

PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN DAN RISIKO KESEHATAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN KEMBALI LAYANAN TRANSPORTASI *ONLINE* PADA MASA PANDEMI COVID-19

Erwan Hugo Sihotang¹, Ira Siti Sarah²

¹Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012
E-mail : erwanhugos@gmail.com

²Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012
E-mail : ira.sarah@polban.ac.id

ABSTRAK

Sebelum masa pandemi Covid-19, layanan transportasi *online* menjadi pilihan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Pada awal tahun 2020 terhitung jumlah pengguna layanan transportasi *online* mencapai hingga 21,7 juta pengguna. Namun, setelah masa pandemi pengguna layanan transportasi *online* mengalami penurunan. Kepercayaan konsumen dan persepsi akan risiko kesehatan menjadi sorotan untuk menggunakan kembali layanan tersebut. Penelitian ini akan membahas bagaimana tingkat kepercayaan dan persepsi risiko kesehatan mempengaruhi minat menggunakan kembali layanan transportasi *online* pada masa pandemi Covid-19. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana kepercayaan dan risiko kesehatan mempengaruhi minat menggunakan kembali layanan transportasi *online*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif survey ekplanatori dengan menggunakan 201 sampel responden yang pernah menggunakan layanan transportasi *online* di Bandung Raya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan berdasarkan uji T secara parsial kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali sedangkan risiko kesehatan berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan kembali. Berdasarkan uji F secara simultan kepercayaan dan risiko kesehatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali layanan transportasi *online*. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh layanan transportasi *online* untuk mempertahankan dan meningkatkan layanannya terhadap konsumen.

Kata Kunci

Pandemi Covid-19, Kepercayaan, Risiko Kesehatan, Minat Menggunakan Kembali, Layanan Transportasi Online

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal tersebut memberikan perubahan terhadap gaya hidup dari manusia dalam melakukan berbagai macam aktivitasnya menjadi lebih mudah dan praktis. Perkembangan teknologi beserta manfaatnya mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan teknologi. Minat penggunaan teknologi tidak luput dari peran para pengguna internet. Dari 8,5 miliar penduduk di dunia pada tahun 2019, terdapat 41% atau sekitar 3,3 miliar penduduk telah menggunakan atau mengakses internet. Pada tahun 2018, di Indonesia terdapat sekitar 171,13 juta jiwa atau sekitar 64,8% dari 264 juta yang terhubung dengan internet [1]. Pada tahun 2019 pengguna internet mengalami kenaikan menjadi 184,94 juta jiwa dan pada tahun 2020 pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta atau sekitar 73,7% dari jumlah populasi. [2]. Layanan transportasi online atau ride-hailing merupakan layanan yang memiliki sejumlah

keunggulan yaitu kemudahan penggunaan, waktu tunggu yang singkat, serta harga yang terjangkau [3].

Pangsa pasar dari layanan transportasi online terus mengalami peningkatan. Berdasarkan riset Google, Temasek dan Bain & Company yang bertajuk e-Conomy SEA 2019, di kawasan Asia Tenggara (Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Filipina, dan Malaysia), layanan transportasi online pada tahun 2015 memiliki pangsa pasar senilai 3 miliar dollar Amerika. Pada tahun 2019 meningkat menjadi 12,7 miliar dollar Amerika, dan diproyeksikan pada tahun 2025 akan meningkat menjadi 40 dollar Amerika. Pada tahun 2015 pangsa pasar layanan transportasi online mencapai 980 juta dollar Amerika. Lalu, pada tahun 2019 meningkat menjadi 5,7 miliar dollar Amerika dan diproyeksikan akan meningkat menjadi 18 miliar dollar Amerika pada tahun 2025. Selain pangsa pasar, jumlah pesanan transportasi online di kawasan Asia Tenggara pun mengalami peningkatan, grafik peningkatan jumlah pesanan. Jumlah pengguna

aktif layanan transportasi online di kawasan Asia Tenggara pada tahun 2015 sebesar 8 juta pengguna. Pada tahun 2018 pengguna aktif meningkat sebesar hampir 5 kali lipat mencapai 35 juta pengguna [4].

