

**PENERAPAN ANALISIS KONJOIN UNTUK MENENTUKAN  
PREFERENSI MASYARAKAT KOTA PADANG TERHADAP  
PENGUNAAN JASA OJEK *ONLINE* TAHUN 2019**

**TUGAS AKHIR**

*Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Ahli Madya*



**Oleh**

**SUCI WULANDARI  
NIM.16037052**

**PROGRAM STUDI D3 STATISTIKA  
JURUSAN MATEMATIKA  
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2019**

**PERSETUJUAN UJIAN TUGAS AKHIR**


**PENERAPAN ANALISIS KONJOIN UNTUK MENENTUKAN  
PREFERENSI MASYARAKAT KOTA PADANG TERHADAP  
PENGUNAAN JASA OJEK *ONLINE* TAHUN 2019**

Nama : Suci Wulandari  
NIM/Tahun Masuk : 16037052/2016  
Program Studi : Statistika  
Jurusan : Matematika  
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Padang, 25 Juli 2019

Disetujui oleh:

Pembimbing Tugas Akhir

  
Fitri Mudia Sari, S.Si, M.Si  
NIP. 19881026 201504 2 004

**HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN TUGAS AKHIR**

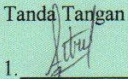
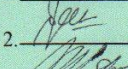

Nama : Suci Wulandari  
NIM/BP : 16037052/2016  
Program Studi : Statistika  
Jurusan : Matematika  
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

**PENERAPAN ANALISIS KONJOIN UNTUK MENENTUKAN  
PREFERENSI MASYARAKAT KOTA PADANG TERHADAP  
PENGUNAAN JASA OJEK *ONLINE* TAHUN 2019**

**Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Statistika Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan  
Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang**

Padang, 25 Juli 2019

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Fitri Mudia Sari, S.Si, M.Si	1. 
2. Anggota	: Dr. Dony Permana, S.Si, M.Si	2. 
3. Anggota	: Dra. Minora Longgom Nst, M.Pd	3. 

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Suci Wulandari  
NIM/TM : 16037052/2016  
Program Studi : Statistika  
Jurusan : Matematika  
Fakultas : MIPA UNP

Dengan ini menyatakan, bahwa Tugas Akhir saya dengan judul **“Penerapan Analisis Konjoin Untuk Menentukan Preferensi Masyarakat Kota Padang Terhadap Penggunaan Jasa Ojek Online Tahun 2019”** adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam tradisi keilmuan. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun di masyarakat dan Negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui oleh,  
Ketua Jurusan Matematika,



Muhammad Subhan, S.Si, M.Si  
NIP.19630605 198703 2 002



Saya yang menyatakan,

Suci Wulandari  
NIM. 16037052/2016

## ABSTRAK

### **Suci Wulandari : Penerapan Analisis Konjoin Untuk Menentukan Preferensi Masyarakat Kota Padang Terhadap Penggunaan Jasa Ojek Online Tahun 2019**

Transportasi di Indonesia terus mengalami perkembangan. Hal ini ditunjukkan dengan munculnya transportasi *online*. Salah satu jenis transportasi *online* yang banyak dijumpai adalah ojek *online*. Saat ini, beberapa merek ojek *online* seperti Go-Jek dan Grab telah mendominasi pasar transportasi dan sebagai penyedia layanan jasa, ojek *online* memiliki berbagai macam fasilitas yang ditawarkan sehingga menimbulkan masalah tersendiri bagi pengusaha ojek *online*. Pengusaha ojek *online* dituntut lebih profesional dan selektif dalam sistem kerjanya agar dapat menarik perhatian konsumen. Maka pengusaha ojek *online* perlu mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi preferensi konsumen dalam menggunakan jasa ojek *online*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan nilai utilitas taraf tertinggi masing-masing atribut, mengetahui kombinasi taraf yang paling disukai dan kurang disukai oleh masyarakat, dan menentukan atribut apa yang paling penting bagi masyarakat dalam menggunakan jasa ojek *online*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang berusia 17 tahun sampai 54 tahun yang tidak gagap teknologi dan yang memesan langsung ojek *online* serta pernah menggunakan ojek *online* minimal 2 kali dengan menggunakan *voluntary sampling*. Data penelitian tergolong data primer yang diperoleh menggunakan kuesioner dan diolah menggunakan analisis konjoin.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai utilitas tertinggi untuk atribut harga adalah harga promo khusus sebesar 19,9375, cara pembayaran secara tunai sebesar 6,8125, pelayanan *driver* yang ramah sebesar 88,5625, dan *driver* menggunakan seragam sebesar 39,6875. Kombinasi yang paling disukai adalah harga promo khusus, tunai, ramah, dan *driver* menggunakan seragam. Sedangkan kombinasi yang paling kurang disukai adalah harga normal, non tunai, kurang ramah, dan *driver* tidak menggunakan seragam. Kemudian atribut yang paling penting bagi masyarakat adalah atribut pelayanan *driver*.

