

SKRIPSI

ANALISA KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA MINAT

MENGGUNAKAN GRAB DI SUMBAWA



Oleh:

IRVAN

218120116

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISA KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA MINAT
MENGUNAKAN GRAB DI SUMBAWA**

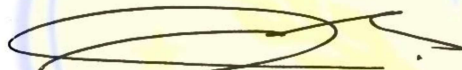
Oleh ;

IRVAN
218120116

**Untuk Memenuhi Ujian Skripsi
Pada tanggal 05 Agustus 2022**

**Menyetujui
Pembimbing**

Pembimbing I



Drs. H. Darmansyah, M.Si
NIDN. 0008075914

Pembimbing II



Selva, SE., M.Sc
NIDN. 0811118601

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M
NIDN. 0828108404

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISA KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA MINAT
MENGUNAKAN GRAB DI SUMBAWA**

Oleh ;

IRVAN
218120116

SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada Tanggal : 5 Agustus 2022
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim Penguji:

1. **Drs. H. Darmansyah, M.Si**
NIDN. 0008075914

(RI)

2. **Selva, SE., M.Sc**
NIDN. 0811118601

(PP)

3. **Dr. H. Abdurrahman, MM**
NIDN. 0806066801

(PN)

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan,


Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

LEMBAR PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : IRVAN
NIM : 218120116
Jurusan : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ANALISA KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA MINAT MENGGUNAKAN GRAB DI SUMBAWA” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika saya terbukti melakukan plagiat tulisan/karya orang lain, siap menerima sanksi yang telah ditentukan oleh lembaga. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar tanpa tekanan dari pihak manapun.

Mataram, 08 September 2022

Saya yang menyatakan,



IRVAN
218120116



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : IRVAN
 NIM : 218120116
 Tempat/Tgl Lahir : LOMBOK 05 - MEI - 1998
 Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
 Fakultas : ILMU SOSIAL DAN POLITIK
 No. Hp : 082 340 928 900
 Email : IRVANKEHEDT@GMAIL.COM

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

ANALISA KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA MINAT MENGGUNAKAN
GRAB DI SUMBAWA

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 35 9

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikain surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 13 SEPTEMBER 2022
 Penulis



NIM. 218120116

Mengetahui,
 Kepala UPT Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.

NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : IRVAN
 NIM : 218120116
 Tempat/Tgl Lahir : LOMBOK 05-MEI-1998
 Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
 Fakultas : ILMU SOSIAL DAN POLITIK
 No. Hp/Email : 082 340 428 900
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

ANALISA KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA MINAT MENGGUNAKAN
GRAB DI SUMBAWA

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 13 SEPTEMBER 2022
Penulis


IRVAN
NIM. 218120116

Mengetahui,
Kepala UPT Perpustakaan UMMAT

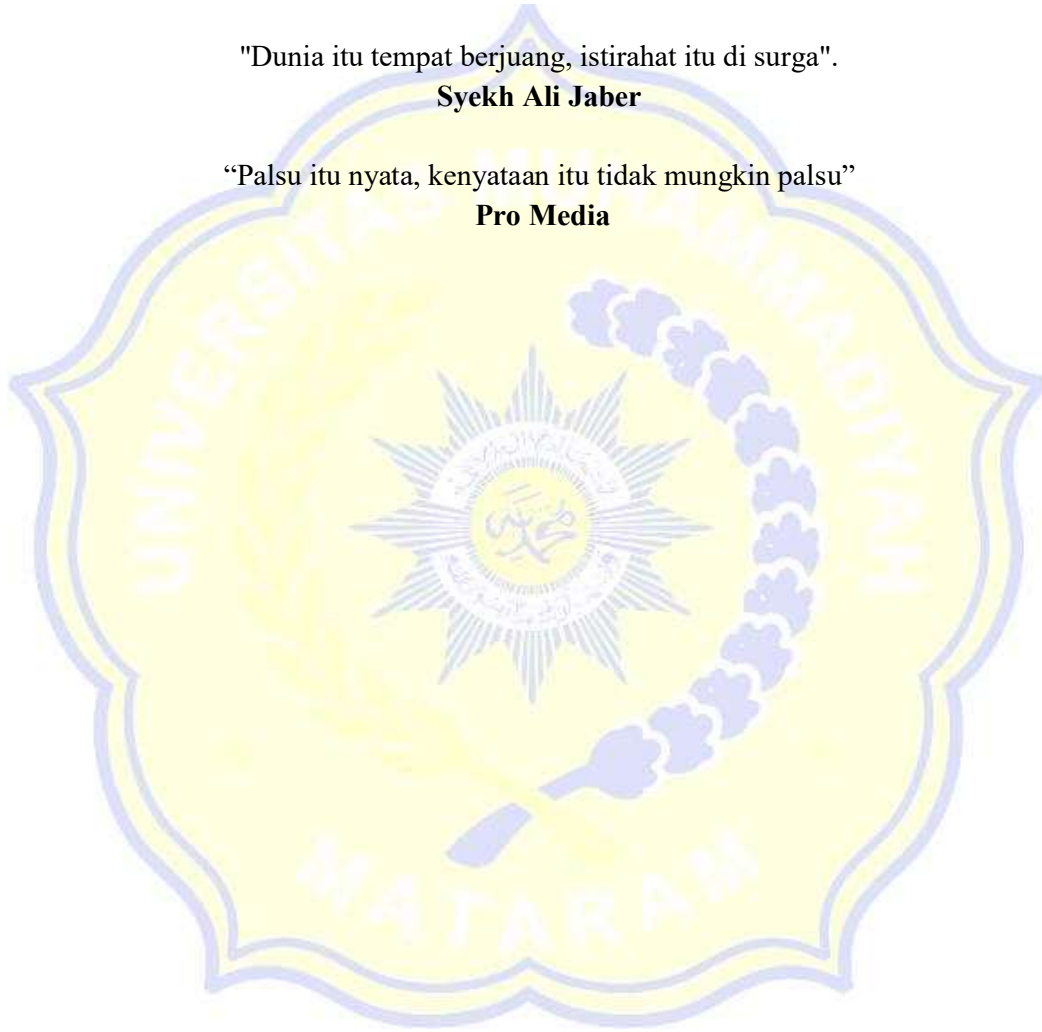

Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

MOTTO

Jika kamu tidak tahan dengan lelahnya belajar
Maka kamu harus tahan dengan perihnya kebodohan
Imam Syafi'i

"Dunia itu tempat berjuang, istirahat itu di surga".
Syekh Ali Jaber

"Palsu itu nyata, kenyataan itu tidak mungkin palsu"
Pro Media



PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kasih sayang kepada kita semua terutama penulis sendiri sehingga skripsi ini selesai.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Untuk Mamaku **Ani** dan Bapakku **Syahrudin** yang saya cintai. Dengan petunjuk Allah SWT, yang telah mendidikku, membesarkanku serta menyekolahkanku hingga saat ini, terik matahari membakar kulit-kulit indahmu demi anakmu dalam meraih cita-cita mulia ini. Terimakasih atas semua jasa-jasamu yang tidak ku lupakan.
2. Untuk keluarga besar nenek dan kakek, paman, bibi, yang saya cintai selama ini selalu mendukung saya selama ini mulai dari pertama kuliah sampai saya menyelesaikan studi ini.
3. Teman-teman ku yang tidak dapat saya sebut satu per satu yang paling saya banggakan, terimakasih atas dukungan dan bantuannya.
4. Semua Dosen dan Staff FISIP yang telah menjadi bagian hidup saya, terimakasih atas didikan yang telah diberikan semasa kuliah serta masukan-masukannya.
5. Ucapan terimakasih kepada Almamater Universitas Muhammadiyah Mataram tercinta.

KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya semata sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul **“Analisa Kualitas Pelayanan dan Harga Pada Minat Menggunakan Grab di Sumbawa”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini tidak luput dari berbagai kekurangan, hambatan, serta rintangan yang penulis hadapi. Dan pada akhirnya penulis dapat melalui berkat adanya bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abdul Gani, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Al, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos,MM Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
4. Bapak Drs. H. Darmansyah, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan petunjuk dengan sabar dan teliti kepada penulis dalam menyelesaikan proposal ini.
5. Ibu Selva, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing II, yang juga selalu sabar memberikan bimbingan selama proses konsultasi berlangsung, sehingga proposal ini dapat diselesaikan.

ANALISA KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA MINAT MENGUNAKAN GRAB DI SUMBAWA

Oleh :
IRVAN
218120116

ABSTRAK

Hadirnya bisnis transportasi *online* yang saat ini sudah dikenal di Kota Sumbawa yaitu Grab. Perusahaan transportasi berbasis aplikasi ini baru ada sejak 8 Agustus 2021 dan berlokasi di Jalan. Kamboja, Bugis, Kecamatan Sumbawa, Kabupaten Sumbawa, Nusa Tenggara Barat, 84313, Indonesia. Grab di Sumbawa tergolong sangat baru sehingga tidak dapat dipungkiri masalah kualitas pelayanan dapat menurunkan minat beli konsumen. Oleh karena itu, minat konsumen menggunakan Grab di Sumbawa tergolong sedikit sehingga saya sangat tertarik untuk menelitinya.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Untuk itu peneliti secara individu akan langsung terjun ke lapangan dan berada di tengah-tengah masyarakat guna memperoleh data dari informan. Yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan pada Perusahaan Grab yang menjadi objek penelitian.

Grab Sumbawa sebagai penyedia transportasi online menyediakan jasa transportasi berupa Grab Bike (sepeda motor) dan Grab Car (mobil), keduanya bisa di pesan sesuai dengan kebutuhan. Bagi yang melakukan perjalanan bersama lebih dari 2 orang bisa melakukannya dengan memesan Grab Car. Tetapi bagi konsumen yang sedang melakukan perjalanan sendiri cukup pesan Grab Bike. Sebagaimana juga telah diketahui bahwa pada dasarnya perusahaan PT. Grab di Kota Sumbawa hadir di tengah-tengah kehidupan masyarakat yang begitu banyak memudahkan segala urusan masyarakat dan hal itu juga tentunya sangat mempengaruhi perekonomian masyarakat. Tujuan dari suatu perusahaan akan sulit terwujud dan begitu pula kepuasan tidak akan dapat tercipta dari masyarakat apabila tidak adanya kerjasama yang baik dimana perusahaan memberikan pelayanan yang berkualitas dan masyarakat sebagai pengguna jasa layanan tersebut akan memberikan imbalan dengan loyal untuk menggunakan aplikasi dan layanan jasa grab. Oleh karena itu untuk menciptakan masyarakat dapat terpuaskan atas layanan grab maka perusahaan grab di Kota Sumbawa sangat perlu untuk memperhatikan dari kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut.

**Kata Kunci : Analisa Kualitas Pelayanan Dan Harga Pada Minat
Menggunakan Grab Di Sumbawa**

A SERVICE QUALITY AND COST ANALYSIS ON THE INTERESTS OF USING GRAB IN SUMBAWA

By :
IRVAN
218120116

ABSTRACT

The existence of Grab, a well-known online transportation company, in Sumbawa City. This application-based transportation business is situated on Jalan and has just been operational since August 8, 2021. Cambodia, Bugis, West Nusa Tenggara, 84313, Indonesia; Sumbawa District; Sumbawa Regency. Since Grab is a new company in Sumbawa, it is obvious that issues with service quality can lower consumer demand for purchasing. As a result, there isn't much customer interest in using Grab in Sumbawa, which piques my curiosity.

using qualitative methodologies in this investigation. In order to collect information from informants, lone researchers will travel immediately to the field and blend in with the local population. The leaders and staff members of the Grab Company, which was the subject of the study, served as the informants. Grab Sumbawa is an online transportation service provider that offers transportation services via Grab Car and Grab Bike, both of which may be ordered based on demand. People who want to travel in groups larger than two people can do so by purchasing a Grab Car. But if a customer is traveling alone, they should just get a Grab Bike. Additionally, it is well known that PT is essentially the corporation. The presence of grab in the City of Sumbawa substantially facilitates all social activities, which, of course, has a negative impact on the local economy.

If there is no good cooperation where the company offers quality services and the community as users of these services will reward them steadfastly for using the Grab application and services, it will be difficult for the company to achieve its goals and likewise no satisfaction will be created from the community. Grab firms in Sumbawa City must therefore pay close attention to the five dimensions of service quality if they want to ensure that customers are happy with their use of their services.

Keywords: *Analysis of Service Quality, Prices on Interest in Using Grab in Sumbawa*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PENYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
SURAT PENYATAAN PUBLIKASI KARYA TULIS	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTARCT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Manfaat.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Kualitas Pelayanan.....	7
2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	8
2.4 Definisi Harga.....	10
2.5 Definisi Minat Beli	11
2.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan	13
2.7 Penetapan Harga Menggunakan Grab	15
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Jenis Metologi Penelitian.....	19
3.2 Lokasi penelitian.....	19
3.3 Waktu Penelitian.....	19