Di Negara Indonesia layanan transportasi online sangat diminati oleh masyarakat. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya pengguna dari jasa transportasi online, pada tahun 2020 terdapat 21,7 juta masyarakat Indonesia yang menggunakan jasa transportasi online [5]. Jumlah pesanan pada layanan transportasi online di kawasan Asia Tenggara sejumlah 1,5 juta pesanan pada tahun 2015 dan meningkat lebih dari empat kali lipat menjadi 8 juta pesanan pada tahun 2018 [4].

Namun demikian, sejak tahun 2020 dunia mengalami pandemi yang berkepanjangan hingga saat ini yaitu penyebaran Virus COVID-19. Pandemi Covid-19 memberikan tantangan baru pada bidang kesehatan dan memiliki dampak pada kestabilan perekonomian. IMF dan Bank dunia memprediksi pandemi Covid-19 telah memicu resesi ekonomi secara global [6]. Hal tersebut berdampak juga pada dunia usaha, salah satunya pada layanan transportasi online atau ride-hailing. Berdasarkan laporan e-Conomy SEA yang disusun Google, Termasek, dan Bain & Company, terjadi penurunan pada pendapatan dari layanan transportasi online sebesar 68% dari 10 miliar dollar Amerika pada tahun 2019 menjadi 3 miliar dollar Amerika pada tahun 2020. Hal tersebut terjadi karena terbatasnya mobilitas dari masyarakat pada masa pandemi Covid-19 dan juga menurunnya jumlah permintaan akan pemesanan makanan sebesar 18% dari 6 miliar dollar Amerika pada 2019 menjadi 5 miliar dollar Amerika pada 2020.

Pada masa pandemi saat ini, keamanan dari penularan virus Covid-19 akan memberi pengaruh kepada kepercayaan dari para konsumen dan risiko kesehatan yang akan diterima saat menggunakan kembali layanan transportasi online. Kepercayaan pelanggan dapat dikonseptualisasikan sebagai keadaan psikologis seseorang yang memotivasi untuk menerima akibat yang tidak dapat diduga sebelumnya dan secara khusus didasarkan pada harapan yang menguntungkan mengenai niat dan perilaku dari pihak lain [7]. Meskipun saat ini layanan ride-hailing telah diwajibkan mematuhi protokol kesehatan, masyarakat belum memiliki rasa percaya terhadap penggunaan layanan tersebut [8]. Ketika membeli produk atau menggunakan layanan di saat pandemi, pelanggan merasa khawatir mengenai apakah kebutuhan mereka dapat terpenuhi tanpa membahayakan kesehatan mereka [9].

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana tingkat kepercayaan konsumen dan persepsi risiko kesehatan mempengaruhi minat menggunakan kembali layanan transportasi *online* pada masa pandemic Covid-

19. metode pendekatan kuantitatif survey eksplanatori. Metode ini bertujuan untuk mengetahui mengapa suatu konsep atau peristiwa terjadi serta apa saja yang menjadi penyebabnya, peneliti akan melakukan verifikasi suatu variabel dan hipotesis yang dikembangkan dengan teoritis kepada responden melalui distribusi kuesioner [10].

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepercayaan

Referensi [11] mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya kepada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan kepada pihak lain tersebut. Kepercayaan sebagai kesediaan dari pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan bergantung kepada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi. Seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran, dan kebaikan [12].

Referensi [13] menyatakan bahwa ada dua dimensi kepercayaan, yaitu *Trusting Belief* yang terdiri dari *benevolence* (Niat baik), *Integrity* (Integritas), *Competence* (Kompetensi) dan *Trusting Intention* yang terdiri dari *willingness to depend*, *subjective probability of depending*.

