

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini teknologi informasi dan komunikasi semakin canggih dan terus berkembang, dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi hampir seluruh kalangan masyarakat menggunakan internet dalam kegiatan sehari-hari. Selain itu pengaksesan informasi dan komunikasi melalui internet terbilang sangat mudah, dengan adanya internet mereka akan merasa terbantu dan lebih mudah mengerjakan tugas-tugasnya, selain itu kemudahan menggunakan internet yaitu dapat mencari informasi yang belum kita ketahui dengan mudah dan cepat dengan hitungan detik saja.

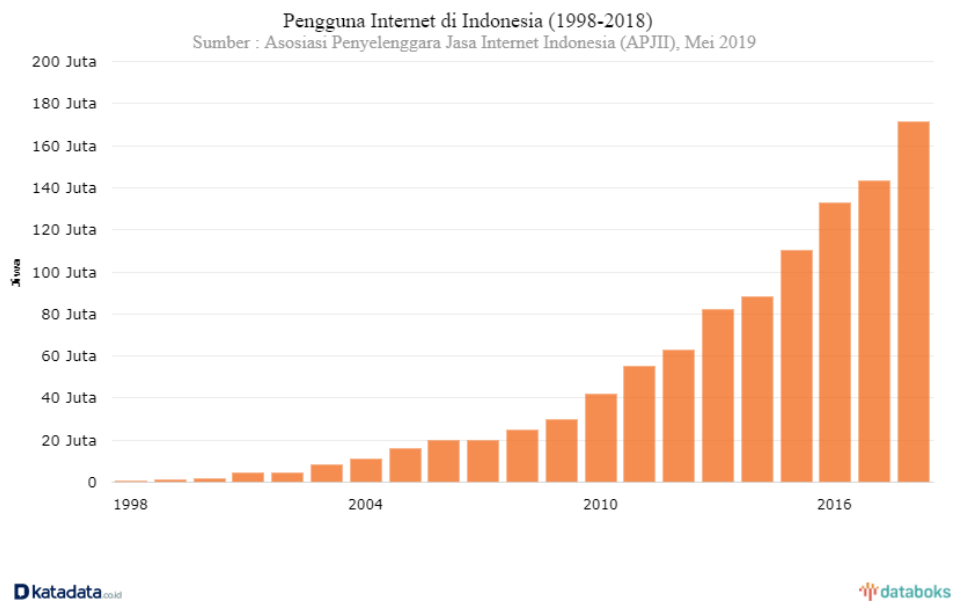
Pengguna internet tidak dibatasi usia, semua kalangan dan semua umur dapat menggunakannya, selain itu penggunaan internet tidak dibatasi siapa saja yang boleh menggunakannya, semua orang diseluruh belahan dunia dapat mengakses dan menggunakan internet selagi mereka membutuhkannya. Yang paling penting kita harus bijak dan selektif dalam menggunakannya, hal yang menurut kita baik dan tidak merugikan orang lain harus kita ambil, sedangkan kebalikannya apabila internet dapat membuat dampak yang negatif kita harus menjauhinya.

Karena cara pengaksesan internet yang terbilang sangat mudah, dan setiap orang membutuhkan internet dalam kehidupan sehari-hari

sehingga pertumbuhan pengguna internet mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 1.1

Pertumbuhan Pengguna Internet Tahun 1998-2018



Sumber : APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia)

Dari data diatas mulai tahun 1998 sampai dengan tahun 2018 dapat disimpulkan mengalami pertumbuhan dan peningkatan yang signifikan. Tahun 2018 angka pertumbuhan pengguna internet mengalami pertumbuhan yang drastis dari tahun-tahun sebelumnya yaitu sebanyak 171,17 juta jiwa.

Karena perkembangan teknologi internet yang semakin pesat banyak perusahaan mulai bermunculan dengan memanfaatkan

perkembangan teknologi informasi tersebut, salah satunya adalah kemunculan beberapa perusahaan penyedia layanan jasa berbasis aplikasi (*e-commerce*). Salah satu perusahaan atau bisnis *e-commerce* yang saat ini banyak dijumpai dalam kehidupan masyarakat yaitu perusahaan jasa transportasi ojek online GOJEK dan GRAB. Penggunaan jasa transportasi ojek online tersebut pun sangat gampang, cukup mengakses aplikasi di *Google Play Store* maka para konsumen dapat menggunakannya.