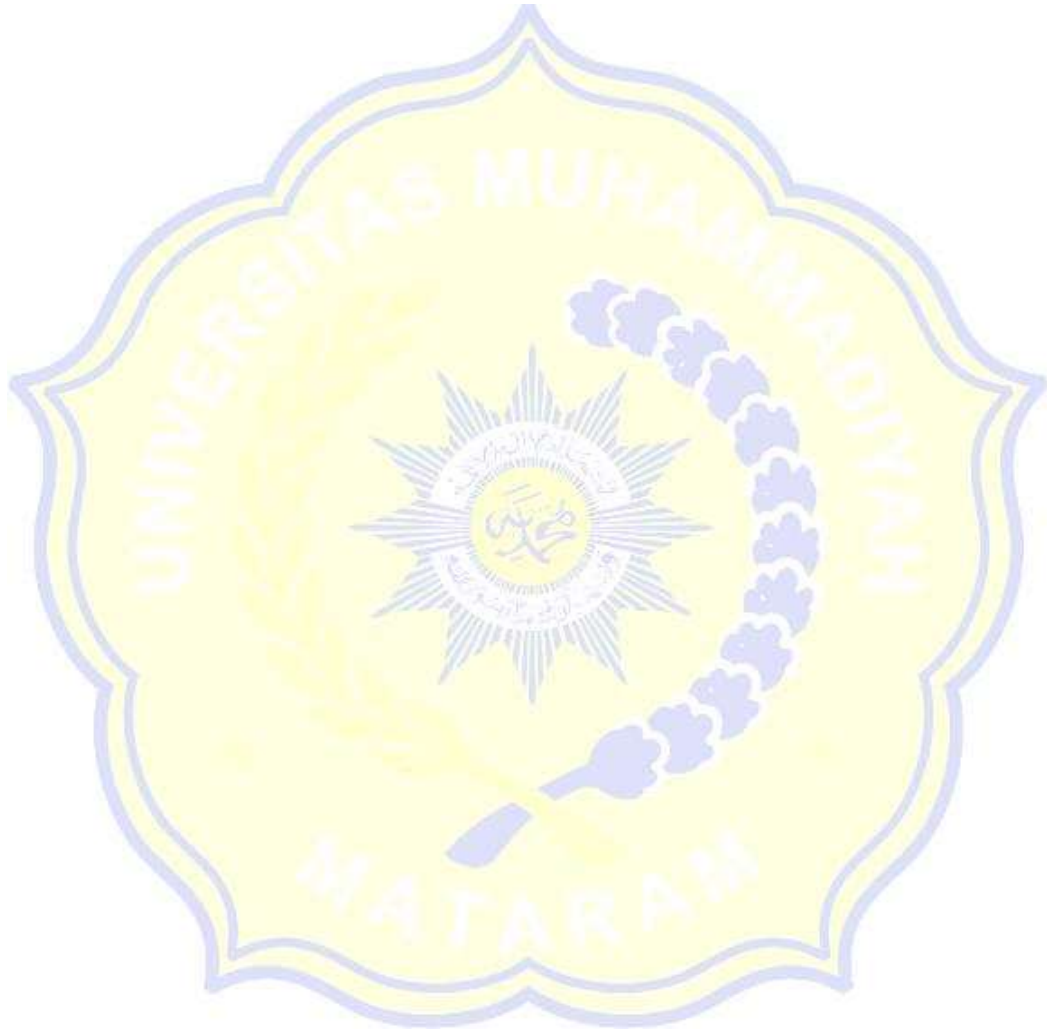
3.4 Sumber Data	20
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.6 Analisis data.....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	27
4.1.1 Sejarah singkat PT. Grab Indonesia	27
4.1.2 Visi dan Misi PT. Grab Indonesia	29
4.1.3 Logo PT. Grab	30
4.2 Pelayanan Terhadap Penggunaan Grab di Sumbawa	30
4.2.1 Aturan Pendaftaran Grab Taxi Sumbawa.....	32
4.2.2 Registrasi Grab Bike Sumbawa.....	33
4.2.3 Aturan Daftar Grab Car Sumbawa	34
4.2.4 Biaya Pengeluaran Masuk Dalam Persyaratan Daftar Grab.....	34
4.3 Pelayanan Harga Pada Minat Pengguna Grab	35
4.3.1 Cara Cek Tarif Grab 2022	36
4.3.2 Tarif Grab Per KM	37
4.3.3 Cara Melihat Tarif di Aplikasi Penumpang.....	39
4.3.4 Cek Tarif GrabCar & GrabBike	39
4.3.5 Cek Tarif GrabFood	39
4.3.6 Melihat Tarif di Aplikasi Grab Driver.....	40
4.4 Pembahasan	40
4.5 Hambatan yang Dihadapai Dalam Penggunaan Grab	43
4.6 Solusi yang Ditawarkan dalam Penggunaan Grab	44
BAB V PENUTUP	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Beberapa Hasil Penelitian Terdahulu.....	5
---	---



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan masyarakat di era modern ini mempunyai aktivitas yang beragam untuk memenuhi aktivitas masyarakat dengan adanya transportasi sebagai alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Akibatnya, para pemilik usaha di bidang transportasi saling berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang unggul kepada pelanggan, serta pengiriman yang tepat waktu, nyaman, dan dipermudah. Transportasi semacam ini disebut sebagai ojek di Indonesia, di mana terdapat banyak sekali sepeda motor yang berfungsi sebagai kendaraan umum dan digunakan untuk mengangkut orang maupun baran (Zahra Atika, 2017).

Jumlah masyarakat Indonesia yang sangat banyak, transportasi di Indonesia tidak jarang menuai masalah. Perkembangan transportasi dari zaman tradisional ke zaman modern seperti sekarang dengan dukungan kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK).

Perkembangan transportasi dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan IPTEK dari tahun ke tahun. Transportasi yang disediakan oleh perusahaan-perusahaan yang meliputinya, bukan hanya menyediakan transportasi konvensional saja melainkan transportasi berbasis *online*. Transportasi berbasis *online* adalah solusi yang tepat bagi masyarakat yang memiliki mobilitas sebagai aktivitas sehari-harinya. Saat ini banyak jenis transportasi

berbasis *online* di negara kita Indonesia seperti Grab, Gojek, Uber dan lain-lain.

Grab adalah sebuah perusahaan yang menyediakan layanan transportasi dan berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan tersebut dengan tetap mempertahankan biaya yang relatif sebanding dengan yang diberikan oleh perusahaan lain yang menyediakan layanan transportasi. Grab juga menawarkan layanan yang dianggap perlu bagi pelanggan sehari-hari, seperti transportasi, pengiriman makanan, dan pengiriman paket. Grab kini menawarkan layanannya di sejumlah negara lain, termasuk Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, Vietnam, Myanmar, dan Kamboja. Grab menyediakan berbagai layanan di Indonesia, antara lain, (Grab Bike), (Grab Car), (Grab Taxi), (Grab Express), dan (Grab Hitchcar). GRAB kini dapat diakses di 125 kota di Indonesia, mulai dari Banda Aceh hingga Jayapura-Papua. (Nurani, 2018)

Agar bisnis berhasil menumbuhkan loyalitas klien, mereka perlu menyediakan layanan pelanggan berkualitas tinggi dengan biaya yang terjangkau. Menurut Tjiptono (2012:157), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai ukuran, seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan dan seberapa baik memenuhi harapan klien. Pelanggan hanya dapat melakukan pemesanan melalui platform internet ini jika mereka memiliki smartphone, sehingga pilihan mereka dibatasi sampai tingkat tertentu. Salah satu faktor pengukur yang digunakan untuk menilai loyalitas pelanggan adalah harga, dengan kualitas layanan yang diberikan. Menurut Kotler dan Armstorng (2012:410),

“Harga suatu barang atau jasa adalah sejumlah uang yang diperdagangkan untuk itu.

Seiring dengan meningkatnya tingkat persaingan, khususnya di bidang transportasi, semakin banyak produsen yang terlibat dalam memastikan kualitas layanan. Oleh karena itu, setiap perusahaan Grab telah menjadikan tujuan utama mereka untuk mengutamakan kualitas layanan. Secara luas diyakini bahwa faktor terpenting dalam memenangkan persaingan tertentu adalah kemampuan untuk memberikan layanan berkualitas kepada pelanggan, yang dapat dicapai dengan meningkatkan tingkat minat konsumen dalam pengiriman produk. Memberikan pelayanan dengan biaya yang kompetitif. Salah satu indikator yang dapat memberi tahu Anda apakah suatu produk berhasil di pasar atau tidak adalah tingkat pertumbuhan permintaan pelanggan terhadap produk tersebut. Okki (2003 : 114).

Grab dan perusahaan lain yang menyediakan layanan transportasi online semakin terkenal, khususnya di kota Sumbawa. Ini terutama berlaku untuk layanan transportasi online seperti Grab. Di perusahaan transportasi yang beroperasi sebagian besar online dan didirikan pada tanggal 8 Agustus 2021 dan terletak di Jl. Kamboja, Desa Bugis, Kecamatan Sumbawa, Kabupaten Sumbawa, Nusa Tenggara Barat, 84313, Indonesia.

Grab di Sumbawa tergolong sangat baru sehingga tidak dapat dipungkiri masalah kualitas pelayanan dapat menurunkan minat beli konsumen. Oleh karena itu, minat konsumen menggunakan Grab di Sumbawa tergolong sedikit sehingga saya sangat tertarik untuk menelitinya.