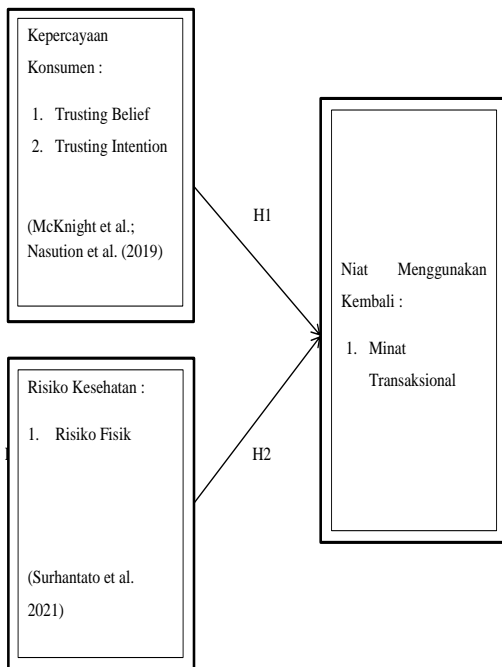
2.2 Risiko Kesehatan

Risiko kesehatan dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bahwa kinerja dari suatu produk atau jasa mengakibatkan bahaya kesehatan bagi konsumen [24]. Risiko kesehatan merupakan masalah penting yang sangat mempengaruhi perilaku pelanggan. Karena risiko kesehatan pada saat penggunaan atau pembelian dapat mengubah keyakinan konsumen tentang produk atau layanan dan perilaku mereka pada masa yang akan datang [14]. Semakin besar risiko kesehatan, semakin banyak pelanggan pembeli menghadapi ketidakpastian apakah pembelian mereka aman. Ambiguitas ini dapat menghentikan pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk [15]. Risiko kesehatan menggunakan dimensi risiko fisik.

2.3 Niat Menggunakan Kembali

Niat membeli ulang merupakan bagian dari apa yang direncanakan oleh konsumen yang dapat memberikan dorongan terhadap kesediaannya untuk melakukan pembelian ulang atas produk yang telah dibeli sebelumnya [16]. Jika pelanggan telah melakukan pembelian satu kali, hal tersebut memungkinkan dia untuk melakukan pembelian ulang, Artinya pelanggan berulang kali mengkonsumsi atau menggunakan layanan atau produk serupa dari penjual serupa. Padahal

pembelian kembali adalah yang sebenarnya tindakan, niat membeli kembali menunjukkan keputusan pelanggan untuk terlibat dalam aktivitas masa depan dengan pengecer, pemasok, atau produsen [17]. Terdapat dimensi yang dapat menentukan niat menggunakan kembali atau repurchase intention menurut Menurut Hawkins et.al., dalam [18] pada variabel ini yaitu Minat transaksional, Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Indikator ini dapat dinilai dari minat konsumen untuk melakukan pembelian atau menggunakan suatu produk atau layanan yang ada dalam aplikasi transportasi online.



Gambar 1 Model Penelitian

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang sudah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1: Adanya pengaruh positif tingkat kepercayaan terhadap niat menggunakan kembali layanan transportasi online pada masa pandemi Covid-19.

H2: Adanya pengaruh negatif risiko kesehatan terhadap niat menggunakan kembali layanan transportasi online pada masa pandemi Covid-19.

H3: Adanya pengaruh antara tingkat kepercayaan dan risiko kesehatan secara simultan terhadap niat menggunakan kembali layanan transportasi online pada masa pandemi Covid-19

3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode dengan pendekatan kuantitatif survey eksplanatori. Pemilihan metode ini dilakukan agar dapat mengetahui mengapa konsumen tetap menggunakan layanan transportasi online pada masa pandemi Covid-19, serta apa saja yang mempengaruhinya dan apa yang akan terjadi selanjutnya. Penelitian ini menggunakan variabel kepercayaan (X1), risiko kesehatan (X2), dan niat menggunakan kembali (Y). Data akan dikumpulkan menggunakan distribusi kuesioner yang kemudian akan diteliti mengenai pengaruh yang diberikan oleh kepercayaan dan risiko kesehatan terhadap niat menggunakan kembali.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian [19]. populasi yang akan diambil adalah pengguna atau konsumen yang pernah menggunakan layanan transportasi online di Bandung Raya populasi dalam penelitian ini merupakan populasi yang tidak terhingga, untuk itu penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara jumlah indikator dikalikan 5 sampai 10 [20]. Sehingga sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan pengguna layanan transportasi online pada masa pandemi Covid-19.

