

---

PERSEPSI MAHASISWA/I AMIK MEDICOM TERHADAP  
TRANSPORTASI ONLINE GOJEK

Evi Syuriani Harahap, Lasrida Sigalingging✉

Akademi Manajemen Informatika Komputer Medicom, Medan, Indonesia

Email: [lasridasigalingging@gmail.com](mailto:lasridasigalingging@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to determine public perception of the use of online transportation (Gojek) in the City of Medan. This research is an type of descriptive research. The population of this research is AMIK Medicom Medan Students. While the sampling in this study used a Random Sampling Technique (random). The data analysis techniques used in this research are Validity Test, Reliability Test, Normality Test and T-Test One Sample Test. The results show that the calculation results in from the test table for one of the samples above, it can be seen that the value of t-count is 27,324. The value of df (degrees of freedom) is 0.000. Thus the alternative hypothesis ( $H_1$ ) which reads that people have a good perception of online presence transportation (Gojek) in Medan City area is "accepted".*

**Keyword: Public Perception, Online Transportation (Gojek).**

---

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi yang pesat pada zaman sekarang membuat kehidupan manusia menjadi lebih mudah. Penggunaan teknologi oleh masyarakat menjadikan teknologi semakin lama semakin canggih. Dahulu manusia hanya menggunakan teknologi dalam hal berkomunikasi, tetapi sekarang manusia sudah menggunakan teknologi untuk segala kegiatan mulai dari berkomunikasi, transportasi, distribusi, keuangan, bisnis, hiburan, dll.

Perkembangan teknologi dalam hal transportasi ditandai dengan mulai banyaknya penyedia jasa sewa mobil dan motor secara online seperti dengan hadirnya perusahaan jasa transportasi Grab, Gojek, Maxim, Indriver, dll. Perusahaan Gojek merupakan perusahaan transportasi berbasis online yang berasal dari Indonesia dan kini telah tersedia di beberapa negara lain seperti Vietnam, Singapura, Thailand dan Filipina. Gojek tidak hanya memberikan layanan transportasi dalam bentuk motor yang dikenal dengan Go-Bike dan mobil yang dikenal dengan Go-car, tetapi juga memberikan layanan transportasi online lainnya berupa taxi online, Go-Box dsb. Aplikasi Gojek juga tersedia untuk sistem Android dan iOS dan aplikasi ini telah diunduh lebih dari 190 juta kali per Juni 2021 dan layanan transportasi gojek ini telah tersedia di 167 Kabupaten/Kota di Indonesia

Pengguna Gojek sendiri mengalami berbagai perkembangan di beberapa kabupaten/kota di Indonesia termasuk di Kota Medan. Transportasi online Gojek sudah sangat banyak dijumpai di setiap jalanan Kota Medan. Keberadaan Gojek dengan berbagai macam layanan yang ditawarkan tentunya sangat mempermudah

berbagai pihak dalam melakukan aktivitasnya, baik itu dari kalangan dewasa, pekerja, orangtua, pelajar, mahasiswa/i dll.

Fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik dan kualitas yang terjamin membuat Go-Bike dan Go-Car sangat diminati di Kota Medan. Berbagai kalangan mulai menggunakan jasa transportasi online ini, salah satunya adalah mahasiswa/i AMIK MEDICOM. Banyak mahasiswa/i yang menggunakan jasa transportasi online Gojek dikarenakan aplikasi ini mudah untuk digunakan, kondisi kendaraan yang bersih dan baik, drivernya yang ramah, pelayanan yang cepat dan harganya yang terjangkau sehingga membuat banyak kalangan secara perlahan-lahan mulai meninggalkan transportasi tradisional, transportasi umum (angkot) dan becak dan mulai beralih menggunakan jasa transportasi online.