Dari uraian latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian tentang **“Analisa Kualitas Pelayanan Dan Harga Pada Minat Menggunakan Grab Di Sumbawa.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, adapun mengenai rumusan masalahnya yaitu: **“Bagaimana Analisa Kualitas Pelayanan Dan Harga Pada Minat Menggunakan Grab Di Sumbawa?”**

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi, melalui investigasi kualitas layanan dan harga, sejauh mana konsumen di Sumbawa tertarik untuk menggunakan Grab.

1.4 Manfaat

Penelitian ini memiliki manfaat yaitu:

1. Akademik

Dalam konteks pendidikan tinggi, kriteria tersebut dapat dipenuhi untuk dapat lulus dari Program Sarjana (S-1) pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram..

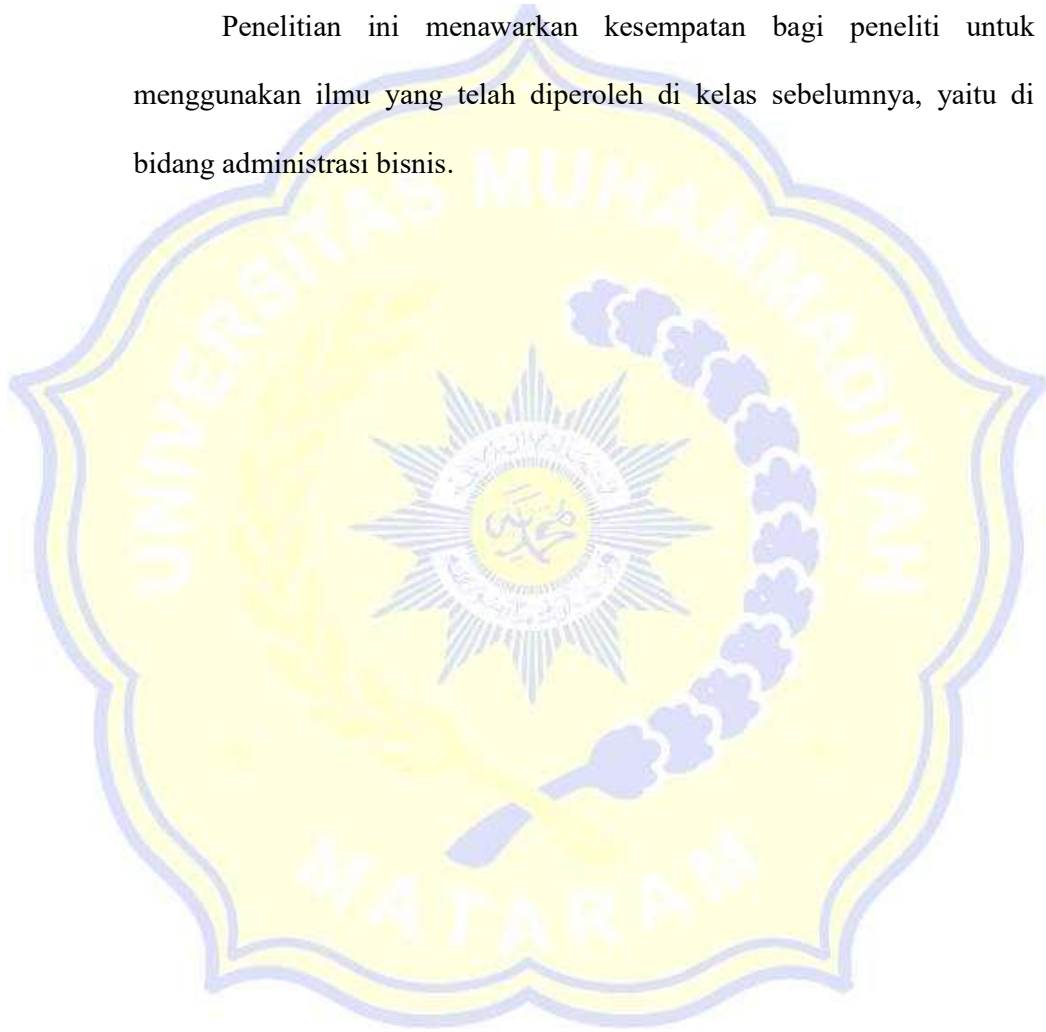
2. Teoritis

a. Sebagai acuan bagi orang lain dan untuk memberikan layanan berkualitas tinggi dan bernilai kepada pengguna aplikasi Grab di Sumbawa.

b. Bahan yang dapat dimanfaatkan untuk penelitian ilmiah di lembaga akademik.

3. Praktis

Penelitian ini menawarkan kesempatan bagi peneliti untuk menggunakan ilmu yang telah diperoleh di kelas sebelumnya, yaitu di bidang administrasi bisnis.



BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Beberapa hasil penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti/judul/thn	Jenis Penelitian	Hasil
1.	Winda Kader “Kualitas Layanan Transportasi Grab di Kota Makassar”	Kualitatif	Transportasi Grab merupakan salah satu transportasi yang dibutuhkan masyarakat karena harganya yang murah, mudah didapatkan dan tentunya nyaman.
1.	Inggrit Panjaitan “Pengaruh Pelayanan dan Harga Pada Gojek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta)”	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dengan minat sebagai variabel pemoderasi berpengaruh signifikan, demikian juga pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan minat beli sebagai variabel moderasi. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan minat

			sebagai variabel pemoderasi berpengaruh signifikan. juga berkontribusi pada hasil yang bermanfaat.
3.	Aryani “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. 2018	Regresi Linear Berganda (RLB)	Menurut temuan, kebahagiaan konsumen di Gojek secara bersamaan dipengaruhi oleh harga kualitas layanan dan nilai pelanggan.

2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kualitas pelayanan dalam kaitannya dengan pemenuhan persyaratan dan persyaratan konsumen atau pengguna. Keadaan persaingan antar bisnis, kemajuan teknologi, serta tahapan ekonomi dan sosial budaya, semuanya memiliki peran penting dalam pertumbuhan kualitas layanan.

Menurut Kotler dan Lupiyoadi, (2014:7) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah Setiap tindakan atau aktivitas yang mungkin ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan pengalihan kepemilikan aset yang mendasarinya. Kesan pelanggan terhadap layanan yang sebenarnya mereka dapatkan dapat dibandingkan dengan layanan yang mereka harapkan untuk diterima untuk menentukan kualitas layanan yang diberikan. tingkat kualitas layanan yang memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah setiap dan semua operasi yang dilakukan oleh organisasi untuk memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh pelanggan. Dalam konteks pembahasan ini, pelayanan mengacu pada suatu pelayanan atau jasa yang diberikan oleh penyedia jasa berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan ketepatan dalam pemberian pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

Parasuraman, et al. (2008:148) *service quality* yaitu, “Seberapa jauhkah realitas situasi dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang mereka dapatkan atau peroleh? Perbandingan pandangan pelanggan tentang layanan yang mereka dapatkan dengan layanan yang benar-benar mereka antisipasi dari layanan yang ditawarkan oleh bisnis dapat digunakan untuk menentukan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka tingkat pelayanan yang dirasakan akan menyenangkan dan memuaskan. Ketika seorang pelanggan menerima tingkat layanan yang lebih unggul dari apa yang mereka antisipasi, mereka akan menilai layanan itu memiliki tingkat kualitas yang sangat baik dan unggul. Sebaliknya, jika pelayanan yang didapat tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap buruk.”