Kata Kunci : Ojek *Online*, Preferensi, Analisis Konjoin

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul **“Penerapan Analisis Konjoin Untuk Menentukan Preferensi Masyarakat Kota Padang Terhadap Penggunaan Jasa Ojek *Online* Tahun 2019”** dengan baik.

Penulisan tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Statistika Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan tugas akhir ini, peneliti banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak yang bersifat membangun, dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi dapat diatasi. Dalam kesempatan ini, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Fitri Mudia Sari, S.Si, M.Si, Penasehat akademik sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dorongan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Dra. Hj. Minora Longgom Nasution, M.Pd dan Bapak Dr. Dony Permana, M.Si, Dosen penguji Tugas Akhir yang telah memberikan masukan dan arahan demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.
3. Ibu Dra. Nonong Amalita, M.Si, Ketua Program Studi Statistika Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang.

4. Bapak Muhammad Subhan, M.Si, Ketua Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang.
5. Bapak-bapak dan Ibu-ibu dosen Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang.
6. Staf Administrasi dan Pustaka Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang.
7. Orangtua yang selalu mendoakan, memberi semangat, nasehat, materi, dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Serta semua pihak yang telah membantu pembuatan Tugas Akhir ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga segala bimbingan, bantuan, dan motivasi yang telah diberikan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik dalam penulisan Tugas Akhir ini, namun peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini. Akhirnya, peneliti berharap agar tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Padang, Juli 2019

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah .....	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	11
A. Preferensi .....	11
B. Jasa.....	12
C. Ojek Online.....	18
D. Analisis Konjoin .....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	34
A. Data .....	34
B. Teknik Pengumpulan Data.....	34
C. Variabel Penelitian.....	36
D. Teknik Analisis Data.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	41
A. Deskripsi Data Penelitian.....	41
B. Analisis Data .....	44
C. Pembahasan.....	51
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	53
A. Kesimpulan .....	53
B. Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	54
<b>LAMPIRAN</b> .....	57

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa dan Indikatornya .....	16
2. Pendekatan Berpasangan.....	22
3. ANOVA Signifikansi Regresi Berganda .....	28
4. Atribut dan Tarafnya.....	36
5. Kombinasi Taraf Setiap Atribut.....	37
6. Format Data Dalam Variabel Dummy .....	38
7. Pengkodean Kombinasi Taraf untuk Setiap Atribut .....	39
8. Persentase Masyarakat yang Merating Kombinasi Atribut .....	43
9. Jumlah Rating untuk Masing-Masing Kombinasi .....	44
10. Uji Kelayakan Model .....	45
11. Uji Keberartian Parameter .....	46
12. Nilai <i>Utility</i> Taraf.....	47
13. Tingkat Kepentingan Atribut .....	49
14. Uji Kesahihan.....	50