3.3 Analisis Data

Data diolah dan dianalisis menggunakan SPSS 25, uji validitas dan reliabilitas digunakan dalam penelitian ini yang bertujuan untuk menentukan level yang valid dan terpercaya pada setiap item pertanyaan dalam variabel. Lebih lanjut, Sugiyono memaparkan jika hasil perhitungan R hitung lebih besar dari R tabel maka item pertanyaan dapat diandalkan. Selanjutnya dilakukan koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan dan risiko kesehatan terhadap minat menggunakan kembali. Lalu dilakukan uji hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari kepercayaan, risiko kesehatan, dan minat menggunakan kembali.

4. HASIL PENELITIAN

4.1 Profil Responden

Total responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 222 orang namun terdapat 21 orang yang tidak memenuhi kriteria. Jadi penelitian ini menggunakan sebanyak 201 orang yang pernah menggunakan layanan transportasi online di Bandung

Raya. Untuk presentasi dari data demografi responden dapat dilihat secara detail pada tabel 1 berikut:

Tabel 1 Profil Responden

Demografi	Frekuensi	%
Jenis Kelamin		
Laki – laki	88	43.8%
Perempuan	113	56.2%
Usia		
<20 tahun	16	8%
21-30 tahun	145	72
31-40 tahun	16	8%
41-50 tahun	13	6.5%
>50 tahun	11	5.5%
Pendidikan Terakhir		
SD atau sederajat	1	0.5%
SMP atau sederajat	0	0%
SMA/SMK atau sederajat	121	60.2%
D3 atau sederajat	26	12.9%
Sarjana (D4/S1)	50	24.9%
Pascasarjana (S2)	3	1.5%
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	126	62.7%
Wiraswasta	14	7%
Karyawan Swasta	30	14.9%
PNS	9	4.5%
Lain-lain	22	10.9%
Pendapatan (per Bulan)		
< 1.000.000	67	33.3%
1.000.000 - 3.000.000	75	37.3%
3.000.000 - 5.000.000	29	14.4%
5.000.000 - 7.000.000	22	10.9%
>7.000.000	8	4%
Penggunaan sebelum masa pandemi		
Tidak Pernah	4	2%
1-5 kali	123	61.2%
>5 kali	74	36.8%
Penggunaan selama masa pandemi		
Tidak Pernah	40	19.9%
1-5 kali	122	60.7%
>5 kali	39	19.4%

4.2 Hasil Analisis Data

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas pada penelitian ini. Untuk mengetahui variabel tersebut reliabel atau tidak dapat dilihat dari nilai Cronbach Alpha, jika nilainya lebih dari 0.7 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel atau terpercaya . Kemudian, untuk uji validitas, suatu pernyataan dinyatakan valid jika nilainya

melebihi r tabel (0.3610). Berikut ini hasil dari uji validitas dan reliabilitas.

Tabel 2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach Alpha	Keterangan
Kepercayaan			
Pada masa pandemi Covid-19, layanan transportasi <i>online</i> memiliki komitmen untuk mengutamakan perlindungan terhadap pelanggan dan lingkungan	0.893	0.880	Valid dan Reliabel
Pada masa pandemi Covid-19, layanan transportasi <i>online</i> tahu bagaimana memberikan pelayanan yang sangat baik	0.908		Valid dan Reliabel
Pada masa pandemi Covid-19, layanan transportasi <i>online</i> dapat membantu saya dalam memenuhi kebutuhan	0,814		Valid dan Reliabel
Pada masa pandemi Covid-19, layanan transportasi <i>online</i> memiliki kemampuan yang handal dan terpercaya dalam memberikan pelayanan	0,829		Valid dan Reliabel

Risiko Kesehatan			
Saya merasa khawatir akan risiko penularan virus dari pengemudi	0.798	0.760	Valid dan Reliabel
Saya merasa khawatir akan risiko penularan virus dari makanan yang saya pesan	0.783		Valid dan Reliabel
Saya merasa khawatir akan risiko penularan virus dari kemasan barang atau makanan	0,866		Valid dan Reliabel
Saya merasa khawatir akan risiko penularan virus dari alat yang disediakan oleh pengemudi (helm atau lapisan penghalang)	0,652		Valid dan Reliabel
Minat Menggunakan Kembali			
Pada masa pandemi Covid-19, saya bermaksud untuk terus menggunakan layanan transportasi <i>online</i> daripada menghentikan penggunaannya	0.924	0.866	Valid dan Reliabel
Pada masa pandemi Covid-19, saya akan tetap menggunakan layanan transportasi <i>online</i> sesering yang saya lakukan	0.883		Valid dan Reliabel

sebelumnya		
Saya bertujuan untuk menggunakan layanan transportasi <i>online</i> daripada menggunakan cara alternatif transportasi apapun	0,861	Valid dan Reliabel

