Produsen Meningkatkan Penjualan

2.3 Permintaan Jasa Transportasi

Permintaan akan jasa angkutan, baru akan timbul apabila ada hal – hal dibalik permintaan itu, misalnya keinginan untuk rekreasi, keinginan untuk ke sekolah, untuk berbelanja, keinginan untuk menengok keluarga yang sakit, dan sebagainya, pada dasarnya permintaan akan jasa transportasi akan terjadi apabila antara dua atau lebih tempat terdapat perbedaan kegunaan marjinal terhadap sesuatu barang, yang satu tinggi yang lain rendah, apabila arus air akan selalu terjadi dari tempat yang tinggi ke tempat yang rendah, maka arus barang adalah terbalik, yaitu dari tempat yang kegunaan marjinal terhadap sesuatu barang rendah ke tempat di mana kegunaan marjinal dari barang tersebut tinggi. (Nasution, 2004).

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa angkutan adalah sebagai berikut (Nasution, 2004):

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

2.4 Sifat-sifat Permintaan Transportasi

Terdapat beberapa sifat khusus yang melekat pada permintaan akan jasa transportasi yang membedakannya dengan permintaan terhadap barang-barang lainnya, yaitu sebagai berikut (Nasution, 2004) :

1. *Derived demand*. Permintaan akan jasa angkutan, merupakan suatu permintaan yang bersifat 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.
2. Permintaan akan jasa transportasi, pada dasarnya adalah seketika/tidak mudah untuk digeser atau ditunda dan sangat dipengaruhi oleh fluktuasi waktu, yang dapat bersifat harian, mingguan, bulanan atau tahunan.
3. Permintaan akan jasa transportasi sangat dipengaruhi oleh elastisitas pendapatan. Perilaku Hukum Engel berlaku di sini, di mana Engel mengatakan bahwa apabila pendapatan dari seseorang naik, maka orang tersebut akan secara sebanding mengurangi pengeluarannya untuk memperoleh barang-barang kebutuhan sehari-hari dan menggantikannya dengan barang-barang yang lebih mewah atau sekunder.
4. Pada hakikatnya tidak tanggap/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.

5. Jasa transportasi adalah jasa campuran (*product mixed*). Permintaan akan jasa transportasi adalah kompleks, karena permintaan tersebut tidak hanya dilandasi oleh keinginan untuk memindahkan sesuatu dari suatu tempat ke tempat lain, tetapi banyak variabel-variabel lain yang mempengaruhi keinginan untuk memindahkan barang tersebut, seperti kecepatan, keamanan, keselamatan, ketepatan, kenyamanan/ keterandalan dan sebagainya.

2.5 Harga

Harga merupakan sesuatu yang sangat berarti bagi konsumen dan penjual, bagi konsumen harga merupakan biaya atas sesuatu, sedangkan bagi penjual, harga merupakan salah satu dari pendapatan atau keuntungan, setiap moda transportasi mempunyai tingkat kepekaan sendiri-sendiri, namun demikian, dalam banyak hal, nampaknya jelas bahwa perubahan harga/tarif dalam batas tertentu, memberikan pengaruh yang kecil saja terhadap jumlah permintaan jasa transportasi (Nasution, 2004).

Pengaruh harga jasa angkutan terhadap permintaan jasa angkutan ditentukan pula oleh hal-hal berikut (Nasution, 2004):

1. Tujuan perjalanan (*trip purpose*).
2. Cara pembayaran
3. Pertimbangan tenggang waktu
4. Tingkat absolute

2.6 Pendapatan

Menurut Nasution (2004) apabila pendapatan pemakai jasa transportasi makin meningkat, maka permintaan jasa transportasi makin meningkat pula, karena kebutuhan melakukan perjalanan makin meningkat, sedangkan menurut Sukirno (2008) mengemukakan pendapatan adalah penghasilan yang diterima tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima oleh suatu negara.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut Menurut (Boediono, 2002):

1. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
2. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
3. Hasil kegiatan oleh anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

2.7 Kualitas Layanan

Menurut Rangkuti (2009) dalam Mustaqim (2021) tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan.

