

Analisis Faktor-Faktor Keputusan Penggunaan Aplikasi Transportasi Online MyBlueBird Di Kota Bekasi

Isza Fitri Febriani¹✉, Arif Fadilah²

Manajemen, Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi transportasi online MyBlueBird. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan sampel menggunakan rumus Taro Yamane dengan presentasi kelonggaran 10% dan teknik sampling yang digunakan adalah teknik non probabilitas, populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.000.000 dan sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa keputusan penggunaan aplikasi MyBlueBird di Kota Bekasi diketahui terdapat 20 indikator yang memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan setelah dilakukan analisis faktor kemudian terbentuk 17 faktor yang memenuhi syarat dan terdapat 5 faktor yaitu faktor tingkat kesulitan 23.725%, faktor minat menggunakan 15.704%, faktor kontrol dan pengawasan 6.810%, faktor dampak bagi pengguna 5.635%, faktor efektivitas 5.336%. Faktor tingkat kesulitan memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan faktor lainnya maka dapat dikatakan bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi MyBlueBird yaitu faktor tingkat kesulitan sebesar 23.725%.

Kata Kunci: Keputusan Penggunaan

Abstract

This study aims to determine, analyze, and explain the factors that influence the decision to use the MyBlueBird online transportation application. The type of research used in this study is quantitative with a descriptive approach and the sample uses the Taro Yamane formula with a 10% allowance presentation and the sampling technique used is a non-probability technique, the population in this study is 1,000,000 and the sample is 100 respondents. Based on the results of research and discussion, it can be concluded that the decision to use the MyBlueBird application in the City of Bekasi is known to have 20 indicators that have an influence on the decision to use after a factor analysis is carried out, then 17 factors are formed that meet the requirements and there are 5 factors, namely the difficulty level factor of 23.725%, the interest factor in using 15.704%, control and supervision factor 6.810%, impact factor for users 5.635%, effectiveness factor 5.336%. The difficulty level factor has the highest value compared to other factors, so it can be said that the most dominant factor influencing the decision to use the MyBlueBird application is the difficulty level factor of 23.725%.

Keywords: Usage Decision.

Copyright (c) 2019 Isza Fitri Febriani

✉ Corresponding author :

Email Address : Isza@gmail.com

PENDAHULUAN

Pergerakan dan perjalanan adalah kebutuhan manusia untuk tetap melakukan pergerakan dan mendukung berbagai aktivitas dari satu tempat ke tempat lain, sehingga setiap orang memiliki tindakan yang berbeda-beda, dan dapat menimbulkan masalah, seperti masalah dalam pelayanan transportasi. Secara umum, transportasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap aktivitas baik secara individu, politik di dalam negara, bisa pula dari sosial dan juga ekonomi.

Transportasi merupakan salah satu sarana dan juga prasarana, sehingga perkembangan ekonomi di dalam sebuah negara itu bisa menjadi dorongan pertumbuhan ekonomi untuk lebih maju. Transportasi itu di anggap hal yang penting bisa terlihat dari seberapa meningkat permintaan layanan angkutan transportasi, untuk pribadi, dan angkutan logistik baik dari dalam maupun dari luar negeri.

Berdasarkan data yang didapat dari Badan Pusat Statistik (2020) yang menunjukkan bahwa terdapat peningkatan sektor transportasi di Indonesia dengan beberapa jenis transportasi seperti mobil penumpang, mobil bus, mobil barang, dan sepeda motor yang dimulai dari tahun 2017 hingga tahun 2019. Hal ini menunjukkan adanya potensi berkembangnya sektor transportasi lebih luas lagi.

Transportasi adalah salah satu jasa untuk menolong seseorang dan juga barang untuk diangkut dan dipindahkan dari sebuah tempat kepada tempat yang lain. Transportasi juga mempunyai peran yang strategis untuk mendorong berkembangnya ekonomi secara lingkup nasional, disisi lain pula industri ini bisa pula di sebut bidang perdagangan seperti halnya sektor yang mendorong ekonomi lainnya. Apabila dilihat berkembangnya sarana dari transportasi di negara Indonesia, maka dapat dilihat bahwasannya negara ini telah mengalami perkembangan yang pesat dan sebuah kemajuan yang signifikan. Maka dengan hal tersebut akan meningkatkan kebutuhan masyarakat luas akan transportasi, terutama untuk mereka yang tidak mempunyai transportasi pribadi seperti mobil. Maka dapat menggunakan transportasi dengan pergi ke halte, terminal dan pangkalan dan bisa pula menunggu jalur yang akan dilewati transportasi umum yang biasa lewati.

Berdasarkan data yang didapat dari medianeliti.com (2021) terdapat alasan yang disediakan kebanyakan pengguna memilih menggunakan transportasi publik karena alasan murah yaitu sebanyak 42,22% sedangkan alasan terbanyak setelah murah ialah karena alasan cepat yaitu sebesar 32,22%. Persentase penggunaan transportasi publik terendah yaitu dengan alasan aman sebesar 3,33%. Kebanyakan pengguna transportasi publik memang lebih mempertimbangkan sisi ekonomi dalam pemilihan moda transportasi untuk melakukan aktivitasnya.