Penilaian masyarakat terhadap transportasi online mempunyai nilai yang berbeda-beda. Menarik tidaknya perkembangan teknologi berbasis transportasi online dapat dilihat dari persepsi masyarakat terhadap pengguna transportasi online tersebut. Dalam memandang sesuatu objek atau lingkungan setiap orang mempunyai persepsi yang berbeda-beda. Persepsi seseorang berkaitan dengan pengalaman, kemampuan maupun daya persepsi yang diterimanya.

Pengalaman dan pengamatan seseorang terhadap suatu objek dapat dilakukan dengan melihat, mendengar, merasakan, membau dan menyentuh lalu informasi yang diperoleh dari proses tersebut diinterpretasikan. Proses menginterpretasikan ini dinamakan persepsi (Sobur 2003). Sedangkan menurut Sarwono (2010), persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan. Kemampuan tersebut berupa kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk mengelompokkan dan kemampuan untuk memfokuskan.

Oleh karena itu, seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap suatu objek walaupun objeknya sama. Hal tersebut dimungkinkan karena adanya perbedaan dalam hal sistem nilai dan ciri kepribadian individu yang bersangkutan.

Persepsi yang akan diteliti dalam penelitian ini khususnya mengarah pada layanan yang diperoleh pengguna jasa transportasi online Gojek. Dimana tentunya setiap konsumen Gojek tersebut memiliki persepsi yang berbeda-beda mengenai layanan yang mereka peroleh, semua itu tergantung pada apa yang mereka dapatkan dan rasakan setelah menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengetahui bagaimana persepsi pengguna Gojek mengenai layanan yang mereka dapatkan karena secara tidak langsung itu bisa menjadi tolak ukur kepuasan yang diperoleh konsumen Gojek serta dapat menilai kinerja Gojek sebagai layanan jasa transportasi online. Sehingga, judul dari penelitian ini adalah “Persepsi Mahasiswa/i AMIK Medicom terhadap Transportasi (Gojek) Online”.

---

## TINJAUAN PUSTAKA

### Transportasi Online

Transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dari suatu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah wahana yang digerakkan oleh tenaga manusia atau tenaga mesin. Sedangkan teknologi online (internet) adalah jaringan komputer yang saling berhubungan secara global dengan menggunakan protocol internet untuk menghubungkan perangkat di seluruh dunia. Jadi, transportasi online adalah pemindahan manusia atau barang dari suatu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan jaringan internet yang berguna untuk mempermudah urusan dan membuat nyaman manusia dalam menggunakannya.

### Indikator Transportasi Online Gojek

Transportasi Online Gojek merupakan perusahaan jasa yang bergerak untuk melayani masyarakat dalam hal transportasi. Jasa adalah suatu tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain. Meskipun proses dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik, kinerja pada dasarnya intangible dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan salah satu faktor produksi (Kotler dan Keller, 2009).

#### a. Karakteristik Jasa

Hal ini sering mengatakan bahwa layanan memiliki karakteristik unik yang membedakan mereka dari barang atau produk yang diproduksi. Empat karakteristik yang paling sering ditemui dalam pelayanan dan membedakan barang secara umum:

- Tidak berwujud, jasa bersifat abstrak yang berarti layanan tidak dapat dilihat tetapi bisa dirasakan.
- Heterogenitas, jasa adalah variabel non - standar dan sangat bervariasi. Artinya, karena jasa dalam bentuk kinerja, maka tidak ada manfaat hasil yang sama bahkan jika dilakukan oleh satu orang. Hal ini disebabkan interaksi manusia (karyawan dan pelanggan) dengan semua harapan yang berbeda dan persepsi yang menyertai interaksi tersebut.
- Tidak dapat dipisahkan, jasa umum diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang sama, dengan partisipasi konsumen dalam proses. Artinya, konsumen harus berada di tempat jasa yang diminta, sehingga konsumen melihat dan bahkan mengambil bagian dalam proses produksi.
- Tidak tahan lama, jasa mungkin tidak disimpan dalam persediaan. Ini berarti bahwa layanan tidak dapat disimpan, dijual kembali kepada orang lain atau dikembalikan ke produsen layanan yang dia beli jasanya.

