

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi pengemudi PT.GO-JEK Indonesia (studi kasus di Kota Bekasi) = Factors influencing the public interest to become the driver of PT. GO-JEK Indonesia (case study of Bekasi City)

Inas Afifah Zahra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20433473&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Di Indonesia, transportasi berbasis aplikasi berkembang dengan pesat pada tahun 2015. Salah satunya adalah PT.GO-JEK Indonesia yang merupakan perusahaan teknologi penyedia jasa transportasi berbasis aplikasi dengan menawarkan kemitraan dalam pelayanan transportasi ojek kepada masyarakat Indonesia. Sampai tahun 2016 aplikasi GO-JEK telah diunduh sebanyak 5.000.000 unduhan oleh pengguna smartphone di Indonesia. Hal ini menjadi sebuah tolak ukur bahwa keberadaan jasa transportasi ojek berbasis aplikasi cukup diminati oleh masyarakat. Dengan tingginya minat dan respon masyarakat terhadap aplikasi GO-JEK, tidak sedikit masyarakat yang ingin bergabung sebagai mitra atau pengemudi dari PT. GO-JEK Indonesia. Namun, tingginya minat masyarakat untuk bergabung menjadi pengemudi GO-JEK tidak diimbangi dengan pengetahuan yaitu faktor utama minat mereka menjadi pengemudi GO-JEK.

Hasil analisis dengan menggunakan program SPSS 20 telah memberikan bukti bahwa variabel-variabel Bagi Hasil 1, Pendapatan 2, Pendapatan 4, Surge Pricing 2, Surge Pricing 3, Surge Pricing 4, dan Aksesibilitas 4 adalah variabel-variabel yang penting untuk mendapatkan perhatian dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi pengemudi GO-JEK. Sementara itu, variabel-variabel: Pendapatan 1, Pendapatan 3, Aksesibilitas 1, Aksesibilitas 2, Aksesibilitas 3, Bagi Hasil 2, Bagi Hasil 3, Bagi Hasil 4, dan Surge Pricing 1 yaitu variabel-variabel yang tidak termasuk dalam faktor penjelas utama, bersifat sebagai faktor pembantu bagi faktor utama.

<hr>

ABSTRACT

In Indonesia , transportation based on applications grew rapidly in 2015. PT.GO - JEK Indonesia as one of the technology -based transportation services provider applications appear to offer a partnership in motorcycle transportation services to the people of Indonesia. Until 2016 GO- JEK application has been downloaded 5 million downloads by users of smartphones in Indonesia . This has become a benchmark that the existence of transportation services -based applications motorcycle is needed by the public . With the high interest and the public response to the GO ? JEK application , not a few people who want to join as a partner or the driver of the PT . GO - JEK Indonesia . However , the high interest of the community to join the GO - JEK driver is not offset by the knowledge that their interests become a major factor of GO- JEK driver .

The results of analysis using SPSS 20 has provided evidence that the variables Sharing 1 Revenue 2 Revenue 4 , Surge Pricing 2 , Surge Pricing 3 , Surge Pricing 4 , and Accessibility 4 are variables that are important to gain attention in influencing the public interest to be GO - JEK driver . Meanwhile , the variables : Income 1 Income 3 Accessibility 1 Accessibility 2 Accessibility 3 , For Outcome 2 , Share Results 3 Sharing 4 , and Surge Pricing 1 ie variables that are not included in the explanatory factor main act

as auxiliary factor for major factor