Transportasi ojek online GOJEK dan GRAB juga melakukan beberapa inovasi yaitu mengembangkan fitur dan layanan yang ditawarkan, selain layanan transportasi juga terdapat beberapa fitur untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup dan logistik di dalam satu aplikasi. Yaitu jasa transportasi ojek (Goride), Gocar, Gosend, Gobox, Gomassage, Goclean, Gofood, Gofood Festival, Gomed, Gopay, Gopoints, Paylater, Gobills, Gopulsa, Goplay, Gotix, Gobiz (www.gojek.com).

Sedangkan GRAB menyediakan layanan transportasi Ojek, Taksi, Mobil, Sewa, Wheels. Selain itu GRAB juga mempunyai layanan Makanan, Pembayaran, Pengiriman, Pembelian Tiket, Belanja, Pulsa, Pembayaran Tagihan, Vidio, Hotel, Rewards, Paket Langganan, Gifts (www.grab.com).

Untuk lebih jelas melihat perbedaan kedua transportasi ojek online tersebut, terdapat tabel dibawah ini.

Tabel 1.1**Perbedaan Transportasi Ojek Online GOJEK dan GRAB**

NO.	Keterangan	GOJEK	GRAB
1	Founder/Pendiri	Nadiem Makarim	Anthony Tan
2	Didirikan	13 Oktober 2010	Juni 2012 2014 (Indonesia)
3	Kantor Pusat	Jakarta, Indonesia	Singapura
4	Pembayaran	Gopay	OVO, Grabpay
5	Follower Instagram (Maret 2020)	936 Ribu pengikut	1 Juta pengikut
6	Wilayah Operasi	Indonesia, Singapura, Vietnam, Thailand	Indonesia, Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam, Myanmar, Kamboja
7	Fitur/Layanan	18 layanan	17 layanan

Sumber : www.gojek.com, www.grab.com, [instagram grabid](https://www.instagram.com/grabid) dan gojekindonesia.com.

Tingkat persaingan GOJEK dan GRAB kian tinggi. Hal ini dapat dilihat dari data Top Brand ojek online antara GOJEK dan GRAB yang mengalami perubahan atau pergantian tiap tahunnya.

Tabel 1.2**Data Top Brand Index (TBI)****Fase 2 Kategori Transportasi Ojek Online****Tahun 2016-2019**

	2016	2017	2018	2019
GOJEK	TOP 80.8	TOP 59.2	44.9	TOP 44.6
GRAB	14.7	28.2	TOP 48.0	43.1

Sumber : (www.topbrand.com)

Dari data TBI Merek Jasa Transportasi Online pada tahun 2016 yang menempati peringkat tertinggi yaitu transportasi ojek online GOJEK sebanyak 80.8 %, pada tahun 2017 transportasi ojek online GOJEK menempati kedudukan yang sama yaitu sebanyak 59.2%, namun pada tahun 2018 yang menempati kedudukan tertinggi pada data top brand index yaitu transportasi ojek online GRAB sebanyak 48.0%, pada tahun 2019 keadaan berubah lagi, data tertinggi ditempati oleh transportasi ojek online GOJEK sebanyak 44.6%.

Karena semakin banyak perusahaan atau bisnis yang memanfaatkan teknologi internet menimbulkan ketatnya persaingan dalam bisnis yang sama atau serupa, seperti transportasi ojek online GOJEK dan

GRAB. Persaingan bisnis yang ketat saat ini membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan usahanya dan berlomba-lomba untuk bersaing mencapai tujuan yang diharapkan. Banyak cara yang dilakukan para pelaku bisnis agar usaha yang dijalankan tetap terus berkembang ditengah-tengah persaingan yang ada. Pemasaran merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen dengan memberikan pelayanan pribadi menyenangkan dan fasilitas yang menunjang. Salah satunya cara pemasaran suatu barang atau jasa yang paling efektif dan efisien melalui proses komunikasi dari mulut ke mulut. *Word of mouth communication* atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan komunikasi pribadi tentang suatu produk antara target pembeli dengan tetangganya, temannya, anggota keluarganya dan orang-orang yang dia kenal (Kotler dan Amstrong, 2014 : 35). *Word of mouth* dapat berupa komentar atau rekomendasi yang disebarkan pelanggan berdasarkan pengalaman yang diterimannya, dengan demikian *Word of mouth communication* sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pihak lain.

