

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN JASA OJEK ONLINE DI KOTA MATARAM

Analysis of Factors Affecting the Demand of Online Motorbike Taxi Service in Mataram

Yogie Prakasa*, Rohani, Hasyim****

***Alumni Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Mataram, Jl Majapahit 62 Mataram**

****Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Mataram, Jl Majapahit 62 Mataram**

Email : prakarsa.yogie@gmail.com, rohani@unram.ac.id, hasyim_husien@unram.ac.id

Abstrak

Jasa transportasi di Kota Mataram menjadi sangat penting ketika masyarakat melakukan berbagai aktivitas. Semakin bertambahnya masyarakat Kota Mataram maka semakin pesat perkembangan jasa angkutan. Jasa Ojek Online sebagai salah satu sarana transportasi terbaru yang berkembang di kota Mataram untuk menunjang mobilitas penduduk. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dengan cara membagikan kuesioner di beberapa kawasan di Kota Mataram. Variabel bebas yaitu tarif, jarak, pendapatan, jumlah anggota keluarga dan kepemilikan kendaraan pribadi serta variabel terikat yaitu permintaan jasa ojek online di Kota Mataram. Analisis data menggunakan regresi linear berganda kemudian data diolah dengan menggunakan SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tarif, variabel pendapatan, variabel jumlah anggota keluarga berkorelasi positif terhadap permintaan jasa ojek online di Kota Mataram, sedangkan variabel jarak dan variabel kepemilikan pribadi berkorelasi negatif. Adapun secara keseluruhan variabel independen berpengaruh sebesar 77.8%, sisanya 22.2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Tarif, Jarak, Pendapatan, Permintaan Ojek Online

PENDAHULUAN

Mataram adalah salah satu kota di Indonesia yang sedang berkembang dengan pesat. Luas wilayah kota Mataram seluruhnya berjumlah kurang lebih 61,30 Km² daratan. Dengan luas tersebut secara otomatis harus ditunjang oleh sarana transportasi yang memadai untuk menunjang mobilitas penduduk, baik untuk melakukan ekonomi maupun aktivitas kehidupan sehari-hari.

Jumlah penduduk Kota Mataram terus mengalami peningkatan setiap tahun. Hal tersebut terlihat dari data yang dilansir Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. Tahun 2015 jumlah penduduk Kota Mataram berada diangka 450.226 jiwa. Angka tersebut mengalami penambahan sebesar jiwa ditahun 2016 menjadi 459.314 jiwa. Untuk menunjang mobilitas keseharian penduduk yang banyak tersebut maka akan mengakibatkan semakin banyaknya jasa transportasi yang harus disediakan baik yang disediakan oleh pemerintah maupun perseorangan maupun swasta. Jasa transportasi yang disediakan oleh pemerintah belum sepenuhnya menyentuh semua bagian dari Kota Mataram, misalnya sampai pada komplek atau gang dalam kota. Maka bermunculanlah jasa transportasi yang dapat menjangkau misalnya ojek.

Dengan kemajuan teknologi informasi yang ada, muncul transportasi umum yang dapat diakses menggunakan gadget. Berawal dari Jakarta sebagai pencetus ojek online di Indonesia, kini ojek online juga telah marak dikalangan warga kota Mataram. Setiap pengguna transportasi ojek kini dapat menggunakan handphone dengan aplikasi khusus untuk dapat mengakses ojek online.

Ojek online tersebut dirasa sebagai transportasi alternatif karena lebih mudah diakses oleh setiap warga kota Mataram. Mereka tidak perlu lagi berjalan kaki ke pangkalan ojek dan hanya perlu

menunggu ojek online menghampiri lokasi tempat mereka berada. Selain itu, aplikasi ojek online memungkinkan calon penumpang berinteraksi dengan pengemudi ojek online. Hal tersebut mempermudah calon penumpang untuk memberitahukan lokasi mereka kepada pengemudi ojek online. Ojek online juga tidak hanya menerima jasa ojek manusia sebagai objeknya, ojek online juga menawarkan jasa pengantaran barang, seperti pemesanan makan siang untuk diantar maupun hanya untuk mengambil barang yang tertinggal untuk kemudian diantarkan sampai kepada pengguna jasa. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan ojek online tersebut membuat para pengguna ojek online meningkat setiap harinya.