#### b. Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa

Terdapat tiga tipe pemasaran dalam dunia usaha, antara lain:

- Pemasaran eksternal (*external marketing*), Strategi pemasaran eksternal ini dikenal dengan 4P (*product, price, promotion, place*).

- Pemasaran internal (*internal marketing*) Pemasaran jasa tidak cukup hanya dengan pemasaran eksternal (4P) tetapi harus diikuti pula dengan peningkatan kualitas atau keterampilan para personil yang ada dalam perusahaan. Selain itu, juga harus ada kekompakan atau suatu tim yang tangguh dari personil yang ada dalam perusahaan tersebut, khususnya dalam menghadapi para pelanggan sehingga membawa kesan tersendiri yang meyakinkan pelanggan.
  - Pemasaran interaktif (*interaktif marketing*), Kepuasan konsumen tidak hanya terletak pada mutu jasa, misalnya restorannya yang megah dan makanannya yang bergizi, tetapi juga harus dipadukan dengan melakukan *service quality improvement* supaya peningkatan pelayanan benar-benar meyakinkan.
- c. Pengembangan Produk atau Jasa Baru
- Enam kategori inovasi jasa, yaitu: inovasi utama, pengembangan produk yang ditujukan pasar baru. Kategori ini sangat beresiko namun apabila berhasil dapat memberikan.

### Persepsi

Persepsi merupakan tanggapan atau penerimaan langsung dari seseorang. Menurut Slameto (2010) persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

Persepsi merupakan suatu proses penginderaan yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Namun, proses ini tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses pendahuluan dari proses persepsi (Walgito: 2000). Persepsi adalah suatu proses pengenalan atau identifikasi sesuatu dengan menggunakan panca indera. Persepsi merupakan inti komunikasi. Persepsi memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan komunikasi. Artinya, kecermatan dalam mempersepsikan stimulus inderawi mengantarkan kepada keberhasilan komunikasi. Sebaliknya, kegagalan dalam mempersepsikan stimulus menyebabkan mis-komunikasi.

### Indikator Persepsi

Persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian di analisis (diorganisir), diinterpretasi dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna. Pendapat Robbins lebih melengkapi pendapat-pendapat sebelumnya, yaitu adanya unsur-unsur evaluasi atau penilaian terhadap obyek persepsi. Robbins menetapkan indikator-indikator persepsi menjadi dua macam, yaitu:

1. Penerimaan Proses penerimaan merupakan indikator terjadinya persepsi dalam tahap fisiologis, yaitu berfungsinya indera untuk menangkap rangsang dari luar.

2. Evaluasi Rangsang-rangsang dari luar yang telah ditangkap indera, kemudian dievaluasi oleh individu. Evaluasi ini sangat subjektif. Individu yang satu menilai suatu rangsang sebagai sesuatu yang sulit dan membosankan. Tetapi individu yang lain menilai rangsang yang sama tersebut sebagai sesuatu yang bagus dan menyenangkan.

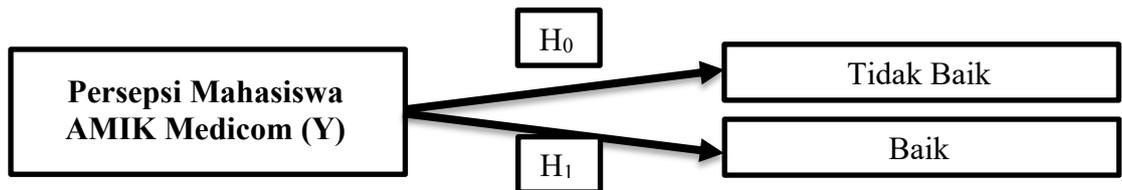
### Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Gunawan (2017) berdasarkan hasil penelitian bahwa responden merasa draiver grab telah mengemudi dengan aman hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kinerja yang diberikan oleh driver grab maka akan semakin baik pula persepsi yang diberikan oleh konsumen.
2. Agustin (2017) berdasarkan bahwa presepsi masyarakat terhadap transportasi online di Surabaya sangat positif. Masyarakat dari berbagai macam usia, latar belakang dan profesi, mereka mempunyai presepsi yang sama terhadap transportasi online.