Dalam mencapai keberhasilan menggunakan sebuah produk, kepercayaan konsumen sangat berpengaruh. Sebelum memutuskan untuk membeli/menggunakan, konsumen melewati tahap pencarian informasi,

yaitu konsumen akan mencari informasi tentang informasi yang belum mereka ketahui. Informasi yang dicari bisa berupa opini atau pengalaman dari orang lain yang sudah merasakan manfaat dari produk tersebut. *Word of mouth communication* dirasa lebih efektif karena informasi yang didapatkan lebih reliabel dan ulasan-ulasan yang diberikan oleh konsumen lain mempunyai pengaruh yang tinggi sehingga mampu untuk meningkatkan kepercayaan calon konsumen. Banyak orang yang lebih percaya kepada pemasaran secara mulut ke mulut karena mereka akan lebih yakin bahwa ulasan yang diberikan konsumen tersebut jujur sesuai dengan pengalaman yang telah dirasakan.

Hal ini ditunjukkan dengan survei awal yang dilakukan peneliti pada 30 responden yang telah menggunakan jasa transportasi ojek online GOJEK dan GRAB.

Tabel 1.3

Survei Awal Responden

Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online GOJEK dan GRAB

Responden	Memperoleh Informasi Awal dari			
	Teman	Saudara	Tetangga	Lain-Lain
pengguna jasa transportasi ojek online GOJEK dan Grab	26	3	-	1

Sumber : Peneliti

Sebanyak 26 responden mendapat informasi awal mengenai transportasi ojek online GOJEK dan GRAB dari teman dekatnya, sedangkan informasi dari saudara sebanyak 3 responden dan 1 responden mendapat informasi dari melihat iklan.

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa responden yang mendapat informasi awal mengenai transportasi ojek online sebagian besar dari teman dekatnya, sehingga komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication* berpengaruh dalam pengambilan keputusan konsumen, hal ini sesuai dengan manfaat melakukan word of mouth menurut Hasan (2010 : 33). Setelah para calon konsumen mendapatkan cukup informasi yang dipercaya, mereka akan mempertimbangkan dan membandingkan mana yang sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Mereka akan membandingkan kelebihan dan kekurangan dari kedua transportasi ojek online GOJEK dan GRAB sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan transportasi ojek online tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian ”**Analisis Komparasi *Word Of Mouth Communication* Transportasi Ojek Online GOJEK dan GRAB (Studi pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur)**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah “apakah terdapat perbedaan *word of mouth communication* antara transportasi ojek online GOJEK dengan GRAB?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas dapat disusun tujuan penelitian untuk mengetahui perbedaan *word of mouth communication* antara transportasi ojek online GOJEK dengan GRAB.

1.4 Manfaat penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang dikemukakan, adapun manfaat yang diharapkan Antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai solusi alternatif dalam rangka aplikasi antara ilmu yang diperoleh dari lembaga pendidikan terhadap kondisi bisnis yang sebenarnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran yang dapat dijadikan alternatif pengambilan keputusan bagi pihak manajemen perusahaan terutama mengenai *word of mouth communication*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2010. *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.
- A, Muri Yusuf. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*. Yogyakarta : Gaya Media.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- _____ dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Gunawan, Imam. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

- _____. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- _____. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- _____ and Keller, Kevin Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Martono, Nanang. 2015. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muri Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Sernovitz, Andy. 2012. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies get People Talking, New York*. Penerbit: Kaplan Inc.
- Setyaningrum, Ari., Udaya, Jusuf., dan Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan Emarketing)*. Yogyakarta: Andi
- Soewadji, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.

_____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rusdakarya.

Internet :

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/pengguna-internet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta>

[instagram gojekindonesia dan grabid](#)

www.gojek.com

www.grab.com

www.topbrand.com

Lampiran 1 Kuisisioner

KUISISIONER

Responden yang terhormat, perkenalkan saya Darti Wulandari mahasiswa semester akhir Program Studi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur. Saya sedang melakukan penelitian dengan judul “Analisis Komparasi *Word Of Mouth Communication* Transportasi Ojek Online GOJEK dan GRAB (Studi pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur)”. Bersama ini saya mohon kesediaannya untuk mengisi kuisisioner dibawah ini apabila pernah menggunakan jasa transportasi ojek online GOJEK atau GRAB. data yang anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya untuk keperluan penelitian.

Pada pertanyaan dibawah ini , anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan / kondisi yang sebenarnya.

Identitas Responden :

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Angkatan :
5. Transportasi ojek online yang anda gunakan ?

GOJEK GRAB

Petunjuk pengisian pertanyaan :

1. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan checklist (✓) pada kotak yang tersedia.
2. Mohon supaya menjawab atau jawaban yang paling sesuai untuk setiap pertanyaan.