Angkutan umum merupakan bagian yang tak terpisahkan dari sistem transportasi kota, dan merupakan komponen yang perannya sangat signifikan karena kondisi sistem angkutan umum yang jelek akan menyebabkan turunnya efektivitas maupun efisiensi dari sistem transportasi kota secara keseluruhan. Namun mengingat perkembangan teknologi saat ini yang semakin kompleks, hal tersebut sepertinya dinilai belum terlalu inovatif. Maka dengan begitu muncul sebuah inovasi munculnya transportasi yang bisa diakses dengan sistem online.

Berikut ini adalah data total unduhan aplikasi transportasi online:

Tabel 1. Total Unduhan Aplikasi Transportasi Online

Nama	Total Unduhan	Rating
Gojek	50 juta	4,2
Grab	100 juta	4,4

MyBlueBird	1 Juta	4,3
------------	--------	-----

Sumber: Google PlayStore (2021)

Berdasarkan Tabel 1 di atas terdapat 3 aplikasi transportasi online yang terpercaya di Indonesia diantaranya adalah Gojek, Grab, dan MyBlueBird. Dari data tersebut menunjukkan bahwa aplikasi MyBlueBird memiliki pengunduh paling sedikit dibandingkan dengan aplikasi transportasi online lainnya.

Berdasarkan data yang didapat dari similarity.com (2021) menunjukkan bahwa total unduhan aplikasi MyBlueBird mengalami penurunan dalam kurun waktu sebulan terakhir yaitu pada bulan Juni. Saat ini pada tahun 2021 total pengunduh aplikasi MyBlueBird pada playstore adalah 1 juta pengguna.

Adapun beberapa perusahaan yang bergerak di bidang angkutan umum yang saat ini mempegunakan layanan online ini dengan cara digabungkannya mode transportasi dengan internet yakni Blue Bird yang sudah tersebar di banyak kota di seluruh Indonesia. Transportasi online ini merupakan sebuah awal perusahaan ekonomi berbasis kreatif yang menggabungkan teknologi informasi dan juga komunikasi. Tuntutan yang tinggi dari masyarakat untuk beralih dari moda transportasi tradisional melalui smartphone ke moda transportasi berbasis aplikasi merupakan bentuk perubahan sosial di masyarakat dengan harapan dapat mempermudah penggunaan transportasi.

Berikut adalah beberapa perusahaan taksi yang termasuk dalam Top Brand Indonesia:

Tabel 2. Top Brand Indonesia Taxi

Merek	2017	2018	2019	2020
Blue Bird	57,3%	58,6%	53,1%	60,8%
Express	12,9%	13%	10,5%	12,7%
Taxiku	6,4%	5,7%	7,9%	-
Bosowa	4,5%	5,5%	7,8%	8,8%
Gemah Ripah	1,9%	-	-	4,2%
Cipaganti	-	4%	4,6	-

Sumber: Top Brand Indonesia (2021)

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa merek Blue Bird masih jadi pemimpin top brand indonesia. Pada tahun 2019 blue bird sempat mengalami penurunan sebesar 5,5 % dari tahun sebelumnya. Namun pada tahun 2020 terjadi peningkatan sebesar 7,7%.

PT Blue Bird Tbk (Bluebird) didirikan pada tanggal 29 Maret 2001. Bluebird merupakan pelopor operator taksi dengan armada terbesar di Indonesia, meliputi Jabetabek, Bali, Bandung, Cimahi, Batam, Cilegon, Lombok, Manado, Medan, Padang, Pekanbaru, Palembang, Semarang, Surabaya, Yogyakarta, Makassar dan Bangka Belitung, baik di pusat bisnis maupun di daerah tujuan wisata. Bluebird menyediakan taksi dan armada pengangkutan kualitas premium yang dilengkapi dengan sistem argometer dan Global Positioning System (GPS) untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada para pelanggan. Upaya peningkatan kepuasan pelanggan tersebut disertai dengan kemudahan akses informasi dan layanan melalui aplikasi My Bluebird.

Segmen operasi pada bluebird terbagi menjadi 2, yakni segmen taksi dan non taksi. Segmen taksi terdiri dari layanan taksi reguler dan taksi eksekutif, sedangkan segmen non-taksi terdiri dari limosin dan sewa mobil, serta bus. Berikut adalah jumlah armada taksi reguler dan taksi eksekutif.

Tabel 3. Jumlah Armada Taksi BlueBird

Jenis Taksi	2017	2018	2019	2020
-------------	------	------	------	------

Taksi Reguler	22.411	22.100	20.663	16.963
Taksi Eksekutif	973	1.091	883	1.131
Total Armada	23.384	23.191	21.516	18.904

Sumber: Laporan Tahunan BlueBird (2021)

Berdasarkan Tabel 3 terdapat data yang menunjukkan bahwa pada tahun 2020 jumlah armada taksi reguler mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Namun taksi eksekutif justru mengalami peningkatan hingga akhir tahun 2020.