2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (1990:26) dan Asdi (2012:3) yaitu strategi pelayanan tidak terlepas dari dimensi kualitas pelayanan secara berturut-turut berdasarkan penilaian kepentingan pelanggan yaitu :

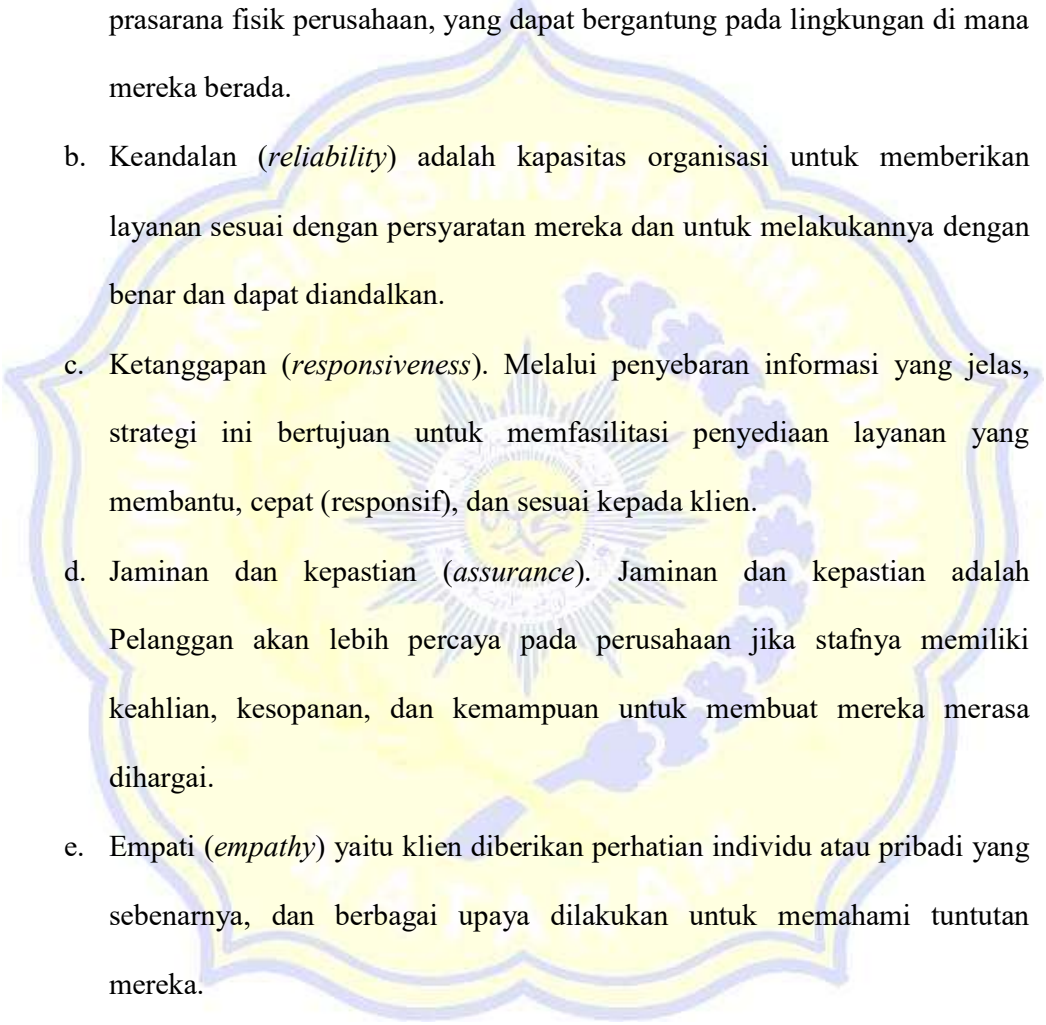
- a. Bukti fisik (*tangible*) meliputi kepemilikan perusahaan atas segala fasilitas fisik, peralatan/peralatan metode, atau media komunikasi.

- b. Empati (*Empathy*) adalah konsumen diberikan pertimbangan, ketulusan, perhatian pribadi, dan berbagai sarana kontak yang nyaman oleh perusahaan dan personel perusahaan.
- c. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk secara cepat, tepat, benar, dan andal melaksanakan pelayanan yang telah dijanjikan.
- d. Keresponsipan (*responsiveness*) merupakan kemampuan untuk secara cepat, tepat, benar, dan andal melaksanakan pelayanan yang telah dijanjikan.
- e. Jaminan (*assurance*) meliputi keahlian, keterampilan, dan kesopanan anggota staf adalah semua faktor yang mungkin memengaruhi tingkat kepercayaan dan keyakinan klien dalam organisasi.

Menurut M. Nur Nasution (2004:47) dimensi kualitas pelayanan terdiri dari 3 komponen yang terdiri dari :

- a. *Technical Quality*, yaitu faktor-faktor yang berkaitan dengan kualitas produk yang akan diperoleh konsumen.
- b. *Fuctional Quality*, yaitu faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.
- c. *Corporate Image*, yaitu profit, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Tjiptono, Chandra, dan Andriana (2008) sampai pada kesimpulan, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman (1998) yang melibatkan 800 konsumen (yang dipisahkan menjadi empat perusahaan) berusia 25 tahun ke atas, bahwa ada lima aspek kualitas layanan, sebagai berikut:

- 
- a. Berwujud (*tangible*) merupakan bisnis yang membuat kehadirannya diketahui pihak lain dari luar. Bukti nyata dari layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan dapat dilihat dari tampilan dan fungsionalitas sarana dan prasarana fisik perusahaan, yang dapat bergantung pada lingkungan di mana mereka berada.
 - b. Keandalan (*reliability*) adalah kapasitas organisasi untuk memberikan layanan sesuai dengan persyaratan mereka dan untuk melakukannya dengan benar dan dapat diandalkan.
 - c. Ketanggapan (*responsiveness*). Melalui penyebaran informasi yang jelas, strategi ini bertujuan untuk memfasilitasi penyediaan layanan yang membantu, cepat (responsif), dan sesuai kepada klien.
 - d. Jaminan dan kepastian (*assurance*). Jaminan dan kepastian adalah Pelanggan akan lebih percaya pada perusahaan jika stafnya memiliki keahlian, kesopanan, dan kemampuan untuk membuat mereka merasa dihargai.
 - e. Empati (*empathy*) yaitu klien diberikan perhatian individu atau pribadi yang sebenarnya, dan berbagai upaya dilakukan untuk memahami tuntutan mereka.

2.4 Definisi Harga

Harga adalah sangat relevan dengan proses pembelian produk dan jasa. Ini adalah jumlah uang di samping berbagai produk dan layanan, seperti yang dinyatakan oleh Basu Swasta Dharmesta (2014: 147). Ketika harga suatu produk atau layanan dipertimbangkan dalam kaitannya dengan keunggulan yang terkait dengan produk atau layanan tersebut, nilai

seringkali dapat disimpulkan dari harga tersebut. Saat memutuskan nilai suatu produk atau layanan, pelanggan mengevaluasinya berdasarkan seberapa baik produk atau layanan itu memenuhi persyaratan mereka dibandingkan dengan kinerja alternatif serupa. Agar bisnis mencapai kesuksesan finansial melalui penjualan produk dan layanan, harga harus ditentukan dengan benar.

Harga merupakan komponen bauran pemasaran yang berkontribusi terhadap keseluruhan profitabilitas atau pendapatan perusahaan (Tjiptono, 2008:151). Menurut Kotler dan Keller (2007:340), harga didefinisikan sebagai sejumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Namun, jika dilihat dari perspektif yang lebih umum, harga adalah total nilai yang diperdagangkan dalam nilai jual produk yang ditentukan oleh perusahaan.