Kriteria Penilaian :

No.	Pernyataan	Keterangan	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	RG	Ragu	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

WORD OF MOUTH COMMUNICATION

TRANSPORTASI OJEK ONLINE GOJEK

Variabel Talkers						
Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui komunikasi personal dengan orang-orang terdekat (keluarga/teman/tetangga) terkait dengan transportasi ojek online GOJEK						
No.	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Saya mengetahui transportasi ojek online GOJEK melalui informasi yang saya peroleh dari orang-orang (teman, saudara/kerabat, tetangga, review internet atau pemberi informasi lainnya)					
2.	Pemberi informasi mempunyai pengalaman dan informasi lebih mengenai transportasi ojek online GOJEK					
3.	Pemberi informasi menyampaikan pesan secara lugas dan jelas sehingga saya dapat mengerti maksud yang disampaikan					

Variabel Topics						
Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui komunikasi personal dengan orang-orang terdekat (keluarga/teman/tetangga) terkait dengan transportasi ojek online GOJEK						
No.	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Penggunaan fitur/aplikasi transportasi ojek online GOJEK sangat mudah					
2.	Transportasi ojek online GOJEK memberikan banyak diskon/potongan harga kepada para konsumennya					
3.	Menurut pemberi informasi pelayanan driver transportasi ojek online GOJEK sangat ramah dan baik					

Variabel Tools						
Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui komunikasi personal dengan orang-orang terdekat (keluarga/teman/tetangga) terkait dengan transportasi ojek online GOJEK						
No.	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Aplikasi/fitur transportasi ojek online GOJEK sangat membantu saya mendapatkan informasi yang belum saya mengerti					

2.	Informasi mengenai transportasi ojek online GOJEK mudah didapat melalui media sosial (seperti : instagram, facebook, twitter)					
3.	Informasi mengenai transportasi ojek online GOJEK sering saya dengar saat pertemuan-pertemuan tertentu (seperti : perkuliahan, arisan, pertemuan keluarga, kumpul komunitas)					

Variabel Taking Part

Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui komunikasi personal dengan orang-orang terdekat (keluarga/teman/tetangga) terkait dengan transportasi ojek online GOJEK						
No.	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Saat saya merasa kekurangan informasi mengenai transportasi ojek online GOJEK, pihak driver dengan suka rela memberikan informasi yang saya butuhkan					
2.	Perusahaan sering melakukan follow up/penyebaran informasi-informasi terbaru tentang transportasi ojek online GOJEK melalui iklan dan media sosial lainnya					
3.	Pihak driver cepat dan tanggap dalam proses penjemputan dengan bantuan google maps					

Variabel Tracking

Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui komunikasi personal dengan orang-orang terdekat (keluarga/teman/tetangga) terkait dengan transportasi ojek online GOJEK						
No.	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Pemberian kritik dan saran terhadap perusahaan transportasi ojek online GOJEK sangat mudah					
2.	Perusahaan transportasi ojek online GOJEK menerima dan terbuka atas kritik dan saran dari para konsumen					
3.	Perusahaan transportasi ojek online GOJEK tanggap menangani keluhan dari para konsumen					

***** TERIMA KASIH ATAS KERJASAMA ANDA *****

WORD OF MOUTH COMMUNICATION

TRANSPORTASI OJEK ONLINE GRAB

Variabel Talkers						
Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui komunikasi personal dengan orang-orang terdekat (keluarga/teman/tetangga) terkait dengan transportasi ojek online GRAB						
No.	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Saya mengetahui transportasi ojek online GRAB melalui informasi yang saya peroleh dari orang-orang (teman, saudara/kerabat, tetangga, review internet atau pemberi informasi lainnya)					
2.	Pemberi informasi mempunyai pengalaman dan informasi lebih mengenai transportasi ojek online GRAB					
3.	Pemberi informasi menyampaikan pesan secara lugas dan jelas sehingga saya dapat mengerti maksud yang disampaikan					

Variabel Topics						
Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui komunikasi personal dengan orang-orang terdekat (keluarga/teman/tetangga) terkait dengan transportasi ojek online GRAB						
No.	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Penggunaan fitur/aplikasi transportasi ojek online GRAB sangat mudah					
2.	Transportasi ojek online GRAB memberikan banyak diskon/potongan harga kepada para konsumennya					
3.	Menurut pemberi informasi pelayanan driver transportasi ojek online GRAB sangat ramah dan baik					