Menurut Parasuraman (1990) dalam Wildani (2015) kualitas layanan memiliki lima dimensi dominan sebagai berikut:

1. Bukti Tampilan (*Tangible*),

Bukti Tampilan merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diaandalkan dan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. Empati (*Empathy*)

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus yang bersifat individual atau pribadi dengan berupaya memahami keinginan pelanggan dalam melakukan hubungan dan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. serta kesabaran dalam memberikan pelayanan.

3. Dayatanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, penyampaian informasi yang jelas.

3. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya termasuk didalamnya waktu pelayanan yang sama bagi semua pelanggan, tingkat kesalahan minim dan hal lainnya.

4. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan perusahaan dan perilaku untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada pelanggan.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Prakasa et al (2019) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa ojek online di Kota Mataram. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tarif, variabel pendapatan, berpengaruh positif terhadap permintaan jasa ojek online di Kota Mataram.

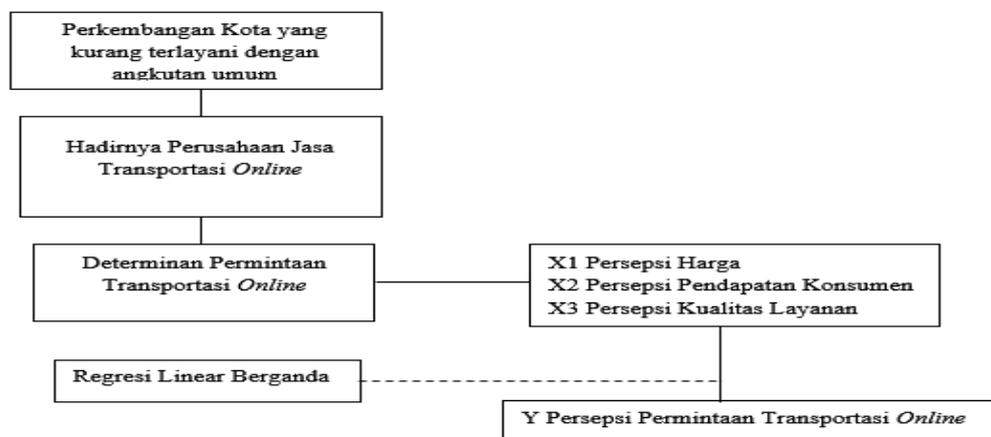
Penelitian yang dilakukan Fajariah (2017) menganalisis permintaan jasa ojek online di Kota Makassar. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Berdasarkan hasil regresi, menunjukkan bahwa variabel tarif dan variabel jarak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap permintaan jasa ojek online di Kota Makassar, sedangkan variabel pendapatan berpengaruh secara positif dan tidak signifikan dan variabel kepemilikan kendaraan pribadi berpengaruh negatif dan signifikan.

Penelitian yang dilakukan Mokodompit (2020), menganalisis permintaan transportasi Gojek online di Kota Manado. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan pendapatan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap permintaan transportasi online (GOJEK) di Kota Manado.

2.9 Kerangka Berfikir

Penelitian ini didasarkan atas penelitian-penelitian dan teori yang telah ada sebelumnya dan diduga bahwa Persepsi Harga, Persepsi Pendapatan, Persepsi Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Persepsi Permintaan Jasa Transportasi Darat Berbasis *Online* di Kota Manado, dengan demikian dapat dirumuskan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut :

Gambar 1 Kerangka Berfikir



Sumber : Data Diolah

Berdasarkan kerangka berpikir, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu diduga:

1. Persepsi Harga berpengaruh negatif terhadap Persepsi Permintaan Jasa Transportasi Darat Berbasis *Online* di Kota Manado.

2. Persepsi Pendapatan berpengaruh positif terhadap Persepsi Permintaan Jasa Transportasi Darat Berbasis *Online* di Kota Manado.
3. Persepsi Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Persepsi Permintaan Jasa Transportasi Darat Berbasis *Online* di Kota Manado.
4. Persepsi Harga, Persepsi Pendapatan, Persepsi Kualitas Layanan mempengaruhi Persepsi Permintaan Jasa Transportasi Darat Berbasis *Online* di Kota Manado.