### Kerangka Konseptual

Berdasarkan penelitian sebelumnya, dan temuan temuannya, maka peneliti dapat merumuskan kerangka konseptual seperti dalam gambar berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

### Hipotesis

Berdasarkan kerangka konsep penelitian, hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H<sub>0</sub> : Mahasiswa AMIK Medicom mempunyai persepsi yang tidak baik terhadap transportasi online Gojek di daerah Kota Medan.

H<sub>1</sub> : Mahasiswa AMIK Medicom mempunyai persepsi yang baik terhadap transportasi online Gojek di daerah Kota Medan.

### METODE PENELITIAN

#### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di AMIK Medicom medan. Penelitian yang dilakukan penulis dilakukan pada bulan Agustus sampai dengan September 2021.

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Deskriptif. Penelitian Deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan dan mendeskripsikan seberapa tinggi atau rendahnya variabel persepsi masyarakat kota Medan tentang penggunaan transportasi online Gojek. Adapun sumber data yang digunakan adalah observasi, kuesioner dan studi pustaka.

### Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010). Dalam hal ini yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa baru AMIK MEDICOM yang berjumlah 956 orang.

### Sampel

Sampel merupakan sejumlah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili dari seluruh populasi (Sugiyono, 2010). Apabila subjek penelitian lebih dari 100 orang maka sampel dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% tergantung kemampuan peneliti (Arikunto, 2013).

Pengambilan sampel dilakukan secara merata ke setiap kelas sehingga setiap responden mempunyai kesempatan yang sama sebagai sampel penelitian. Dalam hal ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 150 orang yang diambil dengan teknik *random sampling* (acak). Sebaran sampel untuk setiap kelas dapat dilihat pada table berikut:

**Tabel 1. Jumlah Sampel Penelitian**

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa
1	Manajemen Informatika	50 orang
2	Komputerisasi Akuntansi	50 orang
3	Teknik Komputer	50 orang
<b>Jumlah</b>		<b>150 Orang</b>

Sumber: Data Kemahasiswaan Amik Medicom, 2021

### Jenis Data

Jenis data dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data kuantitatif yang diperoleh dari jawaban responden terhadap kuesioner yang diperluaskan.

### Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari jawaban responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data kemahasiswaan AMIK Medicom berupa jumlah mahasiswa baru untuk

program studi manajemen informatika, komputerisasi akuntansi dan teknik komputer.

### **Analisa Data**

Keseluruhan data yang terkumpul selanjutnya dianalisis untuk dapat memberikan jawaban dari masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan program SPSS 20.

### **Uji Validitas dan Reliabilitas Angket**

#### ***Uji Validitas Angket***

Menurut Sugiyono (2014) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Standar validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,30 merujuk pada Sugiyono (2014).

#### ***Uji Reliabilitas Angket***

Menurut Ghazali (2014) Reliabilitas berhubungan dengan kepercayaan masyarakat. Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu daftar pertanyaan koisioner yang merupakan indikator dari variabel-variabel yang diteliti. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Sedangkan pernyataan yang di nyatakan valid jika memenuhi standar 0,60 (Sugiyono, 2014).