Variabel Tools						
Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui komunikasi personal dengan orang-orang terdekat (keluarga/teman/tetangga) terkait dengan transportasi ojek online GRAB						
No.	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Aplikasi/fitur transportasi ojek online GRAB sangat membantu saya mendapatkan informasi yang belum saya mengerti					

2.	Informasi mengenai transportasi ojek online GRAB mudah didapat melalui media sosial (seperti : instagram, facebook, twitter)					
3.	Informasi mengenai transportasi ojek online GRAB sering saya dengar saat pertemuan-pertemuan tertentu (seperti : perkuliahan, arisan, pertemuan keluarga, kumpul komunitas)					

Variabel Taking Part

Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui komunikasi personal dengan orang-orang terdekat (keluarga/teman/tetangga) terkait dengan transportasi ojek online GRAB

No.	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Saat saya merasa kekurangan informasi mengenai transportasi ojek online GRAB, pihak driver dengan suka rela memberikan informasi yang saya butuhkan					
2.	Perusahaan sering melakukan follow up/penyebaran informasi-informasi terbaru tentang transportasi ojek online GRAB melalui iklan dan media sosial lainnya					
3.	Pihak driver cepat dan tanggap dalam proses penjemputan dengan bantuan google maps					

Variabel Tracking

Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui komunikasi personal dengan orang-orang terdekat (keluarga/teman/tetangga) terkait dengan transportasi ojek online GRAB

No.	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Pemberian kritik dan saran terhadap perusahaan transportasi ojek online GRAB sangat mudah					
2.	Perusahaan transportasi ojek online GRAB menerima dan terbuka atas kritik dan saran dari para konsumen					
3.	Perusahaan transportasi ojek online GRAB tanggap menangani keluhan dari para konsumen					

***** TERIMA KASIH ATAS KERJASAMA ANDA *****

Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden

Kelompok 1 (GOJEK)

Talker					Topics				
NO.	SOAL 1	SOAL 2	SOAL 3	TOTAL	NO.	SOAL 4	SOAL 5	SOAL 6	TOTAL
1	4	4	4	12	1	4	4	4	12
2	4	4	4	12	2	3	2	3	8
3	4	4	3	11	3	3	4	2	9
4	4	4	3	11	4	4	3	2	9
5	4	4	4	12	5	4	4	1	9
6	3	4	3	10	6	4	4	2	10
7	5	4	3	12	7	4	5	2	11
8	4	4	4	12	8	4	4	4	12
9	4	4	4	12	9	4	4	3	11
10	4	4	4	12	10	4	4	4	12
11	5	5	5	15	11	5	5	3	13
12	3	4	4	11	12	4	4	4	12
13	4	4	4	12	13	5	5	4	14
14	4	4	4	12	14	4	4	4	12
15	4	4	4	12	15	4	4	4	12
16	4	5	5	14	16	5	5	4	14
17	4	4	4	12	17	4	4	3	11
18	4	4	4	12	18	3	3	2	8
19	4	4	4	12	19	3	3	4	10
20	3	3	3	9	20	4	4	3	11
21	4	4	4	12	21	4	4	4	12
22	5	5	5	15	22	5	5	3	13
23	4	3	4	11	23	4	4	3	11
24	4	3	4	11	24	2	4	2	8
25	4	4	4	12	25	4	4	3	11
26	4	4	4	12	26	4	4	3	11
27	5	5	5	15	27	5	5	4	14
28	4	4	4	12	28	4	3	4	11
29	4	4	4	12	29	4	4	3	11
30	4	3	4	11	30	4	4	3	11
31	4	4	4	12	31	4	4	3	11
32	4	4	5	13	32	3	5	3	11

33	2	4	4	10	33	4	4	2	10
34	4	4	4	12	34	4	4	4	12
35	4	5	5	14	35	5	5	3	13
36	5	5	4	14	36	5	5	4	14
37	4	4	4	12	37	5	5	3	13
38	4	4	4	12	38	4	4	4	12
39	4	4	4	12	39	5	5	4	14
40	4	4	4	12	40	4	4	4	12
41	4	4	4	12	41	4	4	4	12
42	5	4	5	14	42	5	4	3	12
43	4	4	4	12	43	4	4	5	13
44	4	3	4	11	44	5	4	3	12
45	4	3	4	11	45	4	4	3	11
46	4	4	4	12	46	4	4	3	11
47	3	3	4	10	47	5	5	5	15
48	4	4	4	12	48	5	5	3	13
49	4	4	4	12	49	5	5	4	14
50	4	4	4	12	50	4	4	4	12