Bluebird berusaha untuk terus melanjutkan inovasi yang telah dilakukan. Dan kemampuan dalam berinovasi menjadikan kami tetap terdepan di industri transportasi. Bluebird terus mengembangkan fungsi digital yang telah ada untuk memberikan kemudahan, kenyamanan dan nilai tambah bagi pelanggan.

Perusahaan ini yang menyediakan layanan yang berbasis dari aplikasi. karena masyarakat ingin mereka lebih cepat memahami zaman dan beradaptasi dengan hal-hal baru dengan lebih cepat. Taksi Blue Bird banyak dijumpai di area terminal, stasiun, mall, universitas maupun perkantoran di Kota Bekasi.

Umumnya, para pengguna layanan ini banyak membeli dan juga memilih sebuah produk dengan berdasarkan nilai pribadi, universal, dan juga produk yang berkaitan. Nilai universal ini berkaitan dengan nilai yang memenuhi apa yang sedang di butuhkan oleh konsumen, sedangkan nilai pribadi berkaitan apa yang bisa memenuhi kebutuhan para pelanggan. Untuk hal yang berkaitan dengan pemasaran, terdapat perbedaan antara, kebutuhan (needs) dan keinginan (wants). Hal ini dapat digambarkan melalui pendapatan netto operasional taksi reguler dan taksi eksekutif dibawah ini.

Berdasarkan data yang didapat dari Laporan Tahunan Bluebird (2021) menunjukkan bahwa jumlah pendapatan neto yang diperoleh segmen operasi taksi sepanjang tahun 2020 adalah sebesar Rp 1,47 triliun yang dimana nilai ini mengalami penurunan sebesar 54,20% atau senilai Rp1,74 triliun dari tahun 2019 yang sebesar Rp3,22 triliun. Pandemi Covid 19 yang terjadi sejak Maret 2020 jelas berpengaruh signifikan terhadap menurunnya pendapatan Blue Bird sepanjang tahun.

Untuk terpenuhinya sebuah kebutuhan, maka pengguna layanan khususnya Blue Bird yang berbasis transportasi online harus dengan proses mengambil sebuah keputusan hingga akhirnya memilih sebuah destinasi pilihan. Keputusan untuk membeli dari para pengguna atau konsumen dapat meliputi kebutuhan identifikasi, mengambil informasi, alternatif dalam evaluasi, keputusan untuk membeli dan juga perilaku ketika sudah membeli. Maka dengan pengambilan keputusan yang benar para pengguna yang membutuhkan layanan online bisa membuat berbagai pilihan dengan memakai layanan transportasi online dalam memenuhi kebutuhannya serta mobilitasnya.

Dilansir dari beberapa sumber terdapat data yang menunjukkan bahwa total pool Blue Bird yang ada di Bekasi ada 19 pool, angka ini merupakan angka yang cukup tinggi. Banyaknya pool yang tersedia di Bekasi menunjukkan banyaknya pengguna taxi di Bekasi serta tingginya minat masyarakat Bekasi dalam menggunakan transportasi taxi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menjadikan masyarakat Bekasi sebagai studi kasus yang akan diteliti.

Untuk mengetahui keputusan penggunaan aplikasi MyBlueBird pada masyarakat kota Bekasi, peneliti melakukan pra penelitian keputusan penggunaan aplikasi MyBlueBird pada masyarakat kota Bekasi yang merupakan pengguna aplikasi MyBlueBird dan minimal sudah melakukan 1 kali transaksi pemesanan taxi. Hasil dari pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa indikator yang memiliki skor tinggi pada jawaban yang cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju diantaranya adalah indikator fleksibilitas

penggunaan, mudah dipahami, mudah digunakan, kemudahan transaksi, kepuasan pengguna, dan loyalitas yang artinya para pengguna aplikasi MyBlueBird di kota Bekasi tidak setuju dengan indikator tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis paparkan di atas berkaitan dengan perkembangan serta kemajuan transportasi berbasis online yang dapat mempengaruhi pengguna, maka dengan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan penelitian lebih mendalam dengan judul penelitian sebagai berikut "Analisis Faktor-Faktor Keputusan Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Mybluebird Di Kota Bekasi".

METODOLOGI

Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis faktor. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran sistematis tentang variabel Keputusan Penggunaan sebagai variabel *independent*. Analisis Faktor bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan, dan faktor-faktor dominan yang mempengaruhi keputusan penggunaan.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Bekasi yang diambil dari total penduduk aplikasi MyBlueBird.

. Metode sampling yang akan digunakan oleh peneliti pada penelitian kali ini adalah metode *Non Probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2017:84) menyatakan bahwa *Non probability Sampling* adalah sebuah teknik yang dalam pengambilan sampel yang mana tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel yang dipergunakan pada penelitian ini berjumlah 100 responden masyarakat Kota Bekasi, yang diambil menggunakan rumus Taro Yamane dengan tingkat kesalahan 10%.