Jenis pengangkutan dengan ojek merupakan hal yang tidak asing lagi bagi masyarakat, sehingga masyarakat lebih memilih untuk menggunakan jasa ojek online sehingga ojek pangkalan meresahkan pendapatan yang akan semakin berkurang. Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan penelitian tentang "Analisis Permintaan Jasa Ojek Online di Kota Mataram". Tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui karakteristik pengguna ojek online di Kota Mataram dan juga untuk mengetahui pengaruh tarif, jarak, pendapatan, jumlah anggota keluarga dan kepemilikan kendaraan pribadi terhadap permintaan jasa ojek online di Kota Mataram secara simultan dan parsial.

TINJAUAN PUSTAKA

Perkembangan transportasi

Menurut Wahab (2005) dalam (Budiarto, 2013), banyak Negara berkembang termasuk Indonesia menghadapi permasalahan transportasi dan beberapa diantaranya sudah berada dalam tahap kritis. Permasalahan yang terjadi bukan saja disebabkan oleh terbatasnya sarana dan prasarana yang ada, tetapi juga dengan permasalahan lain seperti pendapatan rendah, urbanisasi yang cepat, terbatasnya sumber daya terutama dana.

Aspek yang mempengaruhi kebutuhan transportasi

Beberapa hal yang mempengaruhi kebutuhan transportasi adalah sebagai berikut (Wahab, 2005) dalam (Budiarto, 2013) :

1. Jumlah penduduk Jumlah penduduk mempunyai hubungan langsung secara kuantitas dengan kebutuhan pergerakan. Semakin banyak kebutuhan pergerakan manusia maupun barang maka akan semakin banyak pula penggunaan sepeda motor dan mobil sebagai moda transportasi darat.
2. Strata penduduk (usia dan jenis kelamin) Dilihat dari sisi usia, anak-anak, remaja, pekerja, penganggur, orang tua dan orang cacat mempunyai tingkat permintaan pergerakan yang tidak sama. Demikian juga dengan perbedaan jenis kelamin akan menyebabkan kebutuhan terhadap pergerakan berbeda pula.
3. Jumlah keluarga Jumlah keluarga dalam satu rumah juga akan berpengaruh secara langsung akan kebutuhan pergerakan. Semakin banyak jumlah anggota keluarga makan akan semakin banyak pula penggunaan sepeda motor dan mobil sebagai alternative transportasi darat.
4. Pendapatan Jumlah pendapatan kadang juga terkait secara linier dengan jumlah permintaan pergerakan. Semakin besar pendapatan maka permintaan pergerakan juga akan cenderung meningkat.

5. Status social dan ekonomi kepala keluarga Status sosial dan ekonomi keluarga juga dapat dianggap berkaitan dengan permintaan pergerakan. Semakin tinggi status ekonomi kepala keluarga secara tidak langsung akan semakin besar keinginan untuk pemenuhan kebutuhan akan pergerakan.

Pengertian ojek online

Ojek online merupakan angkutan umum yang sama dengan ojek pada umumnya, yang menggunakan sepeda motor sebagai sarana pengangkutan namun ojek online dapat dikatakan lebih maju karena telah terintegrasi dengan kemajuan teknologi. Ojek online merupakan ojek sepeda motor yang menggunakan teknologi dengan memanfaatkan aplikasi pada smartphone yang memudahkan pengguna jasa untuk memanggil pengemudi ojek.

Pengertian Regresi

Pengertian regresi secara umum adalah sebuah alat statistik yang memberikan penjelasan tentang pola hubungan (model) antara dua variabel atau lebih. Dalam analisis regresi dikenal dua jenis variabel yaitu :

1. Variabel respon disebut juga variabel dependen yaitu variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel lainnya (terikat) dan dinotasikan dengan Y. Dalam kasus ini yang menjadi variabel Y ada adalah permintaan ojek online
2. Variabel prediktor disebut juga dengan variabel independen yaitu variabel yang tidak dipengaruhi variabel lainnya (bebas) dan dinotasikan dengan X.

Dalam kasus ini yang menjadi variabel X adalah :tarif, jarak, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan jumlah kepemilikan kendaraan pribadi

METODE PENELITIAN

Dalam hal ini kegiatan penelitian ini dilakukan di Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Untuk mendapatkan sampel data sebesar 400 sampel, survey dilaksanakan dalam interval waktu 1 sampai dengan 2 bulan, dengan lokasi survey dilakukan di kota mataram dengan sampel masyarakat kota Mataram yang pernah menggunakan ojek online.