Tools					Taking Part				
NO.	SOAL 7	SOAL 8	SOAL 9	TOTAL	NO.	SOAL 10	SOAL 11	SOAL 12	TOTAL
1	4	4	4	12	1	4	4	4	12
2	3	3	4	10	2	4	3	3	10
3	4	4	3	11	3	4	3	4	11
4	4	3	3	10	4	3	3	3	9
5	3	4	4	11	5	4	3	3	10
6	3	4	4	11	6	3	3	4	10
7	4	4	4	12	7	4	4	3	11
8	4	4	4	12	8	4	3	3	10
9	4	3	4	11	9	4	3	4	11
10	4	4	4	12	10	4	4	4	12
11	3	5	5	13	11	5	4	4	13
12	3	4	4	11	12	4	4	3	11
13	4	3	5	12	13	2	3	3	8
14	4	4	3	11	14	4	4	4	12
15	4	4	4	12	15	5	3	4	12
16	4	5	4	13	16	4	4	3	11
17	4	5	3	12	17	5	4	3	12

18	3	4	4	11	18	4	3	3	10
19	4	4	3	11	19	4	3	4	11
20	3	4	4	11	20	3	5	4	12
21	3	4	4	11	21	4	3	4	11
22	3	4	4	11	22	4	4	4	12
23	3	4	3	10	23	4	4	3	11
24	3	3	4	10	24	3	4	3	10
25	4	4	3	11	25	4	5	4	13
26	4	4	5	13	26	4	3	4	11
27	4	4	4	12	27	5	4	5	14
28	5	4	4	13	28	4	3	4	11
29	4	4	3	11	29	4	3	4	11
30	3	4	3	10	30	4	3	4	11
31	4	4	4	12	31	4	5	4	13
32	3	4	4	11	32	4	4	5	13
33	3	4	4	11	33	4	2	4	10
34	4	4	4	12	34	4	3	4	11
35	3	5	4	12	35	4	3	3	10
36	5	5	4	14	36	5	4	5	14
37	3	4	3	10	37	4	4	4	12
38	3	4	4	11	38	4	3	4	11
39	4	4	3	11	39	5	3	4	12
40	4	4	5	13	40	4	3	5	12
41	4	4	4	12	41	4	5	4	13
42	3	4	4	11	42	5	3	4	12
43	3	5	4	12	43	4	3	4	11
44	3	4	3	10	44	4	3	3	10
45	4	3	4	11	45	4	2	4	10
46	3	3	4	10	46	4	3	3	10
47	4	3	3	10	47	4	3	4	11
48	4	4	5	13	48	5	4	4	13
49	4	4	4	12	49	4	4	4	12
50	4	4	5	13	50	4	4	4	12

Tracking				
NO.	SOAL 13	SOAL 14	SOAL 15	TOTAL
1	4	4	4	12
2	3	3	3	9

3	2	2	4	8
4	4	4	4	12
5	1	3	4	8
6	3	3	3	9
7	4	5	5	14
8	3	4	5	12
9	4	3	3	10
10	4	4	4	12
11	4	5	5	14
12	4	4	4	12
13	5	5	5	15
14	4	4	4	12
15	4	4	3	11
16	3	4	3	10
17	3	4	4	11
18	2	3	2	7
19	3	4	2	9
20	4	4	4	12
21	4	4	4	12
22	4	4	5	13
23	3	3	4	10
24	2	3	2	7
25	3	4	4	11
26	4	4	4	12
27	4	4	4	12
28	4	4	3	11
29	2	2	4	8
30	3	3	3	9
31	4	4	4	12
32	3	4	4	11
33	2	3	4	9
34	4	4	4	12
35	3	4	3	10
36	4	5	5	14
37	4	4	4	12
38	3	3	4	10
39	2	4	3	9
40	4	4	4	12
41	4	4	4	12

42	3	4	5	12
43	4	4	4	12
44	3	3	3	9
45	2	4	4	10
46	3	4	4	11
47	3	3	3	9
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	4	4	4	12

Kelompok 2 (GRAB)