Teknik Skala dan Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik skala likert untuk melakukan pengukurannya. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yaitu dengan memberikan pertanyaan dengan pengukuran skala likert sebagai jawaban dan studi kepustakaan sebagai referensi masalah yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Pada analisis deskriptif menggunakan skala ordinal dan rentang skala untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan. Analisis Faktor terdiri dari beberapa uji yaitu uji Barlett, KMO, dan MSA. Sebaiknya sebelum menganalisis korelasi lebih dahulu untuk menganalisis transformasi data dengan menggunakan metode MSI yang keduanya diolah dengan menggunakan software statistik IBM SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reabilitas

Hasil penyebaran kuesioner terhadap 100 responden mendapatkan hasil :

Tabel 4. Uji Validitas Keputusan Penggunaan

No	Indikator	R hitung	R kritis	Keterangan
1	Fleksibilitas penggunaan	0,493	0,3	Valid
2	Mudah dipelajari	0,473	0,3	Valid
3	Mudah digunakan	0,510	0,3	Valid
4	Kemudahan transaksi	0,677	0,3	Valid
5	Kebutuhan	0,464	0,3	Valid
6	Efisien	0,520	0,3	Valid
7	Produktivitas	0,460	0,3	Valid
8	Efektivitas	0,439	0,3	Valid
9	Kepuasan	0,471	0,3	Valid
10	Dampak positif	0,399	0,3	Valid
11	Keuntungan	0,489	0,3	Valid
12	Kenyamanan	0,408	0,3	Valid
13	Loyalitas	0,546	0,3	Valid
14	Rekomendasi	0,525	0,3	Valid
15	Minat menggunakan	0,515	0,3	Valid
16	Kepribadian pengguna	0,484	0,3	Valid
17	Perjalanan bisnis	0,416	0,3	Valid
18	Kontinu	0,526	0,3	Valid
19	Promosi	0,409	0,3	Valid
20	Kepercayaan	0,302	0,3	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1	Keputusan penggunaan	0,819	0,6	reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan pengujian validitas dan reliabilitas diatas, didapatkan hasil variabel Keputusan Penggunaan dikatatakan valid dan reliabel, karena nilai r hitung > 0.30 dan nilai dari cronbach alpha (r hitung) \geq 0,6 (r tabel).

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160) menyatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam regresi, variable pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data mengikuti distribusi normal.

Tabel 6. Uji Normalitas

No	Variabel	r Hitung	r Kritis	Keterangan
1	Keputusan penggunaan	0,200	0,05	Berdistribusi normal

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa semua data variabel tersebut mengikuti sebaran normal dengan memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05.

Analisis Deskriptif

Pembahasan mengenai analisis deskriptif dari variabel keputusan penggunaan sebagai berikut :

1. Keputusan Penggunaan

Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif terhadap 20 indikator keputusan penggunaan aplikasi MyBlueBird diperoleh total skor dengan nilai 1.470 dan rata-rata skor 373,5. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan aplikasi MyBlueBird berada pada kriteria baik.

Analisis Faktor

Tahapan 1 Merumuskan Masalah Penelitian

1. Pada penelitian ini menggunakan analisis faktor untuk mengetahui faktor-faktor yang terekstraksi dalam penyelesaian tahapan analisis faktor, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi MyBlueBird, dan faktor dominan paling berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi MyBlueBird.
2. Variabel yang digunakan relevan berdasarkan penelitian sebelumnya, yaitu variabel keputusan penggunaan. Banyaknya elemen sampel yang digunakan dalam penelitian ini 100 sampel.

Tahapan 2 Menyusun Matriks Korelasi

Untuk mengetahui kelayakan variabel keputusan penggunaan, apakah dapat diproses lebih lanjut menggunakan teknik analisis faktor ini atau tidak, bisa dilihat dengan menggunakan alat uji KMO and Bartlett's Test. Jika nilai KMO MSA (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) lebih besar dari 0,05 maka teknik analisis faktor dapat dilanjutkan.

Tabel 7. Hasil Uji KMO dan Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test			
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			.782
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square		629.803
	Df		190
	Sig.		.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Pada Tabel 7. Hasil Uji KMO and Bartlett's Test adalah 0,782 lebih besar dari 0,05 ($0,782 > 0,05$) dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka analisis faktor dalam penelitian ini dapat dilanjutkan karena sudah memenuhi syarat.

Selanjutnya, tetap dilakukan pengujian pada setiap variabel dengan menggunakan anti-image. Anti-image matrices berguna untuk mengetahui dan menentukan variabel mana saja yang layak pakai dalam analisis faktor. Jika nilai nilai MSA lebih besar dari 0,50 maka indikator yang diteleti layak untuk dilakukan analisis faktor.

Tabel 8. Hasil Uji Anti Image

No	Indikator	Nilai MSA	Kriteria
1	Fleksibilitas penggunaan	0,848	Berguna
2	Mudah dipahami	0,853	Berguna
3	Mudah digunakan	0,759	Berguna
4	Kemudahan transaksi	0,842	Berguna
5	Kebutuhan	0,814	Berguna
6	Efisien	0,821	Berguna
7	Produktivitas	0,706	Berguna
8	Efektivitas	0,725	Berguna
9	Kepuasan	0,816	Berguna
10	Dampak positif	0,641	Berguna

11	Keuntungan	0,723	Berguna
12	Kenyamanan	0,823	Berguna
13	Loyalitas	0,793	Berguna
14	Rekomendasi	0,776	Berguna
15	Minat menggunakan	0,790	Berguna
16	Kepribadian	0,741	Berguna
17	Perjalanan bisnis	0,741	Berguna
18	Kontinu	0,727	Berguna
19	Promosi	0,794	Berguna
20	Kepercayaan	0,769	Berguna

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan Tabel tersebut Hasil Uji Anti-Image Semua Indikator diatas dari ke 20 indikator yang diteliti nilai MSA lebih besar dari 0,50 maka semua indikator layak untuk dilakukan analisis faktor.