3. METODE PENELITIAN

Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung lewat wawancara dengan responden dan menggunakan kuesioner sebagai daftar pertanyaan kepada pengguna (konsumen) transportasi online di Kota Manado.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Menyusun daftar pertanyaan atau kuisisioner.
2. Membagikan kuisisioner secara langsung dan menggunakan *google form* kepada pengguna (konsumen) jasa transportasi online di kota Manado.

Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen transportasi *online* di Kota Manado. Jumlah sampel yaitu 100 orang pengguna (konsumen) transportasi *online* di Kota Manado seperti mahasiswa, pegawai swasta, pegawai negeri sipil, dan wiraswasta.

Definisi Operasional Variabel

1. Persepsi Permintaan Jasa Transportasi adalah permintaan setiap pengguna berupa persepsi dalam menggunakan jasa transportasi online baik motor maupun mobil, dan dilihat dari seberapa sering menggunakan jasa, potongan harga, promo yang didapatkan, dan kepuasan atas pelayanan yang diberikan penyedia layanan.
2. Persepsi Harga dalam penelitian ini yaitu berupa persepsi konsumen atas biaya jasa transportasi yang telah ditetapkan oleh perusahaan transportasi online, yang besaran jumlah tarif tergantung dari jauh dekatnya jarak tempuh.
3. Persepsi Pendapatan merupakan persepsi tentang kemampuan ekonomi responden atau hasil yang diperoleh dari suatu kegiatan, uang saku atau usaha dalam bentuk uang yang dapat digunakan untuk melakukan perjalanan.
4. Persepsi Kualitas Layanan adalah persepsi pengguna terhadap kemampuan pengemudi (*driver*) dalam memberikan layanan dan memenuhi kebutuhan/keinginan konsumen yang ditunjukkan melalui 5 dimensi pelayanan yaitu bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), daya tanggap (*responsivinees*), keandalan (*realibility*) dan jaminan (*assurance*).

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah model analisis regresi berganda dengan model kuadran terkecil (*Ordinary Least Square/OLS*). Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi permintaan jasa transportasi online yang dinyatakan dalam bentuk fungsi sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \mu_i$$

Dimana:

Y_i = Persepsi Permintaan Jasa Transportasi

X_1 = Persepsi Harga

X_2 = Persepsi Pendapatan

X_3 = Persepsi Kualitas Layanan

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi

μ = *error term* (tingkat kesalahan)

Uji Parsial (t-Statistik)

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Kriteria pengujian yaitu jika t-hitung > t-tabel maka H_0 ditolak, artinya salah satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Sebaliknya, apabila t-hitung < t-tabel maka H_0 diterima, artinya salah satu variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Uji Simultan (F-Statistik)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat dengan tingkat kesalahan $\alpha=10\%$. Jika F-hitung > F-tabel, maka secara statistik variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila F-hitung < F-tabel, maka secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisis regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Di kolom *Adjusted R²* bisa diketahui berapa persentase yang bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model regresi dalam menjelaskan variabilitas variabel terikatnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi secara normal atau tidak. Apabila metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* $\alpha=0,05$, maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal (Asnawi, 2009).

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas memiliki tujuan yaitu untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas (independen) berhubungan secara linier atau saling berkorelasi. Untuk mengetahui apakah penelitian memiliki multikolinieritas atau tidak dari model penelitian dapat diasumsikan dari nilai toleransi (*tolerance value*) atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Batas *tolerance* > 0,10 dan batas VIF < 10,00, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap sama, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresi nilai absolut residual dari model yang diestimasi terhadap variabel-variabel penjelas. Dasar pengambilan keputusan yaitu apabila nilai probabilitas *Obs R squared* > taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ (0.05) berarti dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas (homoskedastisitas).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian validitas terhadap 100 orang responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0,196, untuk $df = 100 - 2 = 98$; $\alpha = 0,05$ maka item/pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item	r hitung Corrected Item Total Correlation	r tabel (n=100, $\alpha=0,05$)	Status
X1.1	0,511	0,196	Valid
X1.2	0,699	0,196	Valid
X1.3	0,73	0,196	Valid
X2.1	0,654	0,196	Valid
X2.2	0,738	0,196	Valid
X2.3	0,725	0,196	Valid
X3.1	0,298	0,196	Valid
X3.2	0,344	0,196	Valid
X3.3	0,352	0,196	Valid
X3.4	0,256	0,196	Valid
X3.5	0,304	0,196	Valid
Y1.1	0,361	0,196	Valid
Y1.2	0,243	0,196	Valid
Y1.3	0,232	0,196	Valid