Talker					Topics				
NO.	SOAL 1	SOAL 2	SOAL 3	TOTAL	NO.	SOAL 4	SOAL 5	SOAL 6	TOTAL
1	4	4	4	12	1	4	4	3	11
2	4	4	4	12	2	4	3	3	10
3	5	5	4	14	3	5	5	3	13
4	4	5	4	13	4	5	5	3	13
5	4	4	4	12	5	4	4	4	12
6	4	3	4	11	6	5	5	4	14
7	4	4	4	12	7	5	4	4	13
8	5	5	4	14	8	3	4	4	11
9	4	4	4	12	9	5	4	4	13
10	4	4	4	12	10	4	4	3	11
11	4	4	5	13	11	5	5	5	15
12	4	4	4	12	12	4	2	4	10
13	4	4	4	12	13	5	5	3	13
14	5	5	5	15	14	5	4	3	12
15	5	5	5	15	15	4	4	4	12
16	4	4	4	12	16	5	5	4	14
17	4	5	5	14	17	4	5	3	12
18	4	4	4	12	18	5	5	2	12
19	4	4	4	12	19	4	4	4	12
20	5	4	4	13	20	5	4	4	13
21	5	5	4	14	21	5	4	5	14
22	4	4	4	12	22	4	4	4	12

23	4	4	4	12	23	5	4	3	12
24	4	4	5	13	24	5	5	4	14
25	4	4	4	12	25	4	4	4	12
26	4	5	5	14	26	5	4	5	14
27	4	4	4	12	27	4	4	2	10
28	4	4	4	12	28	3	4	3	10
29	5	4	4	13	29	4	5	3	12
30	5	5	3	13	30	4	4	3	11
31	5	4	5	14	31	5	5	4	14
32	4	4	4	12	32	3	4	3	10
33	4	4	4	12	33	5	5	5	15
34	4	5	5	14	34	5	4	4	13
35	5	5	4	14	35	4	4	3	11
36	5	4	4	13	36	4	4	4	12
37	5	5	5	15	37	5	5	3	13
38	4	4	4	12	38	5	5	3	13
39	4	3	4	11	39	4	4	3	11
40	4	4	4	12	40	4	4	3	11
41	4	4	4	12	41	4	4	4	12
42	4	5	5	14	42	5	5	4	14
43	4	4	4	12	43	3	4	3	10
44	4	4	2	10	44	4	4	3	11
45	5	5	5	15	45	4	4	3	11
46	4	4	4	12	46	5	5	3	13
47	4	4	4	12	47	4	4	3	11
48	4	4	4	12	48	4	4	4	12
49	4	4	4	12	49	4	4	4	12
50	4	4	4	12	50	5	4	4	13

Tools					Taking Part				
NO.	SOAL 7	SOAL 8	SOAL 9	TOTAL	NO.	SOAL 10	SOAL 11	SOAL 12	TOTAL
1	5	4	5	14	1	5	3	3	11
2	5	3	3	11	2	4	2	2	8
3	4	4	5	13	3	4	4	4	12
4	4	4	4	12	4	4	3	3	10
5	4	4	4	12	5	4	4	4	12
6	5	4	5	14	6	4	4	3	11

7	4	5	4	13	7	5	5	5	15
8	3	4	5	12	8	5	3	4	12
9	4	4	4	12	9	4	4	4	12
10	4	3	4	11	10	4	3	4	11
11	4	4	5	13	11	5	5	4	14
12	4	4	5	13	12	4	4	4	12
13	4	5	4	13	13	5	3	5	13
14	4	4	4	12	14	5	5	5	15
15	5	5	4	14	15	5	3	5	13
16	4	4	4	12	16	4	4	5	13
17	4	5	4	13	17	4	4	4	12
18	4	4	5	13	18	4	4	4	12
19	4	4	4	12	19	4	4	4	12
20	5	5	4	14	20	4	4	4	12
21	5	5	4	14	21	5	4	4	13
22	4	4	5	13	22	4	3	3	10
23	4	4	3	11	23	5	3	4	12
24	5	5	5	15	24	5	3	5	13
25	4	4	4	12	25	4	3	4	11
26	5	4	5	14	26	4	5	5	14
27	4	4	4	12	27	4	4	4	12
28	4	4	4	12	28	4	3	4	11
29	5	4	5	14	29	4	4	5	13
30	4	5	5	14	30	3	3	4	10
31	4	4	5	13	31	5	3	4	12
32	4	4	3	11	32	4	3	4	11
33	4	4	5	13	33	4	4	4	12
34	5	5	4	14	34	4	3	5	12
35	5	5	4	14	35	4	4	5	13
36	4	4	5	13	36	4	3	4	11
37	5	5	4	14	37	5	4	4	13
38	4	4	3	11	38	4	3	3	10
39	3	4	4	11	39	4	3	4	11
40	4	4	3	11	40	4	3	4	11
41	4	4	4	12	41	4	3	4	11
42	4	4	4	12	42	4	3	4	11
43	3	4	4	11	43	4	3	4	11
44	4	4	4	12	44	4	3	5	12