Tahapan 3 Ekstraksi Faktor

Pada tahap ekstraksi faktor, dilakukan penyaringan terhadap sejumlah indikator sehingga didapatkan indikator-indikator yang memenuhi syarat untuk dianalisis. Jika sebuah variabel atau lebih berkorelasi lemah dengan variabel lainnya, maka variabel tersebut akan dikeluarkan dari analisis faktor. Indikator dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai extraction lebih besar dari 0,50. Jika nilai extraction lebih kecil dari 0,50 maka indikator dianggap kurang mampu menjelaskan faktor.

Hasil data dari setiap indikator terhadap faktor yang terbentuk dapat diketahui nilai komunalitis sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Komunalitas

No	Indikator	Initial	Extraction
1	Fleksibilitas penggunaan	1.000	0,622
2	Mudah dipahami	1.000	0,587
3	Mudah digunakan	1.000	0,544
4	Kemudahan transaksi	1.000	0,639
5	Kebutuhan	1.000	0,571
6	Efisien	1.000	0,626
7	Produktivitas	1.000	0,747
8	Efektivitas	1.000	0,761
9	Kepuasan	1.000	0,588
10	Dampak positif	1.000	0,749
11	Keuntungan	1.000	0,604
12	Kenyamanan	1.000	0,639
13	Loyalitas	1.000	0,543
14	Rekomendasi	1.000	0,722
15	Minat menggunakan	1.000	0,692
16	Kepribadian	1.000	0,691
17	Perjalanan bisnis	1.000	0,677
18	Kontinu	1.000	0,744
19	Promosi	1.000	0,619
20	Kepercayaan	1.000	0,541

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Pada tabel komunalitis variabel keputusan penggunaan di atas, semua indikator yang terdapat pada tabel tersebut memiliki nilai extraction lebih besar dari 0,50. Maka dapat disimpulkan bahwa pengujian dapat dilanjutkan.

Berdasarkan hasil yang telah diolah diatas bahwa semua hasil varians tersebut dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk sebagai berikut:

Tabel 10. Total Variance Explained

Com pone nt	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Tot al	% of Vari ance	Cum ulati ve %	Tot al	% of Vari ance	Cum ulati ve %	Tot al	% of Vari ance	Cum ulati ve %
1	4.745	23.725	23.725	4.745	23.725	23.725	3.600	17.998	17.998
2	3.141	15.704	39.429	3.141	15.704	39.429	2.934	14.670	32.669
3	1.465	7.323	46.753	1.465	7.323	46.753	2.133	10.667	43.336
4	1.362	6.810	53.563	1.362	6.810	53.563	1.767	8.835	52.171
5	1.127	5.635	59.197	1.127	5.635	59.197	1.256	6.281	58.452
6	1.067	5.336	64.533	1.067	5.336	64.533	1.216	6.081	64.533
7	.865	4.324	68.857						
8	.790	3.949	72.806						
9	.723	3.614	76.420						
10	.630	3.149	79.569						
11	.612	3.060	82.629						
12	.494	2.468	85.098						
13	.478	2.389	87.487						
14	.454	2.269	89.755						
15	.428	2.139	91.894						
16	.405	2.023	93.917						
17	.384	1.919	95.835						
18	.308	1.539	97.375						
19	.271	1.353	98.728						

20	.25	1.272	100.0
	4		00

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Pada Tabel di atas dapat diketahui ada 20 indikator (compond) yang di analisis. Ada dua macam analisis yang menjelaskan suatu variabel yaitu initial eigenvalues dan extraction sums squared loadings.

Pada varian initial eigenvalues menunjukkan faktor yang terbentuk. Apabila semua faktor di jumlahkan menunjukkan jumlah varian yaitu jika dijumlahkan maka:

$$1. 4.745 + 3.141 + 1.465 + 1.362 + 1.127 + 1.067 + 0.865 + 0.790 + 0.723 + 0.630 + 0.612 + 0.494 + 0.478 + 0.454 + 0.428 + 0.405 + 0.384 + 0.308 + 0.271 + 0.254 = 20 \text{ variabel}$$

Sedangkan pada bagian extraction sums of squared loadings menunjukkan faktor yang dapat terbentuk. Pada hasil output diatas ada 6 faktor yang terbentuk yaitu

4.745, 3.141, 1.465, 1.362, 1.127, dan 1.067.