2.5 Definisi Minat Beli

Menurut Mc. Carthy (2002:298) didefinisikan sebagai dorongan yang berkembang dalam diri seseorang untuk membeli produk atau jasa sehingga dapat memuaskan kebutuhan, keinginan, atau persyaratannya. Kecenderungan responden untuk mengambil tindakan sebelum pelaksanaan pilihan pembelian yang sebenarnya disebut sebagai "minat beli", dan merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen yang ditemukan dalam sikap mengkonsumsi. Telah ditentukan bahwa minat adalah niat yang berkembang di dalam diri seseorang untuk memperoleh produk, produk,

atau layanan dengan perenungan sebelum dimulainya proses pembelian. (Thamrin, 2003:142).

Menurut Nugroho (2013:342) minat adalah tindakan mensintesis dan mengintegrasikan informasi seseorang untuk menilai dua atau lebih perilaku potensial dan memilih salah satu dari mereka sebagai pilihan terbaik. Produk akhir dari proses integrasi ini adalah keputusan, yang juga dikenal sebagai pilihan, yang dilihat oleh pikiran sebagai keinginan untuk bertindak.

Sedangkan menurut Nih Luh Julianti (2014 : 88) berpendapat bahwa minat sebagai pendorong atau sebagai motif intrinsik mampu mendorong seseorang untuk memperhatikan secara spontan, wajar, mudah, tanpa paksaan, dan selektif terhadap suatu produk kemudian mengambil keputusan pembelian. Hal ini dimungkinkan karena minat dapat bertindak sebagai kekuatan pendorong atau motif intrinsik.

Hal ini dimungkinkan oleh kepentingan individu yang bersangkutan dan memberikan kesenangan dan kepuasan kepadanya; akibatnya, minat dapat didefinisikan sebagai sikap menyukai yang ditujukan pada kecenderungan untuk selalu membeli yang disesuaikan dengan kesenangan dan minat. Sangat jelas bahwa minat diartikan sebagai sikap menyukai yang ditujukan pada kecenderungan untuk selalu membeli yang disesuaikan dengan kesenangan dan minat.

Hariani (2013 : 25) Kesiediaan untuk mencari informasi yang lebih detail tentang produk atau jasa yang bertujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan oleh produk atau jasa tersebut digunakan, merupakan salah satu karakteristik yang dapat

digunakan untuk menjelaskan kecenderungan seseorang untuk menunjukkan minat pada produk atau layanan.

Menurut Hariani (2013 : 54) minat beli dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator yaitu :

1. Minat transaksional, yaitu kemungkinan konsumen untuk membeli suatu produk
2. Minat refrensial, yaitu kemungkinan seseorang untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain.
3. Minat prefrensial, yaitu Ini menjelaskan tindakan seseorang yang memiliki kesukaan yang kuat terhadap barang yang dimaksud. Preferensi ini tidak dapat diubah dalam keadaan apa pun sampai produk preferensi mengalami modifikasi yang signifikan.
4. Minat eksploratif, yaitu Minat ini mencirikan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi tentang produk yang diminatinya, serta mencari fakta untuk mendukung aspek baik dari produk tersebut.

2.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah aspek yang sangat penting untuk diperhatikan, khususnya bagi pelaku usaha yang bergerak di bidang penyediaan jasa dan aspek-aspek yang berpengaruh terhadap jasa itu sendiri.

Menurut Muhammad Ali (2006 : 297) yang dikutip dari Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern, pelayanan yaitu orang yang kerjanya melayani.

Menurut Kotler (2008 : 145) dalam penyampaian jasa (*jasa delivery*) ada tiga aspek yang dikenal sebagai 3P dalam pemasaran jasa, yaitu melalui :

a. *People*

Dalam hal berinteraksi dengan klien, penyedia layanan dapat membedakan diri mereka dari pesaing mereka dengan mempekerjakan dan melatih staf yang lebih kompeten dan dapat dipercaya daripada yang dipekerjakan oleh pesaing mereka.

b. *Physical environment* (lingkungan fisik)

Organisasi jasa dapat membangun lingkungan fisik yang lebih menarik.

c. *Process*

Perusahaan yang menyediakan layanan dapat merancang metode yang memberikan layanan yang lebih besar, seperti sistem perbankan rumah yang dibuat oleh beberapa lembaga keuangan.

b. Cara Mengukur Kualitas Pelayanan

Mengukur kualitas pelayanan adalah dengan melakukan audit secara berkala dan melakukan perbaikan terus-menerus. Berikut ini adalah beberapa hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan

1. Mendapatkan umpan balik dari pelanggan

Email merupakan cara yang dapat digunakan untuk mendapatkan feedback dari klien, seperti memberikan survei kepada pelanggan dan menindaklanjuti pelanggan setelah memberikan layanan.

2. Melakukan evaluasi

Evaluasi dapat dilakukan dengan metode-metode tersebut di atas, termasuk melalui penggunaan survei, dengan menekankan pada informasi yang paling penting untuk dipelajari.

3. Memperbaiki kualitas pelayanan

Untuk mencapai tujuan ini, adalah mungkin untuk membuat standar layanan perusahaan menjadi sangat jelas bagi para pekerja. Hal ini akan membantu mereka berkembang menjadi individu yang bertanggung jawab, responsif, dan memiliki etos kerja yang kuat.

2.7 Penetapan Harga Menggunakan Grab

- a. Definisi Penetapan Harga

Penetapan harga adalah jumlah uang yang diminta untuk suatu barang atau jasa; dalam arti yang lebih luas, harga adalah total semua nilai yang ditawarkan konsumen sebagai imbalan atas kesempatan untuk memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa (Kotler dan Armstrong 2001: 345). Harga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi pemilihan yang dilakukan oleh pembeli, dan memainkan peran penting dalam menentukan produk yang dibeli oleh konsumen. Karena itu, perusahaan harus terlebih

dahulu mempertimbangkan harga produk yang memiliki volume penjualan yang cukup tinggi sebelum memutuskan harga untuk penawarannya.

b. Peranan Harga

Harga barang atau jasa yang telah ditetapkan akan berdampak pada perekonomian baik di tingkat mikro (bagi individu dan bisnis) maupun di tingkat makro (bagi perekonomian secara umum). Sehubungan dengan hal tersebut, berikut ini adalah beberapa fungsi harga:

1. Bagi Perekonomian

Karena penetapan harga merupakan pengatur utama dalam sistem ekonomi, maka akan berdampak pada jumlah gaji dan keuntungan yang dihasilkan suatu bisnis. Ini karena harga menentukan bagaimana berbagai faktor produksi termasuk tenaga kerja, tanah, waktu, modal, dan kewirausahaan didistribusikan.

2. Bagi konsumen

Ketika melakukan pembelian, harga adalah salah satu pertimbangan terpenting bagi pelanggan, tetapi mereka juga mempertimbangkan berbagai aspek lain, termasuk reputasi merek, kenyamanan lokasi toko, kualitas layanan. disediakan, nilai fitur produk, dan kualitas keseluruhannya.