45	4	4	3	11	45	4	4	4	12
46	4	4	3	11	46	4	4	4	12
47	4	4	3	11	47	5	4	5	14
48	3	4	4	11	48	4	3	4	11
49	3	4	3	10	49	4	4	4	12
50	4	4	3	11	50	4	4	4	12

Tracking				
NO.	SOAL 13	SOAL 14	SOAL 15	TOTAL
1	4	4	5	13
2	4	4	5	13
3	4	5	5	14
4	4	4	4	12
5	4	4	4	12
6	3	4	4	11
7	4	4	4	12
8	5	4	5	14
9	4	4	4	12
10	4	4	4	12
11	4	4	5	13
12	3	4	4	11
13	4	4	5	13
14	4	4	5	13
15	5	5	5	15
16	4	4	4	12
17	4	4	4	12
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	2	4	2	8
21	5	4	5	14
22	4	4	4	12
23	3	3	3	9
24	3	3	5	11
25	4	3	4	11
26	5	4	5	14
27	4	4	4	12
28	3	4	4	11
29	5	4	4	13

30	3	3	5	11
31	4	5	3	12
32	3	3	4	10
33	4	5	5	14
34	4	4	4	12
35	4	5	5	14
36	4	3	5	12
37	4	4	5	13
38	4	4	5	13
39	3	3	4	10
40	4	4	4	12
41	4	4	4	12
42	2	4	5	11
43	3	3	4	10
44	4	3	4	11
45	2	4	4	10
46	3	4	4	11
47	3	4	4	11
48	4	3	4	11
49	3	4	4	11
50	3	4	4	11

Lampiran 3 Teknik Uji Instrumen dan Analisis Data

Uji Validitas dan Reliabilitas GOJEK

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	53.2800	24.124	.459	.480	.813
VAR00002	53.3000	23.765	.556	.578	.808
VAR00003	53.2400	24.635	.396	.641	.817
VAR00004	53.1400	22.817	.555	.650	.806
VAR00005	53.1200	23.128	.522	.595	.808
VAR00006	53.9800	22.796	.414	.602	.818
VAR00007	53.6600	24.841	.293	.462	.822
VAR00008	53.3200	24.344	.416	.491	.816
VAR00009	53.4200	24.616	.305	.408	.822
VAR00010	53.2400	24.472	.358	.530	.819
VAR00011	53.8000	24.122	.316	.414	.823
VAR00012	53.5000	24.337	.373	.376	.818
VAR00013	53.9200	21.830	.557	.749	.805
VAR00014	53.5200	22.173	.682	.625	.797
VAR00015	53.4800	22.826	.474	.418	.812

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.824	.827	15

Uji Validitas dan Reliabilitas GRAB

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
soal1	56.8000	17.347	.372	.421	.752
soal2	56.8200	16.804	.434	.584	.746
soal3	56.9000	16.663	.436	.450	.746
soal4	56.6800	16.344	.422	.524	.746
soal5	56.8000	17.143	.284	.411	.759
soal6	57.5200	16.704	.297	.300	.759
soal7	56.9200	16.728	.398	.364	.749
soal8	56.8800	16.965	.433	.469	.747
soal9	56.9600	16.529	.328	.312	.756
soal10	56.8200	17.171	.384	.370	.751
soal11	57.5000	16.337	.389	.373	.749
soal12	56.9600	16.815	.317	.378	.756
soal13	57.3400	16.311	.352	.398	.754
soal14	57.1600	16.668	.439	.355	.746
soal15	56.7800	16.787	.327	.336	.755

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.764	.775	15

Uji Normalitas

		Tests of Normality					
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	OJEK ONLINE	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
WOM	GOJEK	.155	50	.004	.970	50	.227
	GRAB	.126	50	.047	.957	50	.069

a. Lilliefors Significance Correction

Uji Homogenitas

		Test of Homogeneity of Variances			
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
WOM	Based on Mean	1.005	1	98	.319
	Based on Median	.578	1	98	.449
	Based on Median and with adjusted df	.578	1	94.055	.449
	Based on trimmed mean	1.122	1	98	.292

Uji Independent Sample T-Test

		Group Statistics			
	OJEK ONLINE	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
WOM	GOJEK	50	57.28	5.179	.732
	GRAB	50	61.06	4.349	.615

		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower		Upper
WOM	Equal variances assumed	.1005	.319	-3.952	98	.000	-3.780	.956	-5.678	-8.881
	Equal variances not assumed			-3.952	95.158	.000	-3.780	.956	-5.679	-1.881