Berdasarkan tabel initial eigenvalues ada dua faktor yang terbentuk dari 20 faktor yang di analisis. Dimana syarat untuk menjadi sebuah faktor, maka nilai eigenvalues harus > 1 , jika nilai eigenvalues < 1 maka tidak terdapat faktor yang terbentuk. Perhatikan penjelasan di bawah ini:

1. Nilai eigenvalues component 1 sebesar $4.745 > 1$, maka menjadi faktor terbentuk yaitu faktor 1 dan mampu menjelaskan 23.725 % variance.
2. Nilai eigenvalues component 2 sebesar $3.141 > 1$, maka menjadi faktor terbentuk yaitu faktor 2 dan mampu menjelaskan 15.704 % variance.
3. Nilai eigenvalues component 3 sebesar $1.465 > 1$, maka menjadi faktor terbentuk yaitu faktor 3 dan mampu menjelaskan 7.323 % variance
4. Nilai eigenvalues component 4 sebesar $1.362 > 1$, maka menjadi faktor terbentuk yaitu faktor 4 dan mampu menjelaskan 6.810 % variance
5. Nilai eigenvalues component 5 sebesar $1.127 > 1$, maka menjadi faktor terbentuk yaitu faktor 5 dan mampu menjelaskan 5.635 % variance.
6. Nilai eigenvalues component 6 sebesar $1.067 > 1$, maka menjadi faktor terbentuk yaitu faktor 6 dan mampu menjelaskan 5.336 % variance.
7. Nilai eigenvalues component 7 sampai 12 < 1 , maka tidak terdapat faktor yang terbentuk.

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa dari 20 indikator yang telah di masukan ke dalam analisis faktor terbentuk enam faktor. Hal ini menunjukkan ada pengelompokan sejumlah variabel ke faktor tertentu karena kesamaan ciri indikator tertentu

Setelah diketahui bahwa enam faktor adalah jumlah yang paling optimal, selanjutnya dari tabel total variance explained tersebut maka nilai initial eigenvalues dapat dilihat melalui gambar scree plot, jika gambar scree plot nilai eigenvalues diatas angka 1 maka menunjukkan jumlah faktor yang terbentuk. Sedangkan, jika nilai eigenvalues dibawah angka 1 menunjukkan jumlah faktor tersebut tidak terbentuk.

Tahapan 4 Merotasi Faktor

Setelah kita melakukan ekstraksi faktor, langkah selanjutnya adalah rotasi faktor (rotation). Rotasi faktor ini diperlukan jika metode ekstraksi faktor belum menghasilkan komponen faktor utama yang jelas. Hal ini dapat dilihat dari tabel component matix yang menunjukkan distribusi penelitian dari ke enam faktor yang terbentuk. Component matix

terdiri dari 20 indikator awal yang terbentuk, dengan melihat faktor pembobot dapat ditentukan suatu indikator masuk ke dalam faktor mana dengan melihat seberapa besar faktor pembobot pada setiap indikator terhadap enam component matrix dari faktor tersebut.

Tabel 11. Component Matrix

Indikator	Component Matrix ^a					
	1	2	3	4	5	6
Fleksibilitas penggunaan	.579	-.326	-.180	.005	-.339	-.181
Mudah dipahami	.530	-.321	.356	-.080	.066	-.255
Mudah digunakan	.592	-.273	.304	-.084	-.012	-.138
Kemudahan transaksi	.721	-.055	.265	-.054	.040	-.182
Kebutuhan	.564	-.441	-.085	-.135	.140	-.111
Efisien	.445	.535	.285	.199	.136	-.045
Produktivitas	.433	.229	.502	.431	-.241	.110
Efektivitas	.383	.279	.255	.025	.292	.621
Kepuasan	.544	-.312	-.229	.091	.219	.293
Dampak positif	.397	.115	-.015	.471	.416	-.428
Keuntungan	.439	.239	-.340	.480	-.045	.078
Kenyamanan	.496	-.539	-.158	.199	.044	.189
Loyalitas	.474	.472	-.281	-.125	-.015	-.002
Rekomendasi	.524	.156	-.640	.116	-.011	.005
Minat menggunakan	.402	.643	-.123	-.228	-.133	-.178
Kepribadian	.472	.131	.000	-.051	-.670	.026
Perjalanan bisnis	.278	.715	.149	-.198	-.087	.138
Kontinu	.452	.427	-.116	-.510	.289	.032
Promosi	.467	-.413	.041	-.468	.098	.013
Kepercayaan	.353	-.491	.015	-.006	-.180	.375

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 6 components extracted.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Pada Tabel di atas dapat dilihat bahwa ekstraksi tersebut masih sulit untuk menentukan indikator dominan yang masuk ke dalam suatu faktor karena nilai komponen yang hampir sama dari beberapa indikator. Untuk mengatasi hal itu, maka dilakukan rotasi faktor yang mampu menjelaskan distribusi variabel yang lebih jelas.

Langkah selanjutnya dilakukan rotated component matrix untuk memastikan suatu variabel masuk dalam kelompok faktor mana, maka dapat ditentukan dengan melihat nilai korelasi terbesar antara variabel dengan faktor (component) yang terbentuk.