Cara Pelaksanaan Survey

Penelitian ini menggunakan 5 orang surveyor yang disebar di beberapa titik kawasan di kota Mataram yaitu kawasan sekolah, kawasan perdagangan, kawasan perkantoran dan kawasan lainnya yang kemungkinan penggunaan ojek onlinenya tinggi. Sebelum memberikan kuisisioner kepada responden, surveyor harus menanyakan terlebih dahulu apakah responden tersebut pernah menggunakan ojek atau tidak, jika pernah maka surveyor memberikan lembaran kuisisioner kepada responden serta mendampingi dan membimbing responden dalam menjawab kuisisioner tersebut.

Definisi Operasional Variabel

1. Permintaan jasa ojek (Y)

Berapa kali penggunaan yang dilakukan pengguna jasa ojek (konsumen) pada 1 bulan terakhir.

2. Tarif atau Harga (X1)

Tarif atau harga merupakan harga atas jasa transportasi yang harus dibayar oleh responden dalam menggunakan jasa ojek dalam satu kali perjalanan di Kota Mataram yang dinyatakan dalam satuan rupiah per satu kali perjalanan.

3. Jarak (X2)

Jarak adalah seberapa jauh perjalan yang akan ditempuh, dalam hal ini di ukur dalam satuan kilometer (km).

4. Pendapatan (X3)

Pendapatan merupakan keseluruhan jumlah penerimaan responden selaku pengguna jasa ojek kota Mataram dalam sebulan yang dinyatakan dalam satuan rupiah per bulan.

5. Jumlah Anggota keluarga (X4)

Jumlah keluarga adalah jumlah individu yang menjadi tanggungan kepala keluarga yang berada dalam satu rumah tangga atau keluarga..

6. Kepemilikan kendaraan pribadi (X5)

Kepemilikan kendaraan pribadi adalah variable dummy yang dinyatakan berdasarkan Ya atau Tidak. Ya berarti responden memiliki kendaraan pribadi yang dan dihitung dalam bentuk dummy yaitu 1. Tidak berarti responden tidak memiliki kendaraan pribadi dan dihitung dalam bentuk dummy yaitu 0.

Metode Penarikan Sampel

Untuk menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model rumus Slovin (Umar, 2000) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana : N = jumlah sampel, n = jumlah populasi, e = error (% yang dapat ditoleransi terhadap ketidak tepatan penggunaan sampel sebagai pengganti populasi).

Kota Mataram memiliki populasi sebesar 459.314 jiwa

$$n = \frac{459.314}{(1+459.314 \times 0,05^2)} = 399,652 \quad (\text{dibulatkan } 400)$$

Analisis Data

Metode analisis yang dipergunakan adalah model ekonometrika dengan menggunakan perhitungan secara regresi linier berganda yaitu :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Dimana : Y = Permintaan ojek online, X1 = Tarif, X2 = Jarak, X3 = Pendapatan, X4 = Jumlah anggota keluarga, X5 = Jumlah kendaraan pribadi, a = Nilai konstanta, b = Nilai koefisien regresi

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat.

Uji Parsial (Uji T)

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil perhitungan regresi linear berganda mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap pengguna jasa ojek online di Kota Mataram secara terperinci dapat dilihat pada Tabel 1:

Tabel 1. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.882a	0.778	0.775	2.12087

a. Predictors: (Constant), Kepemilikan Kendaraan Pribadi, Tarif, Jumlah Anggota Keluarga, Pendapatan, Jarak

Uji anova atau F tes menjelaskan apakah variasi nilai variabel bebas dapat menjelaskan variasi nilai variabel terikat menggunakan besarnya nilai F seperti pada Tabel 2:

Tabel 2. Uji Anova

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	df	Mean square	F	Sig
1	Regression	6200.689	5	1240.138	275.705	.000b
	Residual	1772.249	394	4.498		
	Total	7972.938	399			

a. Dependent Variable

b. Predictor: (Contant, Kepemilikan kendaraan pribadi, tarif, jumlah anggota keluarga, Pendapatan, Jarak