Sumber: Data Diolah

Dilihat dari Tabel 2 diatas maka dapat diketahui bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel Persepsi Harga, Persepsi Pendapatan, Persepsi Kualitas Layanan dan Persepsi Permintaan jasa memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0,196.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau kehandalan menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Menurut Sugiyono (2009) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Koefisien reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang diberikan oleh responden, adapun alat analisisnya menggunakan metode belah dua (*split half*) dengan mengkorelasikan total skor ganjil lawan genap, selanjutnya dihitung reliabilitasnya menggunakan rumus "*Alpha Cronbach*".

Tabel 3 Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel	r_{alpha}	r_{kritis}	Kriteria
1	Persepsi Harga	0,777	0,600	Reliable
2	Persepsi Pendapatan	0,866	0,600	Reliable
3	Persepsi Kualitas Layanan	0,658	0,600	Reliable
4	Persepsi Permintaan Jasa Transportasi	0,715	0,600	Reliable

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan Tabel 3 diatas, hasil koefisien reliabilitas variabel persepsi harga adalah sebesar $r_{ll} = 0,777$, variabel persepsi pendapatan adalah sebesar $r_{ll} = 0,866$, variabel persepsi kualitas layanan adalah sebesar $r_{ll} = 0,658$, dan variabel persepsi permintaan jasa transportasi adalah sebesar $r_{ll} = 0,715$, ternyata memiliki nilai "*Alpha Cronbach*" lebih besar dari 0,600, yang berarti keempat instrument variabel dinyatakan *reliable* atau memenuhi persyaratan.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil estimasi menggunakan regresi linear berganda maka dapat dilihat persamaan sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients			
	B		Beta			
1	(Constant)	3.783	1.802		2.099	.038
	X1	-.012	.123	-.009	-.094	.925
	X2	.171	.101	.172	1.694	.094
	X3	.109	.050	.216	2.151	.034

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Output diolah di program SPSS 29 (data diolah)

$$Y_i = 3.783 - 0.012 X1_i + 0.171 X2_i + 0.0109 X3_i + \mu_i$$

1. Pada tabel, konstanta menjelaskan bahwa ketika X1 persepsi harga, X2 persepsi pendapatan, dan X3 persepsi kualitas layanan mengalami peningkatan maka persepsi permintaan jasa transportasi akan mengalami peningkatan ditunjukkan oleh nilai konstanta sebesar 3.783.
2. Koefisien variabel X1 Persepsi Harga menjelaskan bahwa ketika persepsi pengguna terhadap harga meningkat maka persepsi terhadap permintaan jasa transportasi akan mengalami penurunan ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar -0.012.
3. Koefisien variabel X2 Persepsi Pendapatan menjelaskan bahwa ketika persepsi pengguna terhadap pendapatan meningkat maka persepsi terhadap permintaan jasa transportasi akan mengalami peningkatan ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0.171.
4. Koefisien variabel X3 Persepsi Kualitas Layanan menjelaskan bahwa ketika persepsi pengguna terhadap pendapatan meningkat maka persepsi terhadap permintaan jasa transportasi akan mengalami peningkatan ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0.109.

Uji t-statistik

Uji t-statistik dapat dilakukan dengan tingkat signifikansi yang umum digunakan $\alpha = 1\%$, 5% , dan 10% . Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh nyata antara variabel bebas dengan variabel terikat.