Tabel 12. Rotated Component Matrix

Indikator	Rotated Component Matrix ^a					
	Component					
	1	2	3	4	5	6
Fleksibilitas penggunaan	.558	.030	.411	.139	-.162	-.308
Mudah dipahami	.722	-.010	-.090	.179	.158	-.023
Mudah digunakan	.698	.047	.002	.225	.050	.027
Kemudahan transaksi	.669	.262	.080	.290	.172	.053
Kebutuhan	.694	-.025	.256	-.146	.048	.015
Efisien	.056	.459	.032	.472	.368	.231
Produktivitas	.143	.071	.047	.824	.094	.178
Efektivitas	.073	.254	.079	.238	-.024	.793
Kepuasan	.430	-.071	.516	-.091	-.005	.352
Dampak	.194	.063	.276	.162	.777	-.030
Keuntungan	-.064	.159	.671	.289	.197	.054
Kenyamanan	.515	-.311	.496	.011	-.059	.168
Loyalitas	.045	.644	.347	.054	.039	.034
Rekomendasi	.091	.348	.760	-.089	.060	-.061
Minat menggunakan	-.003	.797	.119	.159	.048	-.127
Kepribadian	.225	.317	.251	.480	-.424	-.257
Perjalanan bisnis	-.132	.721	-.073	.304	-.052	.200
Kontinu	.223	.759	.029	-.226	.054	.250
Promosi	.710	.090	-.002	-.247	-.190	.100
Kepercayaan	.445	-.275	.237	.109	-.388	.221

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 22 iterations.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Tahapan selanjutnya dilakukan untuk melihat 6 faktor tersebut layak atau tidaknya merangkum 20 variabel yang di analisis. Jika nilai faktor lebih besar dari 0,5 maka faktor tersebut dapat disimpulkan layak untuk merangkum variabel-variabel yang dianalisis. Sedangkan, jika nilai faktor lebih kecil dari 0,5 maka faktor tersebut dapat disimpulkan tidak layak untuk merangkum variabel-variabel yang dianalisis

Tabel 12. Component Transformation Matrix

Component Transformation Matrix						
Component	1	2	3	4	5	6

1	.712	.400	.462	.299	.081	.157
2	-.547	.762	-.055	.270	.190	.088
3	.251	-.120	-.740	.555	.084	.246
4	-.293	-.483	.438	.533	.452	.023
5	.072	-.010	-.086	-.492	.672	.542
6	-.202	-.107	.193	.060	-.542	.783

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi komponen 1 ($0.712 > 0.5$), komponen 2 ($0.762 > 0.5$), komponen 4 ($0.533 > 0.5$), komponen 5 ($0.672 > 0.5$), komponen 6 ($0.783 > 0.5$) maka kelima faktor yang terbentuk ini dapat disimpulkan layak untuk merangkum 17 variabel yang dianalisis. Untuk nilai pada komponen 3 < 0.5 , maka untuk faktor 3 tidak layak untuk menganalisis 3 variabel yang termasuk ke dalam faktor yang dianalisis.

Tahapan 5 Interpretasikan Faktor

Setelah diperoleh sejumlah faktor yang valid, selanjutnya kita perlu menginterpretasikan nama-nama faktor, mengingat faktor merupakan sebuah konstruk dan sebuah konstruk menjadi berarti kalau dapat diartikan. Interpretasi faktor dapat dilakukan dengan mengetahui variable-variabel yang membentuknya.

Menurut Pradana (2018) dalam Diah (2020), mengatakan bahwa penamaan terhadap faktor yang sudah terbentuk dapat dilakukan dengan dua cara, cara pertama adalah menamai faktor yang dirasa cukup untuk mewakili nama-nama dari variabel yang membentuk faktor, cara kedua adalah dengan melihat factor loading tertinggi.

Tabel 13. Pemberian Nama Faktor

Faktor	Indikator	Nilai Faktor	% of Variance
Faktor 1	Fleksibilitas penggunaan	0,558	23.725%
	Mudah dipahami	0,722	
	Mudah digunakan	0,698	
	Kemudahan transaksi	0,669	
	Kebutuhan	0,694	
	Kenyamanan	0,515	
	Promosi	0,710	
Faktor 2	Kepercayaan	0,445	15.704%
	Loyalitas	0,644	
	Minat menggunakan	0,797	
Faktor 4	Perjalanan bisnis	0,721	6.810%
	Kontinu	0,759	
	Efisien	0,472	
Faktor 5	Produktivitas	0,824	5.635%
	Dampak positif	0,777	

Faktor 6	Efektivitas	0,793	5.336%
-----------------	--------------------	--------------	--------

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Pada tabel tersebut maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang terbentuk yaitu :

1. Faktor 1 adalah mudah dipahami
2. Faktor 2 adalah minat menggunakan
3. Faktor 4 adalah produktivitas
4. Faktor 5 adalah dampak positif
5. Faktor 6 adalah efektivitas

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan terhadap 100 responden pengguna aplikasi transportasi online MyBlueBird di Kota Bekasi dengan menyebar kuesioner dapat diketahui bahwa 20 indikator memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi MyBlueBird. Penelitian ini menggunakan analisis faktor sehingga dari 20 indikator terdapat total 17 faktor yang memenuhi syarat untuk dilakukannya analisis faktor sampai tahap akhir. Setelah dilakukannya analisis faktor terdapat 5 faktor yang dapat merangkum 17 faktor. 5 faktor yang terbentuk diantaranya adalah faktor mudah dipahami, faktor minat menggunakan, faktor produktivitas, faktor dampak positif, dan faktor efektivitas. Faktor-faktor tersebut diberi nama dengan melihat nilai factor loading yang paling besar antara indikator lainnya. Berdasarkan analisis deskriptif, faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi MyBlueBird yaitu faktor mudah dipahami dengan skor nilai 412,8. Berdasarkan analisis faktor, faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi MyBlueBird yaitu faktor mudah dipahami dengan total nilai variance 23.725% yang memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan faktor lainnya.