Tabel 3. Coefficients

Coefficients a						
Model		Unstandarzed B	Coeffienents Std Error	Standardized Coefficien Beta	t	Sig
1	(Constan)	-35.817	1.916		-18.694	0.000
	Tarif	4.359	0.125	0.957	34.997	0.000
	Jarak		-0.817	-0.506	-18.99	0.000
	Pendapatan		0.34	0.007	0.269	0.788
	Jumlah Anggota Keluarga		0.201	0.057	2.35	0.019
	Kepemilikan Kend Pribadi		-1.66	-0.095	-3.959	0.000

a. Dependent Variabel Permintaan Jasa Ojek Online

Dari Tabel 3 diatas diperoleh model sebagai berikut: $Y = 0 + (0.957X_1) + (-0,506X_2) + (0.007X_3) + (0,057X_4) + (-0.95X_5)$

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Dari hasil regresi pengaruh variabel tarif (X1), jarak (X2), pendapatan (X3), jumlah anggota (X4) dan kepemilikan kendaraan pribadi (X5) terhadap pengguna jasa ojek online di kota Mataram diperoleh R^2 dengan nilai sebesar 0.7

77,8 (pada Tabel 1 model summary). Hal ini berarti variabel independen yaitu, tarif (X1), jarak (X2), pendapatan (X3), jumlah anggota (X4) dan kepemilikan kendaraan pribadi (X5) berpengaruh sebesar 77,8% terhadap permintaan jasa ojek online (Y) di kota Mataram.

Hasil Uji Keseluruhan (F-Test)

Dari hasil regresi Tabel 2, pengaruh variabel tarif (X1), jarak (X2), pendapatan (X3), jumlah anggota (X4) dan kepemilikan kendaraan pribadi (X5) terhadap permintaan jasa ojek online (Y) di Kota Mataram, diperoleh nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel tarif, jarak, pendapatan, jumlah anggota keluarga dan kepemilikan kendaraan pribadi mampu menjelaskan variasi permintaan jasa ojek online di Kota Mataram.

Hasil Uji Parsial (T-Test)

Hasil estimasi untuk variabel tarif (X1) diperoleh nilai T-hitung sebesar 34,897 dengan signifikansi T sebesar 0,001 dengan menggunakan signifikansi (α) 5%, maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,6478. Maka diperoleh T-hitung (34,897) > T-tabel (1,6487) menunjukkan bahwa tarif berpengaruh terhadap permintaan jasa ojek online di Kota Mataram dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Nilai T positif menunjukkan bahwa variabel tarif (X1) mempunyai hubungan yang searah dengan variabel (Y).

Hasil estimasi untuk variabel jarak (X2) diperoleh nilai t-hitung sebesar -18,990 dengan signifikansi T sebesar 0,000 dengan menggunakan signifikansi (α) 5% dan df (*degree of freedom*) sebesar 400, maka diperoleh nilai T-tabel sebesar 1,6478. Maka diperoleh t-hitung (18,990) > T-tabel (1,6487) menunjukkan bahwa jarak berpengaruh terhadap permintaan jasa ojek online di Kota Mataram dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Nilai t negatif menunjukkan bahwa variabel jarak (X2) mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan variabel (Y).

Hasil estimasi untuk variabel pendapatan (X3) diperoleh nilai T-hitung sebesar 0,269 dengan signifikansi T sebesar 0,788 dengan menggunakan signifikansi (α) 5% dan df (*degree of freedom*) sebesar 400, maka diperoleh nilai T-tabel sebesar 1,6478. Sehingga T-hitung (0,269) < T-tabel (1,6487) menunjukkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap permintaan jasa ojek online di Kota Mataram dengan tingkat kepercayaan 95%. Nilai T positif menunjukkan bahwa variabel pendapatan (X3) mempunyai hubungan yang searah dengan variabel (Y).

Hasil estimasi untuk variabel jumlah anggota keluarga (X4) diperoleh T-hitung sebesar 2.350 dengan signifikansi T sebesar 0,19 dengan menggunakan signifikansi (α) 5% dan df (*degree of freedom*) sebesar 400, maka diperoleh nilai T-tabel sebesar 1,6478. Sehingga T-hitung (2.350) > T-tabel (1,6487) menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan jasa Ojek online di Kota Mataram dengan tingkat kepercayaan 95%. Nilai T positif menunjukkan bahwa variabel jumlah anggota keluarga (X4) mempunyai hubungan yang searah dengan variabel (Y).

Hasil estimasi untuk variabel kepemilikan kendaraan pribadi (X5) diperoleh T-hitung sebesar -3,959 dengan signifikansi T sebesar 0,584 dengan menggunakan signifikansi (α) 5% dan df (*degree of freedom*)

sebesar 400, maka diperoleh nilai T-tabel sebesar 1,6478. Sehingga T-hitung (3,959) > T-tabel (1,6487) menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan jasa Ojek online di Kota Mataram dengan tingkat kepercayaan 95%. Nilai T negatif menunjukkan bahwa variabel kepemilikan kendaraan pribadi (X5) mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan variabel (Y).