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Persentase Responden yang Memberi Rating Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
2. Persentase Responden yang Memberi Rating Berdasarkan Usia.....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Kusioner Pendahuluan .....	58
2. Tabulasi Hasil Kusioner Pendahuluan .....	59
3. Persentase Nilai Kepentingan Atribut.....	60
4. Kusioner Penelitian .....	61
5. Tabulasi Data Responden Terhadap Pilihan Kombinasi Atribut .....	63
6. <i>Output</i> SPSS 16 dari Analisis Linier Berganda .....	66
7. Hasil Perhitungan Analisis Konjoin.....	67

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Transportasi merupakan suatu sistem yang terdiri dari fasilitas tertentu beserta arus dan sistem kontrol yang memungkinkan orang atau barang dapat berpindah dari suatu tempat ketempat lain secara efisien dalam setiap waktu untuk mendukung aktifitas manusia (Setijadji, 2006). Proses transportasi adalah gerakan dari tempat asal pengangkutan dimulai ke tempat tujuan pengangkutan diakhiri. Transportasi memiliki peranan yang penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, karena transportasi merupakan kebutuhan turunan (*derived demand*) akibat aktivitas ekonomi, sosial, dan sebagainya.

Transportasi merupakan salah satu sektor penunjang dalam perekonomian nasional, regional, dan lokal, baik di perkotaan maupun di pedesaan. Sarana transportasi yang ada di darat, laut, maupun udara memegang peranan penting, salah satunya dalam aspek sosial ekonomi melalui fungsi distribusi antara daerah satu dengan daerah yang lain. Distribusi barang, manusia, dan lain-lain akan menjadi lebih mudah dan cepat bila sarana transportasi yang ada berfungsi sebagaimana mestinya, sehingga transportasi dapat menjadi salah satu sarana untuk mengintegrasikan berbagai wilayah di Indonesia (Setiawan, 2016).

Banyak sekali dampak yang ditimbulkan jika tidak ada transportasi. Beberapa diantaranya adalah barang-barang tidak bisa didistribusikan, perekonomian akan macet total, dan lain sebagainya. Hal ini membuktikan bahwa transportasi sangat

dibutuhkan oleh masyarakat modern. Oleh karena itu peranan transportasi terhadap kehidupan manusia sangat penting. Dengan menyadari pentingnya peranan transportasi tersebut, maka lalu lintas dan angkutan jalan harus ditata dalam suatu sistem transportasi nasional secara terpadu dan mampu mewujudkan ketersediaan jasa transportasi yang sesuai dengan tingkat kebutuhan lalu lintas dan pelayanan angkutan yang tertib, nyaman, cepat, lancar dan berbiaya murah (Muhammad:1998).

Transportasi di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal itu dapat dilihat dari sejarah transportasi di Indonesia. Zaman dahulu orang melakukan kegiatan perpindahan dari satu tempat ketempat lain hanya dengan mengandalkan jalan kaki, menggunakan hewan dan kendaraan sederhana untuk membantu mengangkut barang sehingga jumlah barang yang diangkut sangat terbatas dan memerlukan waktu yang sangat lama untuk sampai ke tempat tujuan. Tetapi seiring dengan perkembangan teknologi, sarana transportasi yang ada saat ini sudah jauh berbeda dengan zaman dulu, jumlah sarana transportasi yang ada sekarang terus meningkat setiap tahunnya, memiliki daya angkut dalam jumlah yang besar dan waktu tempuh yang lebih singkat (Arthana, 2013).

Sarana transportasi yang sudah mengalami perkembangan tentu menjadi kebutuhan masyarakat untuk mempermudah aktivitas sehari-hari. Di era modern ini, masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan transportasi sebagai alat penunjang atau alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Oleh karena itu pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba menggaet konsumennya dengan peningkatan

pelayanan, kenyamanan armada, dan lain sebagainya. Di Indonesia banyak dijumpai sepeda motor juga memiliki fungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang atau barang dan memungut biaya yang disepakati, moda transportasi jenis ini dikenal dengan nama ojek (Choirul, 2013).