Referensi :

- Abbas Salim. 2016. Manajemen Transportasi. Jakarta: Pt Raja Grafindo. Persada.
- Abdul Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra. Wacana Media, Jakarta
- Alasan Penggunaan Transportasi Publik. www.Medianeliti.Com. Diakses Tanggal 1 Juli 2021
- Aldrianto, Y. S. D., Sudiarta, I. N., & Karini, N. M. O. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Dalam Menggunakan Transportasi Berbasis Aplikasi Online Di Pt. Uber Indonesia. *Jurnal Analisis Pariwisata* Issn, 1410, 3729.
- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit. Alfabeta.
- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Buchari Alma, (2011), Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa, Cetakan. Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Damayanti, R. (2018). Model Faktor-Faktor Penentu Melalui Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Angkutan Ojek On-Line Terhadap Kepuasan Masyarakat Kota Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(2), 64-76.

- Data Pengguna Internet Di Indonesia. [Www.Statista.Com](http://www.Statista.Com). Diakses Tanggal 1 Juli 2021
- Dewi, Irra Chrisyanti. 2011. Pengantar Ilmu Administrasi. Jakarta: Pt Prestasi.
- Dewi, L. K. C., Suthanaya, I. P. B., & Sujadi, D. (2019). Faktor Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Menggunakan Gojek Online Di Kabupaten Badung. Sekolah Tinggi Ilmu (Stie) Ekonomi Triatma Mulya, 25(1), 84-98.
- Dian Utomo. 2010. Kebijakan Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan. (Paten).
- Donni Junni Priansa. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi. Revisi. Jakarta: Penerbit Pt Bumi Aksara.
- Kotler, Philip Dan Armstrong, Gary. 2012. Principles Of. Marketing. New Jersey: Prentice Hall.
- Lutfiah, E. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Aplikasi Go-Jek Fitur Go-Food (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta) (Bachelor's Thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Uin Syarif Hidayatullah).
- Machfoedz, Ircham. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. Yogyakarta: Fitramaya.
- Mahendra, I., & Septiany, N. (2018). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi Grab (Studi Kasus: Mahasiswa Stmik Nusa Mandiri Jakarta). Jitk (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer), 4(1), 9-16.
- Muis, A., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Transportasi Go-Jek Di Semarang. Journal Of Management, 4(4).
- Munawaroh, R. S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Memilih Menggunakan Jasa Transportasi Online Pada Mahasiswa Stie Indonesia Banjarmasin. Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 20(1).
- Nirmala, N., & Surveyandini, M. (2019). Faktor Penentu Pemilihan Jasa Transportasi Online Pada Masyarakat Banyumas. Sustainable Competitive Advantage (Sca), 9(1).
- Pencarian Mengenai Aplikasi Mybluebird. [Www.Seranking.Com](http://www.Seranking.Com). Diakses Tanggal 1 Juli 2021
- Perkembangan Sektor Transportasi. [Www.Bps.Go.Id](http://www.Bps.Go.Id). Diakses Tanggal 1 Juli 2021
- Putri, L. F. S., & Mahendra, I. (2017). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Go-Jek Menggunakan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut). Jurnal Pilar Nusa Mandiri, 13(1), 136-144.
- Shimp, Terence A. (2010). Integrated Marketing Communication In Advertising And. Promotion, 8e. South-Western: Cengage Learning.
- Stanton, William J., 2012, Prinsip Pemasaran, Jilid 2, Edisi 7, Erlangga, Jakarta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Afabeta.
- Suharyadi Dan Purwanto. 2016. "Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern. Edisi 2". Jakarta : Salemba Empat.
- Sukarna. (2011). Dasar -Dasar Manajemen. Bandung: Mandar Maju.

Sumadi Suryabrata. 2013. Metodologi Penelitian. Jakarta : Pt. Raja Grafindo.

Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam. Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sunyoto, Danang. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. Cetakan Ke-2. Yogyakarta: Caps (Center For Academic Publishing, Service).

Tedjo, M., Sugito, S., & Suparti, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Transportasi Pribadi Pada Mahasiswa Menggunakan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus Pada Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Gaussian*, 6(2), 211-219.

Top Brand Indonesia Taksi. www.Topbrandindonesia. Diakses Tanggal 1 Juli 2021

Unduhan Aplikasi Mybluebird. www.Smilarity.Com. Diakses Tanggal 1 Juli 2021

Wibisono, T., Universari, N., & Utaminingsih, A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Transportasi Gojek Di Kota Semarang: Sebuah Analisis Kualitatif. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 19(2), 277-285.