3. Bagi Perusahaan

adalah satu-satunya komponen bauran pemasaran yang menghasilkan keuntungan moneter bagi bisnis, berbeda dengan komponen bauran pemasaran lainnya, seperti promosi dan periklanan,

yang memerlukan pengeluaran keuangan yang signifikan dari pihak perusahaan (Tjiptono 2007 : 192).

b. Strategi Penetapan Harga

Dalam proses penentuan harga suatu produk, perusahaan memodifikasi harga produk yang ditawarkan sebagai titik awal untuk mempertimbangkan berbagai cara di mana pelanggan berbeda dan berbagai skenario yang mungkin muncul. Secara khusus, berikut ini adalah beberapa strategi penetapan harga:

1. Penerapan Harga Tersegmentasi

Dalam skenario ini, perusahaan memodifikasi penetapan harga dengan tujuan tertentu sesuai dengan beberapa kategori, termasuk variasi konsumen, waktu, produk, dan lokasi.

2. Penetapan Harga Psikologis

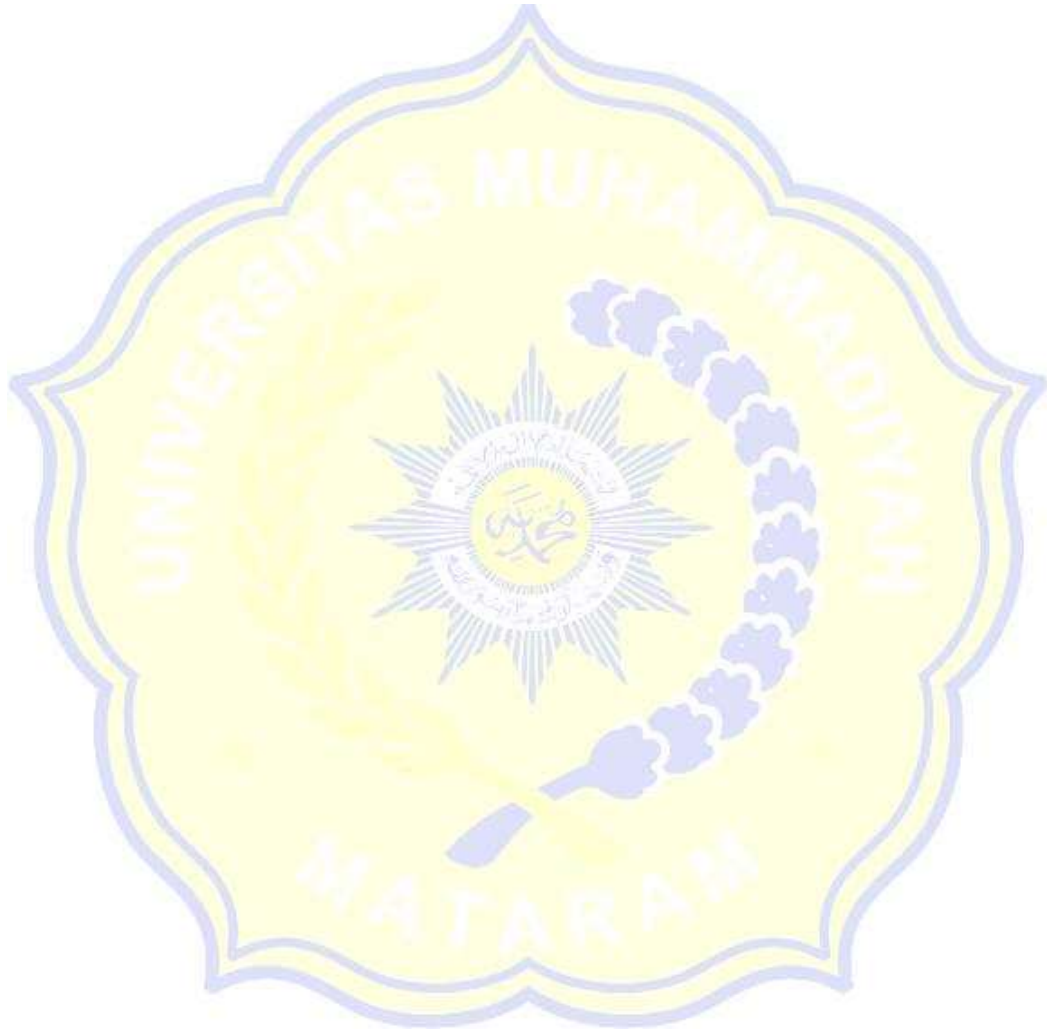
Harga suatu produk merupakan cerminan dari nilai inti produk tersebut. Dalam situasi ini, penjual menetapkan harga tidak berdasarkan keadaan ekonomi tetapi pada psikologi konsumen. Misalnya, pelanggan sering mendapat kesan bahwa barang dengan harga lebih mahal memiliki kualitas yang lebih baik.

3. Penetapan Harga Promosi

Fakta bahwa korporasi akan menyediakan produk dengan harga yang lebih rendah dari harga normal yang telah ditetapkan merupakan nilai jual yang unik bagi pelanggan saat ini.

4. Penetapan Harga Dinamis

Untuk memenuhi karakteristik dan kebutuhan pelanggan individual dan situasi.



BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Metologi Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, yang menggunakan bahan-bahan yang sulit diukur dengan angka. Meskipun bahan-bahan tersebut dapat ditemukan di masyarakat Syarbaini, namun bahan-bahan tersebut sulit diukur secara kuantitatif (2009:3). Pendekatan studi kasus adalah jenis penelitian kualitatif yang digunakan, dan metode ini menempatkan penekanan eksklusif pada kasus yang sedang diselidiki.

3.2 Lokasi penelitian

Adapun lokasi tempat penelitian ini adalah di Jalan. Kamboja, Bugis, Kecamatan Sumbawa, Kabupaten Sumbawa, Nusa Tenggara Barat, 84313, Indonesia.

3.3 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan kerangka waktu kegiatan penelitian, diawali dengan survey lokasi penelitian, dilanjutkan dengan penyusunan proposal penelitian, kegiatan penelitian, pengumpulan data, dan terakhir pengumpulan data hasil penelitian dan metode penyelesaiannya. kegiatan penelitian. Selama ini, penelitian dilakukan, yang berlangsung sekitar satu bulan.

3.4 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data primer

Menurut M. Iqbal Hasan (2002 : 82) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan dengan melakukan penelitian yang berhubungan dengan penelitian. data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan. Data primer adalah data yang telah dikumpulkan secara eksplisit untuk tujuan menjawab pertanyaan penelitian. Peneliti memperoleh data primer dengan menggunakan teknik seperti survei dan observasi.

Dalam penyelidikan ini, informasi atau data dapat diperoleh segera dengan menggunakan perangkat tersebut di atas. Temuan penelitian ini diperoleh dari diskusi yang terjadi selama wawancara langsung dengan pemilik Perusahaan Grab, serta dengan staf Grab dan penumpang yang memanfaatkan layanan Grab. Selain itu, ini adalah komponen internal dari proses penelitian, yang sering diperlukan demi pengambilan keputusan. Karena data ini diberikan dengan sangat rinci, umumnya disepakati bahwa data primer lebih akurat. Purharta, (2010: 79).

b. Data Skunder

Data sekunder merupakan informasi yang telah dapat diakses dalam berbagai format. Jenis sumber data ini biasanya terdiri dari data statistik atau data yang telah diolah sedemikian rupa sehingga siap digunakan dalam perhitungan statistik. Jenis data ini biasanya dapat diakses di kantor pemerintah, biro layanan data, perusahaan swasta, atau

organisasi lain yang peduli dengan pemanfaatan data. Moehar, (2002 : 113).

Fakta, catatan sejarah, atau laporan yang telah terkumpul dalam arsip yang diterbitkan merupakan contoh dari jenis data sekunder (data dokumenter). Data dari sumber sekunder, seperti institusi, perusahaan, atau pihak lain yang terkait dengan penelitian ini dikumpulkan.