Ojek atau ojeg adalah transportasi umum tidak resmi di Indonesia yang berupa sepeda motor. Penumpang biasanya hanya satu orang namun kadang bisa berdua. Ojek banyak digunakan oleh penduduk di kota-kota besar karena memiliki kelebihan dibandingkan angkutan lain, yaitu lebih cepat dan dapat melewati sela-sela kemacetan di kota-kota besar. Biasanya ojek mangkal di persimpangan jalan yang ramai, atau di jalan masuk kawasan pemukiman (Firdaus, 2016).

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang serba canggih, beberapa orang melakukan inovasi yang menyangkut teknologi dan transportasi. Salah satunya berkaitan dengan ojek. Inovasi dalam penyediaan jasa transportasi *online* yang diciptakan adalah ojek *online*. Ojek *online* adalah layanan transportasi ojek yang dapat di akses melalui *gadget* ataupun *smartphone*. Setiap pengguna transportasi ojek *online* kini dapat membuka aplikasi khusus ojek *online* di *gadget* atau *smartphone* untuk dapat terhubung atau mengakses ojek *online*.

Damayanti (2013) menjelaskan bahwa, masyarakat pengguna layanan transportasi ojek *online* hampir di semua kalangan, baik usia produktif seperti pelajar, mahasiswa, karyawan, maupun usia yang sudah tidak produktif lagi. Namun, rata-rata masyarakat yang menggunakan jasa ojek *online* dan dapat mengakses aplikasi ojek *online* adalah masyarakat yang melek internet. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII Tahun 2017

mengatakan bahwa, masyarakat yang memiliki komposisi pengguna internet terbesar atau yang melek internet berada pada rentang usia 17-54 tahun dengan persentase sebesar 79,07%. Sedangkan rentang usia 13-16 tahun memiliki persentase sebesar 16,67%, dan usia diatas 54 tahun memiliki persentase sebesar 4,24%.

Dahulu sering kali konsumen merasa tertipu oleh ojek biasa yang memberikan tarif harga yang lebih dan tidak masuk akal. Tetapi sekarang dengan adanya ojek *online* semua menjadi transparan, rute perjalanan dan harganya bisa diketahui lebih dahulu. Jadi semua harga yang harus dibayar penumpang sudah tertera sejak awal, sehingga tidak ada proses tawar menawar lagi dengan *driver*. Terlebih dengan adanya berbagai promo khusus yang ditawarkan oleh pihak ojek *online* (Transonline Watch Indonesia, 2017).

Selain rute perjalanan dan harga yang tertera secara langsung, yang tidak kalah menarik adalah cara pembayaran ojek *online*. Dari segi cara pembayaran, ojek *online* memiliki dua pilihan yang bisa digunakan oleh konsumen yaitu tunai dan non-tunai. Jika konsumen memilih pembayaran secara tunai maka konsumen bisa langsung membayar ditempat sesuai tarif harga yang telah ditetapkan setelah orderan diselesaikan. Namun, jika konsumen memiliki saldo dan ingin menggunakannya maka konsumen dapat memilih non-tunai sehingga pembayaran secara otomatis akan langsung diambil dari saldo *si* konsumen. Cara pembayaran tersebut sepenuhnya menjadi hak konsumen. *Driver* cukup memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen.

Pelayanan merupakan aspek terpenting yang harus diberikan *driver* kepada konsumen, karena jika *driver* ojek *online* memberikan pelayanan yang ramah maka konsumen akan senang untuk berlangganan ojek *online*. Tetapi jika *driver* ojek *online* memberikan pelayanan yang kurang ramah, maka konsumen akan lebih mempertimbangkan lagi apakah akan menggunakan ojek *online* atau tidak. Selain aspek pelayanan, kenyamanan juga harus diperhatikan agar konsumen tidak merasa was-was dengan *driver* ojek *online* dan untuk memastikan identitasnya maka *driver* ojek *online* harus menggunakan seragam lengkap. Walaupun masih ada beberapa *driver* yang tidak menggunakan seragam tetapi jika konsumen tidak merasa keberatan maka pemesanan ojek *online* bisa dilanjutkan. Tetapi jika konsumen merasa keberatan maka konsumen berhak untuk membatalkan pesannya.