1. Uji statistik terhadap variabel persepsi harga
Pada variabel X1 Persepsi Harga memiliki t_{hitung} sebesar -0.094, berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwasanya $t_{hitung} (-0.094) < t_{tabel} (1.290432)$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya adalah variabel X1 Persepsi Harga berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap Y Persepsi Permintaan Jasa Transportasi.
2. Uji statistik terhadap variabel persepsi pendapatan
Pada Variabel X2 Persepsi Pendapatan memiliki t_{hitung} sebesar 1.694, berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwasanya $t_{hitung} (1.694) > nilai t_{tabel} (1.290432)$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya X2 Persepsi Pendapatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y persepsi permintaan jasa transportasi.
3. Uji statistik terhadap variabel persepsi kualitas layanan
Pada Variabel X3 Persepsi Kualitas layanan memiliki t_{hitung} sebesar 2.151, berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwasanya $t_{hitung} (2.151) > nilai t_{tabel} (1.290432)$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya X3 Persepsi Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y Persepsi Permintaan Jasa Transportasi.

Uji Simultan (Uji F statistik)

Hasil menunjukkan nilai F_{hitung} 3.308 lebih besar dari F_{tabel} 2.14 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dapat disimpulkan yaitu X1 Persepsi Harga, X2 Persepsi Pendapatan, X3 Persepsi Kualitas Layanan mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel Y Persepsi Permintaan Jasa Transportasi.

Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengukur presentase dari variasi total variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh model regres R^2 dalam regresi sebesar 0,094 atau 94% Hasil ini menunjukkan kemampuan variabel independen Persepsi Harga (X1), Persepsi Pendapatan (X2) dan Persepsi Kualitas Layanan (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen Persepsi Permintaan Jasa Transportasi (Y) di Kota Manado sebesar 94% sisanya 6% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Uji Normalitas

Dilihat dari grafik d diketahui nilai *Probability Jarque-Bera* sebesar $0,092 > 0,05$ atau $9,4\% > 5\%$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi secara normal (Lolos Normalitas).

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.85886554	
Most Extreme Differences	Absolute	.083	
	Positive	.082	
	Negative	-.083	
Test Statistic		.083	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.088	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.092	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.085
		Upper Bound	.100

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Sumber: Hasil Output diolah di program SPSS 29 (data diolah)

Uji Multikolinieritas

Dilihat dari hasil output SPSS, dapat dijelaskan bahwa Variabel Persepsi Harga (X1) memiliki nilai VIF < 10.00 yaitu 0.459, Variabel Persepsi Pendapatan (X2) memiliki nilai VIF < 10.00 yaitu 0.456, Variabel Persepsi Kualitas Layanan (X3) memiliki nilai VIF < 10.00 yaitu 0.988. Diketahui nilai VIF ketiga variabel independen < 10.00 maka bisa disimpulkan bahwa uji multikolinieritas sudah terpenuhi atau lolos uji multikolinieritas.

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	X1	.459
	X2	.456
	X3	.988

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output diolah di program SPSS 29 (data diolah)

Uji Heteroskedastisitas

Hasil menunjukkan bahwasanya nilai variabel Persepsi Harga (X1), Persepsi Pendapatan (X2), Persepsi Kualitas Layanan (X3), semuanya memiliki nilai signifikansi lebih besar dari > 0,05 mempunyai makna terbebas dari gejala heterokedastisitas. Sedangkan nilai signifikansi Dapat disimpulkan bahwasanya dalam model regresi tidak mengandung gejala heterokedastisitas.

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.633	.696		2.345	.021
	X1	.006	.040	.022	.149	.882
	X2	.014	.037	.056	.376	.708
	X3	-.052	.029	-.180	-1.783	.078

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil Output diolah di program SPSS 29 (data diolah)

4.2 Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Permintaan jasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable independen persepsi harga (X1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi permintaan jasa transportasi (Y). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Andaru (2018) menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap permintaan jasa transportasi. Hasil penelitian mengasumsikan bahwa jika harga jasa transportasi online mengalami peningkatan maka permintaan jasa tersebut akan menurun dan sebaliknya jika harga jasa transportasi online mengalami penurunan dikarenakan potongan maupun promosi maka permintaan jasa tersebut akan meningkat.