Menurut Purhantara, (2010 : 80) ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti berkaitan dengan data sekunder, terutama berkaitan dengan keakurasian data. Langkah yang perlu ditempuh peneliti adalah :

1. kapasitas data untuk memberikan solusi atas masalah atau jawaban atas masalah (kesesuaian dengan pertanyaan penelitian).
2. Kesesuaian jangka waktu dalam hal kesesuaian ketersediaan data dengan jangka waktu yang ideal untuk penelitian.
3. kesesuaian antara populasi data yang sudah ada dengan populasi yang menjadi perhatian peneliti.
4. Relevansi dan konsisten unit pengukur yang digunakan.
5. Biaya yang dipergunakan untuk mengumpulkan data sekunder.
6. Kemungkinan biasa yang ditimbulkan oleh data sekunder.
7. Masih harus dilihat apakah layak atau tidak untuk memverifikasi ketepatan pengumpulan data.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah metode pengumpulan data untuk tujuan melakukan penelitian. Tahap selanjutnya dalam proses ilmiah adalah pengumpulan data, yang merupakan langkah yang sangat penting. Pada umumnya data yang diperoleh akan dimanfaatkan, kecuali bila digunakan untuk alasan eksploratif, maupun untuk menguji hipotesis yang dikembangkan Mochar (2002:131). Oleh karena itu, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dikenal sebagai data utama dan data sekunder.

Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan kualitatif, artinya peneliti individu akan terjun langsung ke lokasi penelitian dan terjun ke masyarakat untuk mengumpulkan data dari para informan. Para pemimpin dan pekerja Perusahaan Grab yang menjadi subjek penelitian ini berperan sebagai informan dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik data yaitu:

a. Teknik Observasi

Teknik observasi adalah metode pengumpulan data yang mencakup melakukan pengamatan dan mencatat bagaimana item target dilakukan saat pengamatan dilakukan.

Menurut Nana Sudjana (1989 : 84) observasi adalah pengamatan sistematis atau pencatatan peristiwa yang diselidiki, pengamatan nyata tidak hanya terbatas pada pengamatan yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung, tetapi juga mencakup kedua jenis pengamatan.

Sedangkan menurut Sutrisno Hadi, (2002 : 136) observasi diartikan sebagai observasi, pencatatan metodelis dari peristiwa yang diteliti. Teknik penelitian yang dikenal sebagai observasi, di mana peserta melaporkan informasi berdasarkan apa yang mereka lihat terjadi selama penelitian, adalah salah satu contohnya. Mengingat informasi yang disajikan di atas, teknik observasi dapat diartikan sebagai semacam pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap kejadian atau keadaan di lapangan.

Adapun jenis-jenis observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Yang dimaksud dengan "pengamatan non-partisipan" adalah metode penelitian di mana peneliti tidak ikut serta dalam kegiatan yang diteliti dan juga tidak langsung terlihat selama kegiatan tersebut.
2. Dalam melakukan observasi, peneliti yang menggunakan metode terstruktur harus mengacu pada pedoman yang telah disusunnya terlebih dahulu agar sesuai dengan standar etika.

b. Teknik Wawancara

Teknik adalah metode pengumpulan data, yang pelaksanaannya dapat dilakukan dengan berinteraksi langsung dengan topik penelitian. Wawancara adalah proses percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dan yang diwawancarai, dengan maksud mengkonstruksi tentang orang, peristiwa, kegiatan, motivasi, perasaan, dan sebagainya. Wawancara dilakukan dengan tujuan mempelajari tentang orang, peristiwa, kegiatan, dan sebagainya.

Wawancara dilakukan terlepas dari mereka yang telah menyiapkan pertanyaan secara terorganisir sesuai dengan masalah atau jika pertanyaan yang diajukan sesuai dengan alur diskusi. Wawancara bisa terstruktur dan tidak terstruktur (Sugiono, 2011 : 137).

Langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam pengumpulan data melalui wawancara diantaranya adalah :

1. melakukan wawancara dengan individu yang pengalamannya relevan dengan penelitian ini, seperti manajer atau kepala cabang Grab Sumbawa, driver, dan klien ojol. Studi dokumen mengarah pada penemuan wawancara. Selain pertanyaan yang telah disiapkan, pertanyaan juga dapat disesuaikan dengan perkembangan alami diskusi.
2. Sebuah notepad dan tape recorder digunakan selama wawancara. Setelah peneliti meminta izin terlebih dahulu dari informan, peneliti melanjutkan dengan menggunakan alat perekam.
3. Setelah data dikumpulkan, prosedur analisis data selanjutnya diterapkan.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari informasi tentang item atau variabel dengan berkonsultasi dengan dokumen seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, risalah rapat, lengger, dan agenda (Arikunto, Suharsimi, 2002 : 206).

Peneliti memilih dan menyusun bahan-bahan yang telah diperolehnya sehingga relevan dengan topik yang sedang diselidiki.

Makalah yang dikumpulkan digunakan sebagai sumber data tambahan untuk penyelidikan. Agar hasil kajian dan penelitian yang telah dilakukan dapat disajikan secara lebih kredibel dan komprehensif, informasi yang dihasilkan akan lebih akurat, dan penelitian dapat dianggap kredibel. dan yang ilmiah.

3.6 Analisis data

Analisis data adalah tindakan menemukan dan menyusun data yang diperoleh sehingga kesimpulan dapat ditemukan dan dimanfaatkan sebagai bahan informasi yang dapat dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Menurut Miles dan Huberman Sugiyono, (2017: 133) menyatakan bahwa kegiatan dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan sampai tuntas, sehingga datanya jenuh, kegiatannya berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. menyatakan bahwa kegiatan dalam analisis data kualitatif berupa reduksi data, penyajian data, dan temuan.

Sehingga dalam penelitian ini menggunakan analisis data yaitu model Miles dan Huberman (Sugiyono, 2017 : 132) dengan tahapan pengumpulan data yaitu :

a. Reduksi data

Reduksi data dalam proses ini berkaitan dengan pemilihan data dan informasi yang diperoleh melalui wawancara langsung. Dalam prosesnya, peneliti ini harus mampu meringkas atau meringkas data yang telah diperoleh agar menghasilkan konsep-konsep penting, sehingga peneliti

dapat melakukan penelitian yang benar dan benar-benar perlu dicatat dengan benar serta bisa mendapatkan hasil yang telah diperoleh. selesai. Reduksi data dalam proses ini berkaitan dengan pemilihan data dan informasi yang diperoleh melalui wawancara langsung.

b. Penyajian data

Penyajian data adalah tahap dimana peneliti dituntut untuk mampu menyajikan data atau informasi yang berkaitan dengan kejadian, khususnya dengan data yang relevan baik berupa teks, tabel, kata, kalimat, maupun narasi sesuai dengan fenomena yang ada, manfaatnya. penyajian data adalah sebagai berikut: Untuk memudahkan pemahaman terkait permasalahan yang ada, maka sangat diperlukan penyajian data dalam sebuah karya tulis ilmiah.

c. Kesimpulan

Kesimpulan yaitu Hal-hal yang biasanya dilakukan peneliti dalam rangka menarik kesimpulan tentang temuan penelitian yang dilakukan oleh masing-masing individu, dengan kata lain, dari kesimpulan, yang merupakan langkah terakhir dalam proses penelitian, dan yang mencakup temuan penelitian sebagai serta saran dari setiap peneliti yang relevan dengan topik yang mereka teliti.