Pusat Kajian Komunikasi (PUSKAKOM) UI Tahun 2017 memaparkan bahwa kebutuhan konsumen terhadap layanan ojek *online* memiliki persentase paling tinggi, yaitu sebesar 83%, sisanya tidak menggunakan layanan ojek *online*, kendaraan roda empat hanya sebesar 50%, sisanya tidak menggunakan kendaraan roda empat, jasa pemesanan makanan sebesar 69%, sisanya tidak menggunakan jasa pemesanan makanan dan jasa pengiriman barang sebesar 35%, sisanya tidak menggunakan jasa pengiriman barang. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti mengangkat permasalahan tentang preferensi masyarakat terhadap jasa ojek *online*.

Berdasarkan hasil wawancara kepada 20 masyarakat Kota Padang di Perumnas Belimbing pada tanggal 20 Mei 2019, diperoleh informasi bahwa

masyarakat yang pada umumnya memiliki mobilitas tinggi, lebih memilih menggunakan ojek *online* sebagai solusi dalam menjalankan aktivitasnya dibandingkan dengan menggunakan ojek biasa atau angkutan umum lainnya. Hal ini dikarenakan angkutan umum dinilai masih minim dalam memberikan pelayanan dan kondisi angkutan umum yang masih belum memenuhi harapan masyarakat, serta banyaknya tindak kriminal pada angkutan umum semakin menambah ketidak-nyamanan masyarakat akan angkutan umum konvensional. Dengan alasan tersebut, beberapa masyarakat Kota Padang lebih memilih menggunakan ojek *online* dalam menjalankan berbagai aktivitasnya, karena masyarakat beranggapan bahwa ojek *online* lebih aman, mudah diakses, hemat waktu dan tenaga, semakin sering digunakan maka akan semakin sering mendapat diskon, dan biayanya tidak semahal ojek biasa.

Namun, seperti yang diketahui bahwa saat ini beberapa merek ojek *online* seperti Go-Jek dan Grab telah mendominasi pasar transportasi dan sebagai penyedia layanan jasa, ojek *online* tersebut memiliki berbagai macam fasilitas yang ditawarkan, sehingga menimbulkan masalah tersendiri bagi pengusaha ojek *online*. Pengusaha ojek *online* dituntut lebih profesional dan selektif dalam sistem kerjanya agar dapat menarik konsumen. Sehingga pengusaha ojek *online* perlu mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi preferensi konsumen dalam menggunakan jasa ojek *online*. Hal-hal tersebut dapat dibentuk ke dalam suatu atribut yang berisikan level-level yang sesuai dengan preferensi konsumen.

Setelah dilakukan studi pendahuluan berdasarkan wawancara dan penelitian terdahulu, diperoleh beberapa atribut yang menjadi pertimbangan konsumen

dalam menggunakan jasa ojek *online* diantaranya; Harga, Cara Pembayaran, Pelayanan *Driver*, Identitas *Driver*, Identitas Motor, Keahlian *Driver* Mengemudi, Kemampuan *Driver* Berkomunikasi, Wawasan *Driver*, Ketepatan Waktu Menjemput, Kerahasiaan Data Konsumen, dan Jaminan Kecelakaan. Semua atribut tersebut dapat dikelompokkan dalam lima dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu bukti fisik, empati, kehandalan, cepat tanggap, dan jaminan (Kotler, 2012:284). Berdasarkan atribut tersebut, diperoleh informasi bahwa atribut yang sangat dipentingkan oleh masyarakat dalam menggunakan ojek *online* adalah (1) Harga; (2) Cara Pembayaran; (3) Pelayanan *Driver*; dan (4) Identitas *Driver*. Karena keempat atribut tersebut memiliki nilai persentase paling tinggi dengan kategori sangat penting, masing-masing diantaranya yaitu 85%, 45%, 70%, dan 45%. Untuk mengetahui atribut yang menjadi pilihan konsumen dalam melihat preferensi konsumen terhadap penggunaan jasa ojek *online* dan mengetahui kombinasi atribut apa yang disukai konsumen, dapat dilakukan suatu analisis statistik. Salah satu analisis statistik yang dapat digunakan yaitu Analisis konjoin.