Interpretasi Hasil

Tarif (X1)

Berdasarkan dari Tabel 3 diketahui bahwa tarif memiliki pengaruh yang berkorelasi positif terhadap permintaan jasa ojek online. Hal tersebut dilihat dari nilai t-hitung tarif sebesar 34,897, artinya apabila terjadi peningkatan pada tarif maka permintaan jasa ojek online mengalami kenaikan. Hal tersebut tidak sesuai dengan teori permintaan yang menyatakan bahwa apabila harga mengalami kenaikan maka permintaan cenderung menurun begitupun sebaliknya. Hal ini disebabkan karna berdasarkan wawancara dilapangan dengan responden, tarif ojek online saat ini memang terbilang masih sangat murah. Oleh sebab itu jika biaya yang dikeluarkan dalam perjalanan menggunakan ojek online mengalami kenaikan, konsumen memilih menggunakan ojek online sebagai pilihan jasa transportasi karena tarifnya masih terbilang sangat murah dan lebih mudah diakses dibandingkan jasa angkutan yang lainnya.

Jarak (X2)

Berdasarkan dari Tabel 3 diketahui bahwa jarak memiliki pengaruh yang berkorelasi negatif terhadap permintaan jasa ojek online. Hal tersebut dilihat dari nilai t-hitung jarak sebesar -18.990, artinya apabila terjadi peningkatan pada jarak maka permintaan jasa ojek online mengalami penurunan. Untuk keadaan di lapangan sendiri jarak yang relatif dekat dengan kisaran (0-5km) lebih banyak melakukan permintaan jasa ojek online. Akan tetapi tidak selamanya jarak mempengaruhi permintaan jasa ojek online, karena meskipun jarak tempuh jauh biasanya pengguna jasa ojek online akan tetap menggunakan jasa ojek online tersebut, hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan terhadap responden. Sebab salah satu kelebihan dari ojek online, ojek sudah mudah di akses dimanapun karna ketersediaan drivernya sudah mencapai luar kota mataram.

Pendapatan (X3)

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa pendapatan memiliki pengaruh yang berkorelasi positif terhadap permintaan jasa ojek online. Hal tersebut dilihat dari nilai t-hitung pendapatan sebesar 0.269, artinya apabila terjadi peningkatan pada pendapatan maka permintaan jasa ojek online mengalami kenaikan. Hal tersebut sesuai dengan teori permintaan yang menyatakan bahwa apabila tingkat pendapatan pemakai jasa transportasi makin meningkat, maka permintaan jasa transportasi makin meningkat pula, karena kebutuhan melakukan perjalanan makin meningkat. Jika melihat pada kecenderungan yang ada di lapangan bahwa masyarakat yang memiliki pendapatan tinggi tidak ingin susah mencari akses ojek konvensional. Mereka lebih memilih untuk menggunakan angkutan lainnya yang lebih efektif dan tidak harus bersusah payah menunggu atau mencari pangkalan ojek konvensional terlebih dahulu.

Jumlah anggota keluarga (X4)

Berdasarkan pada Tabel 3 diketahui bahwa jumlah anggota keluarga memiliki pengaruh yang berkorelasi positif terhadap permintaan jasa ojek online. Hal tersebut dilihat dari nilai t-hitung jumlah anggota keluarga sebesar 2,350, artinya apabila terjadi peningkatan pada jumlah anggota keluarga maka permintaan jasa ojek online mengalami kenaikan terhadap permintaan jasa ojek online selama satu bulan terakhir. Hal ini sesuai dengan teori permintaan yang menyatakan bahwa semakin banyak jumlah anggota keluarga maka akan semakin banyak pula penggunaan sepeda motor dan mobil sebagai alternative transportasi darat.