### **Uji Asumsi Klasik**

#### ***Uji Normalitas***

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov, dalam pengujian Kolmogorov-Smirnov diasumsikan bahwa distribusi variabel yang diuji bersifat kontinu, oleh sebab itu data yang digunakan dalam uji ini tidak diukur dengan skala ordinal. Prinsip dari Uji Kolmogorov-Smirnov adalah menghitung selisih absolut antara fungsi peluang kumulatif sampel dan fungsi distribusi yang dihipotesiskan pada masing – masing interval kelas (Ghozali, 2014).

### **Uji Hipotesis**

#### ***Uji t-Test One Sample***

Uji parsial dengan t test ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independent secara individu (Parsial) terhadap variabel dependen. Pengujian t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung lebih besar dari t tabel pada tingkat kepercayaan 95% atau ( $p\text{-value} < 0,05$ ) maka  $H_a$  diterima, yang artinya variabel independen yang diuji secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependent.

Uji simultan dengan F test ini pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel

dependen. Pengujian F dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F table. Jika F hitung lebih besar dari F tabel dengan tingkat kepercayaan 95% atau ( $p\text{-value} < 0,05$ ) maka  $H_a$  diterima, yang artinya variabel independen yang diuji secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependent.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Karakteristik Responden merupakan salah satu variabel yang sangat berpengaruh dalam suatu penelitian, terutama dalam menjelaskan jawaban-jawaban yang ada pada kuesioner yang diberikan kepada responden. Adapun karakteristik responden dalam hal ini meliputi: jenis kelamin, usia, uang saku dan penggunaan layanan Gojek. Adapun data dari karakteristik responden yang diperoleh peneliti adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentasi
Laki-laki	30	20%
Perempuan	120	80%
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan table di atas, mayoritas responden merupakan perempuan yaitu sebanyak 120 responden (80%) sedangkan laki-laki sebesar 30 responden (20%). Hal ini berarti perempuan lebih sering menggunakan Gojek dibandingkan laki-laki.

**Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentasi
$\leq 18$ tahun	85	56,67%
19 tahun	40	26,67%
20 tahun	20	13,33%
$\geq 21$ tahun	5	3,33%
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan table di atas, karakteristik responden lebih banyak pada usia  $\leq 18$  tahun yaitu sebanyak 85 orang (56,67%). Responden pada usia 19 tahun sebanyak 40 orang (26,67%). Responden pada usia 20 tahun sebanyak 20 orang (13,33%) dan responden pada usia  $\geq 21$  tahun sebanyak 5 orang (3,33%).

**Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Uang Saku**

Uang Saku	Frekuensi	Persentasi
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	55	33,67%
Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	75	50%
$> Rp 1.500.000$	20	13,33%
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan table di atas, karakteristik responden dengan uang saku terbanyak berkisar antara Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000 sebanyak 75 orang (50%), sedangkan uang saku antara Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 55 orang (33,67%) dan uang saku > Rp 1.500.000 sebanyak 20 orang (13,33%).

**Tabel 5. Karakteristik Responden berdasarkan Menggunakan Layanan Transportasi Gojek**

Uraian	Frekuensi	Persentasi
< 5 kali	35	23,33%
> 5 kali	115	76,67%
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan table di atas, responden sudah banyak menggunakan transportasi online lebih dari 5 kali yaitu sebanyak 115 orang (76,67%) sedangkan yang kurang dari 5 kali sebanyak 35 orang (23,33%).

### Uji Validitas dan Reabilitas Angket

#### *Hasil Uji Validitas Angket*

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 20 dan disajikan dalam table berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji Validitas**

No Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,772	0,361	Valid
2	0,772	0,361	Valid
3	0,737	0,361	Valid
4	0,560	0,361	Valid
5	0,426	0,361	Valid
6	0,641	0,361	Valid
7	0,674	0,361	Valid
8	0,502	0,361	Valid
9	0,373	0,361	Valid
10	0,649	0,361	Valid
11	0,600	0,361	Valid
12	0,772	0,361	Valid
13	0,614	0,361	Valid
14	0,510	0,361	Valid
15	0,562	0,361	Valid
16	0,483	0,361	Valid
17	0,705	0,361	Valid
18	0,772	0,361	Valid
19	0,439	0,361	Valid
20	0,478	0,361	Valid
21	0,494	0,361	Valid
22	0,663	0,361	Valid
23	0,828	0,361	Valid

No Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
24	0,626	0,361	Valid
25	0,761	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS 20

Setelah dilakukan uji validitas menggunakan SPSS 20, diperoleh nilai  $r_{hitung}$  setiap item pertanyaan lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $> 0,361$ ) sehingga dapat ditarik kesimpulan seluruh item pertanyaan sudah valid.

### Hasil Uji Reliabilitas Angket

Pengukuran reliabilitas suatu konstruk dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach' Alfa  $> 0,361$ .

**Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Angket**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.931	25

Sumber : Pengolahan Data dengan Program SPSS 20

Dari hasil perhitungan uji reliabilitas pada tabel 4.2 di atas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,931. Nilai tersebut lebih besar dari  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 95% dengan Alpha 5% dan  $N = 30$  yaitu 0,361. Angka ini menunjukkan bahwa angket ini terbukti reliabel untuk digunakan karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,931 > 0,361$ ).

### Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Normalitas

**Tabel 8. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		150
	Mean	0E-7
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	9,48234916
	Absolute	,091
Most Extreme Differences	Positive	,035
	Negative	-,091
Kolmogorov-Smirnov Z		1,109
Asymp. Sig. (2-tailed)		,171

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS 20

Dari tabel di atas memperlihatkan bahwa nilai residual probabilitas (Asymp Sig 2-tailed) sebesar lebih besar dari nilai sig  $\alpha$  ( $0,171 > 0,05$ ). Hal ini berarti data penelitian terdistribusi secara normal.

## Uji Hipotesis

### Hasil Uji t-Test One Sample

Tabel 9. One-Sample Test

Test Value = 70						
t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
				Lower	Upper	
Persepsi	27,324	149	,000	22,840	21,19	24,49

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS 20

Hasil perhitungan pada table *One-Sample Test* diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 27,324 dengan nilai df (*degree of freedom*) 149 yaitu sebesar 1,65514. Hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $27,324 < 1,65514$ ) dan nilai sig (2-tailed) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_1$  yang berbunyi Mahasiswa AMIK Medicom mempunyai persepsi yang baik terhadap transportasi online Gojek di daerah Kota Medan.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dari persepsi mahasiswa mengenai transportasi online Gojek di Kota Medan diketahui bahwa mahasiswa/i AMIK Medicom memiliki persepsi yang baik terhadap transportasi online Gojek dan sebagian besar mahasiswa/i AMIK Medicom mengetahui dan telah menggunakan transportasi online Gojek dalam kehidupan sehari-hari.

Saran yang bisa diberikan oleh peneliti untuk peneliti selanjutnya agar penelitian ini lebih sempurna, sebaiknya peneliti selanjutnya menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk analisisnya dan menambah sampel atau mengubah sampel penelitian. Sedangkan saran untuk pengguna Gojek adalah agar lebih memperhatikan lagi layanan onlinenya, agar persepsi dan ekspektasi masyarakat tentang Gojek tidak hanya tinggi, tapi juga meningkatkan penggunaannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Anis. 2017. Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (GO-JEK) di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume. 6. Nomor. 9.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Gunawan, Steven. "Persepsi Konsumen Atas Layanan Grab Car Di Surabaya." *Agora 5.2* (2017) Pratiwi, A., & Djawoto, D. (2017). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Memilih Grab-Car Di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(11).
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, Jonathan. (2010). *Pintar Menulis Karya Ilmiah*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Slameto. 2010. *Persepsi Masyarakat*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sobur, Alex. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Walgito,B. 2000. *Bimbingan dan Konseling (Studi dan karier)*: Andi Offset. Yogyakarta