Adapun analisis lain yang dapat digunakan untuk melihat tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu pelayanan atau jasa adalah dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index* atau IPA dan CSI. Analisis ini digunakan untuk mengetahui kepentingan setiap atribut dan mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu pelayanan atau jasa. Namun pada analisis ini hanya mengukur tingkat kepentingan atribut melalui rata-rata, baik itu rata-rata masing-masing atribut maupun rata-rata seluruh atribut. Dan pada analisis ini tidak bisa dibentuk kombinasi taraf yang disukai dan kurang

disukai oleh konsumen. Sedangkan pada analisis konjoin, selain bisa mengetahui tingkat kepentingan atribut melalui nilai *utility*, pada analisis ini juga bisa dibentuk kombinasi taraf dari masing-masing atribut, dan bisa menentukan kombinasi apa yang disukai dan kurang disukai oleh konsumen. Oleh sebab itu analisis ini cocok untuk membantu strategi pemasaran suatu produk, dimana dapat diketahui kombinasi atribut dari suatu produk mana yang akan menjadi pilihan konsumen.

Sebelumnya pernah dilakukan penelitian untuk melihat preferensi konsumen terhadap suatu produk atau jasa menggunakan analisis konjoin. Mulianti (2018), melakukan penelitian tentang Pengguna Ojek *Online* di Kalangan Mahasiswa Sam Ratulangi Manado, diperoleh atribut yang paling banyak dipertimbangkan dan dianggap penting oleh mahasiswa adalah harga. Damayanti (2013), melakukan penelitian tentang Transportasi Berbasis Aplikasi Online: Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi Masyarakat Kota Surabaya, diperoleh atribut yang perlu diutamakan adalah pelayanan ojek *online*. Dewi (2017), melakukan penelitian tentang Penerapan Analisis Konjoin Untuk Menentukan Preferensi Konsumen Terhadap Penggunaan Jasa Ojek *Online*, diperoleh atribut yang dipentingkan oleh konsumen adalah fitur aplikasi. Dari beberapa penelitian tersebut disimpulkan bahwa analisis konjoin dapat digunakan untuk melihat preferensi konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

Analisis Konjoin merupakan teknik multivariat yang digunakan untuk menentukan atau memahami bagaimana responden membentuk keputusan pada sebuah pelayanan berdasarkan pada persyaratan sederhana yang dinilai melalui

utilitas konsumen tentang suatu produk atau jasa atau ide yang dikombinasikan dari beberapa karakteristik atribut.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penelitian ini diberi judul **“Penerapan Analisis Konjoin Untuk Menentukan Preferensi Masyarakat Kota Padang Terhadap Penggunaan Jasa Ojek *Online* Tahun 2019”**