2. Pengaruh Persepsi Pendapatan Terhadap Permintaan jasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable independen persepsi pendapatan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi permintaan jasa transportasi (Y). Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Darmanto (2014), menyatakan bahwa pendapatan konsumen berpengaruh positif terhadap permintaan jasa transportasi. Hasil penelitian mengasumsikan jika melihat pendapatan masing-masing responden, semakin tinggi pendapatan, maka aktivitas mobilitasnya akan semakin meningkat.

3. Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Permintaan jasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen persepsi kualitas layanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi permintaan jasa transportasi (Y). Hasil Penelitian didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Karima, 2020), menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap permintaan transportasi. Hasil penelitian diasumsikan bahwa pelayanan yang ditawarkan oleh pihak transportasi online dianggap mampu menarik peminat masyarakat untuk menggunakan transportasi online.

5. PENUTUP

Berdasarkan penelitian pengaruh persepsi harga, persepsi pendapatan, persepsi kualitas layanan terhadap persepsi permintaan jasa transportasi darat berbasis *online* di Kota Manado maka dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan eksistensi perusahaan yang bergerak pada jasa transportasi *online* agar memberikan penetapan harga yang terjangkau dikarenakan responden memperhatikan masalah pada biaya perjalanan. Bagi pengguna jasa demi peningkatan kualitas pelayanan diharapkan agar memberikan umpan balik yang jujur pada aplikasi penyedia jasa, dalam hal ini juga pemerintah dapat mendukung perkembangan transportasi *online* dengan membuat jalur khusus yang dirancang untuk transportasi *online* yang dapat meminimalkan hambatan lalu lintas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah. (2018). *Transportasi Publik Dan Aksesibilitas Masyarakat Perkotaan*. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 1(1), 55–60. <https://doi.org/10.31004/jutin.v1i1.312>
- Andaru, D. (2018). *Determinan Permintaan Jasa Transportasi*. *Skripsi Universitas Brawijaya*
- Asnawi. (2009). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran (Dilengkapi Dengan Contoh Hasil Penelitian)*. UIN-Malang Press.
- Boediono. (2002). *Pengantar Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.

- BPS. (2022). <https://www.bps.go.id/id/publication/2022/02/25/0a2afea4fab72a5d052cb315/statistik-indonesia-2022.html>
- Darmanto, A. (2014). *Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Transportasi Penyeberangan antar Pulau di Kota Raha*. Universitas Hasanuddin.
- Fajariah. (2017). *Analisis Permintaan Jasa Ojek Online Di Kota Makassar*. Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Karima, D. (2020). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Transportasi Online di Kota Banda Aceh*. Skripsi Universitas Syiah Kuala.
- Manurung. (2002). *Pengantar Ekonomi Mikro* (edisi revisi). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Mokodompit, V. R. (2020). *Analisis Permintaan Transportasi Gojek Online Di Kota Manado*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 20(03), 140–151.
- Mustaqim, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Di Banda Aceh*. Skripsi Universitas Islam Ngreri Ar-Raniry.
- Nasution, M. N. (2004). *Manajemen Transportasi*. Ghalia Indonesia.
- Noer. (2008). *Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Mikro*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* (2019) 3(1) 57-64.
- Prakasa, Y. Rohani, & Hasyim. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ojek Online di Kota Mataram*. *Spektrum Sipil*, 6(1), 14–22.
- Sugiarto. (2002). *Ekonomi Mikro: Sebuah Kajian Komprehensif*. Gramedia Pustaka Utama, 2002. http://uili.unsyiah.ac.id/index.php?p+show_detail&id=14937
- Sugiyono, 2019. (2009). *Prof_dr_sugiyono_metode_penelitian_kuant.pdf*.
- Sukirno, S. (2008). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Viona. (2019). *Daya Dukung Layanan Angkot Berdasarkan Jarak Jangkauan Masyarakat Terhadap Jalur Trayek Di Kota Manado*. *Jurnal Spasial*, 6(3), 554–560.
- Widarjono. (2007). *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis* (Edisi Kedua). Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Wildani, A. I. (2015). *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Kereta Api (Studi Kasus Pada Pelanggan Kereta Api Matarmaja Kelas Ekonomi Malang- Jakarta)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–23.