Kepemilikan kendaraan pribadi (X5)

Berdasarkan pada Tabel 3 kepemilikan kendaraan pribadi mempunyai pengaruh yang negatif terhadap permintaan jasa ojek online selama satu bulan terakhir. Hal tersebut dapat dilihat dari T hitungnya yang bernilai sebesar -3,959. Artinya apabila terjadi peningkatan pada jumlah kepemilikan kendaraan pribadi maka permintaan jasa ojek online mengalami penurunan. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan apabila masyarakat banyak menggunakan angkutan atau kendaraan pribadi, maka permintaan terhadap jasa angkutan umum akan menurun, dan demikian sebaliknya. Apabila melihat kondisi di lapangan masyarakat yang memiliki kendaraan pribadi, memiliki lebih banyak pilihan angkutan. Namun, umumnya kendaraan pribadi menjadi pilihan utama dalam melakukan perjalanan. Karena salah satu alasan utama dibalik rendahnya penggunaan transportasi publik seperti angkutan kota ialah adanya ketergantungan dalam menggunakan kendaraan pribadi. Hal tersebut sangat rasional sebab kendaraan pribadi dianggap lebih efektif dibanding menggunakan sarana transportasi ojek online.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Karakteristik pengguna ojek online di kota Mataram berdasarkan jenis kelamin perempuan dengan nilai sebesar 58%, sementara kelompok umur 19-24 sebesar 71,5%, berdasarkan jenis pekerjaan pengguna ojek online di kota Mataram lebih banyak mahasiswa dengan nilai sebesar 59,5%. Berdasarkan pendapatan pengguna dengan pendapatan Rp 100000 – Rp 800000 sebesar 57,75%, serta berdasarkan status menikah, pengguna ojek online didominasi oleh yang belum menikah sebesar 86%. Permintaan jasa ojek online di Kota Mataram dipengaruhi oleh faktor pendapatan, tarif, jarak dan kepemilikan kendaraan pribadi sebesar 77,8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi. Memiliki keeratan variabel independent dan dependen kuat dengan nilai R sebesar 0,88, Variabel tarif, pendapatan, jumlah anggota keluarga berkorelasi positif dengan nilai T hitung masing-masing sebesar 34,897 ; 0.269 ; 2,350.

Saran

Diharapkan kepada perusahaan agar dapat memberi rute dan pembagian wilayah jangkauan yang sesuai dengan rute yang dibutuhkan oleh konsumen pengguna jasa ojek online, diharapkan pemerintah kota Mataram dapat menunjang regulasi dalam mengatur penyediaan jasa transportasi, yakni dengan

azas keadilan karena masih banyaknya jasa transportasi lainnya misalnya ojek konvensional, angkutan kota dan sebagainya, perlu dipertimbangkan faktor – faktor lain diluar dari faktor – faktor yang dianalisis pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kota Mataram. (2017). Kota Mataram Dalam Angka 2017. Mataram : Badan Pusat Statistik.

Budiarto, A. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor di Kota Semarang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.

Darmanto, A. (2014). Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Transportasi Penyeberangan antar Pulau di Kota Raha. Skripsi tidak publikasikan. Makassar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Islam, A., K. (2013). Analisis Faktor-faktor Penentu Pemilihan Kendaraan Pegawai Di Kota Makassar. Skripsi tidak dipublikasikan. Fakultas Ekonomi. Makassar. Universitas Hasanuddin.

Karissa, C., H. (2011). Analisis Permintaan Jasa Kereta Api: Studi Kasus Kereta Api Eksekutif Harlina trex Semarang-Bandung dan Kereta Api Eksekutif Argo Muria trex Semarang-Jakarta. Semarang. Universitas Diponegoro.

Morlok, E., K. (1984). Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi. Jakarta, Erlangga.

Mutaqdir, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Angkutan Kota di Kabupaten Pangkep. Makassar. Universitas Hasanudin.

Priyatno, D. (2011). Buku Saku Analisis Statistik Data dengan SPSS. Yogyakarta. Mediakom.

Rossita. (2001). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap mobil bekas di kotamadya medan. Skripsi tidak dipublikasikan. Medan, Universitas Sumatera Utara.

Santoso, S. (2015). Menguasai SPSS 22. Jakarta, Gramedia.

Sugiyono. (2013). Statistika Untuk Penelitian. Bandung, Alfabeta.

Suharno, T., S. (2006). Teori Mikroekonomi. Surakarta, Andi.

Tamin, O., Z. (2000). Perencanaan dan Pemodelan Transportasi, Edisi kedua, Bandung, Institut Teknologi Bandung.

Undang-Undang Republik Indonesia No 22 Tahun 2009, (2009). Tentang Lalu Lintas dan Angkutan JalaN. Jakarta.

Undiyatami, E., A. (2017). Model Kebutuhan Parkir Pada Hotel Aston Inn Mataram. Mataram, Universitas Mataram.