### **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perlu ada batasan masalah agar penelitian ini terarah dengan baik. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang berusia 17 tahun sampai 54 tahun yang tidak gagap teknologi, dan yang memesan langsung ojek *online*, serta pernah menggunakan jasa ojek *online* minimal 2 kali, terkhusus untuk layanan antar-jemput pelanggan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Berapa nilai utilitas taraf tertinggi masing-masing atribut yang berkaitan pada tingkat kepuasan masyarakat terhadap penggunaan jasa ojek *online*?
2. Kombinasi taraf manakah yang paling disukai dan kurang disukai masyarakat dalam menggunakan jasa ojek *online*?
3. Atribut apa yang paling penting bagi masyarakat dalam menggunakan jasa ojek *online*?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menentukan nilai utilitas taraf tertinggi masing-masing atribut yang berkaitan pada tingkat kepuasan masyarakat terhadap penggunaan jasa ojek *online*.
2. Mengidentifikasi kombinasi taraf yang paling disukai dan kurang disukai masyarakat dalam menggunakan jasa ojek *online*.
3. Menentukan atribut yang paling penting bagi masyarakat dalam menggunakan jasa ojek *online*.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian yang dirumuskan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Untuk menambah wawasan peneliti tentang analisis konjoin serta aplikasinya.
2. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya, yaitu membandingkan penelitian ini dengan melihat kepuasan penggunaan jasa ojek *online*.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai utilitas taraf tertinggi pada atribut harga adalah harga promo khusus sebesar 19,9375, pada atribut cara pembayaran adalah tunai sebesar 6,8125, pada atribut pelayanan *driver* adalah ramah sebesar 88,5625, dan pada atribut identitas *driver* adalah *driver* menggunakan seragam sebesar 39,6875.
2. Kombinasi taraf yang paling disukai masyarakat Kota Padang adalah kombinasi dari harga promo khusus, tunai, ramah, dan *driver* menggunakan seragam. Sedangkan kombinasi taraf yang kurang disukai adalah kombinasi dari harga normal, non tunai, kurang ramah, dan *driver* tidak menggunakan seragam.
3. Atribut yang paling penting bagi masyarakat Kota Padang dalam menggunakan jasa ojek *online* adalah atribut pelayanan *driver*, karena memiliki nilai tingkat kepentingan tertinggi sebesar 57,14%.

### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan analisis konjoin dalam permasalahan yang sesuai serta dapat berguna bagi masyarakat dan lembaga tertentu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arthana, Kadek E. 2013. *Studi Peningkatan Prasarana Jalan Lingkar Utara Kota Sragen, Jawa Tengah*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Assael, H. 1992. *Consumer Behaviour and Marketing Action*. Boston : Kent Publishing co.
- Choirul, Nafisa, Tri, 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Konsumen Go-Jek Di Surabaya)*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Damayanti, Slaudiya.A.S. 2013. Transportasi Berbasis Aplikasi Online: Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi Masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal FISIP UNAIR*. Surabaya : Universitas Airlangga.
- Dewi, Komala Anindita. 2017. *Penerapan Analisis Konjoin untuk Menentukan Preferensi Konsumen terhadap Penggunaan Jasa Ojek Online, (Studi Kasus Mahasiswa Institut Pertanian Bogor, Dramaga)*. Skripsi. Bogor: IPB Press.
- Firdaus, F. 2016. Pengaruh Munculnya Ojek Online Terhadap Masyarakat. Karya Ilmiah. *Karya ilmiah*. Bekasi, Jawa Barat. Diambil dari <https://coretancoretankecil12.blogspot.com/2016/03/karya-ilmiah-pengaruh-munculnya-ojek.html>. Di akses pada Maret 2016.
- Hair, Jr., Joseph F., et. al. (2013). *Multivariate Data Analysis. 7<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Prentice- Hall, Inc.
- Hardle, W. 2007. *Multivariate Statistics : Exercises and Solution*. Springer - Verlag:New York.
- Heizer, R & Render, B. 2015. *Operations Maagement : Sustainability and Supply Chain Management 12<sup>th</sup> Edition*. United States: Jhon Wiley and Sons, Inc.
- Kuhfeld, W. 2000. *Conjoint Analisis Examples*. SASA Institue, Inc. Diambil dari <http://www.sawtoothsoftware.com>. Diakses pada 1 Desember 2016.
- Kotler, P. 2000. *Marketing Management, Millenium Edition*. Prentice-Hall, Inc
- Malhotra, Naresh K. 2007. *Marketing Research : An Applied Approach 5<sup>th</sup>*. Prentice-Hall, Inc.
- Mattjik, Ahmad Ansori & Sumertajaya, I Made. 2011. *Sidik Peubah Ganda dengan Menggunakan SAS*. Bogor: IPB Press.