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel kepercayaan dan risiko kesehatan terhadap minat menggunakan kembali. Hasil dari uji tersebut akan ditampilkan pada tabel berikut ini

Tabel 3 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Mode	R	Adjusted R	Std. Error of the Estimate	
1	R	Square	Square	Estimate
1	.399 ^a	.159	.151	2.297

a. Predictors: (Constant), Risiko Kesehatan, Kepercayaan

Berdasarkan data di atas didapatkan informasi mengenai nilai R Square adalah 0.159. sehingga bisa dinyatakan besarnya angka koefisien determinasi yaitu 15.9%. artinya variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 15.9%. sedangkan sisanya sebesar 84.1% merupakan variabel lain yang dapat memiliki pengaruh kepada variabel minat menggunakan kembali.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana variabel bebas yang terdiri dari variabel kepercayaan dan risiko kesehatan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali layanan transportasi *online*. Hasil uji F akan ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 4 Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regr essio n	197.939	2	98.969	18.7 51	.000 ^b
	Resi dual	1045.086	198	5.278		
	Total	1243.025	200			

Berdasarkan tabel di atas didapatkan informasi mengenai hasil uji F simultan adalah berdasarkan nilai signifikansi dapat dilihat menurut data pada tabel Anova bahwa angka signifikansi adalah $0.000 < 0.05$. Berdasarkan nilai f hitung dan f tabel dapat dilihat angka f hitung pada tabel diatas yaitu 18.751. Dan nilai f tabel dapat ditentukan dengan f tabel=(2; 199) yaitu hasilnya 3.04. Berdasarkan keputusan uji f maka nilai f hitung $18.751 > 3.04$. Dengan demikian variabel kepercayaan dan risiko kesehatan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali pada layanan transportasi *online*.

Uji T Parsial

Agar mengetahui pengaruh antara variabel kepercayaan (X1) terhadap minat menggunakan kembali (Y), dan pengaruh antara variabel risiko kesehatan (X2) terhadap minat menggunakan kembali (Y) maka perlu dilakukan uji T. Tabel berikut merupakan hasil dari pengujian uji T.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.010	1.499		2.675	.008
Kepercayaan (X1)	.456	.077	.388	5.956	.000
Risiko Kesehatan (X2)	-.078	.053	-.095	-1.464	.145

a. Dependent Minat Menggunakan Kembali(Y)

Berdasarkan tabel di atas didapatkan informasi mengenai hasil uji T adalah berdasarkan nilai signifikansi variabel kepercayaan (X1) adalah $0.000 < 0.05$. Sedangkan pada variabel risiko kesehatan (X2) memiliki nilai signifikansi $0.145 > 0.05$. Berdasarkan t hitung dan t tabel, T tabel = $(a/2 ; n-k-1 \text{ atau } df \text{ residual}) = (0,025 ; 198) = 1,971$. Berdasarkan perolehan nilai t hitung variabel kepercayaan (X1) adalah $5.965 > 1.971$, Sedangkan pada variabel risiko kesehatan diperoleh nilai t hitung $-1.464 < 1.971$.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Kembali Layanan Transportasi Online

Berdasarkan hasil uji T secara parsial variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari probabilitas 0.05 sehingga dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa H1 diterima atau variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali layanan transportasi *online*. Berdasarkan nilai analisis regresi berganda diperoleh nilai 0.456, nilai tersebut menunjukkan arah pengaruh yang positif. Dengan demikian kepercayaan dapat mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan kembali. Arah pengaruh yang positif berarti jika kepercayaan meningkat maka minat menggunakan kembali layanan transportasi *online* akan meningkat pula. Serupa dengan studi [21] bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap niat menggunakan ulang layanan transportasi *online*, kemudian penelitian [22] mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap pembelian ulang. Sama halnya dengan dua penelitian di atas, penelitian ini memberikan hasil bahwa kepercayaan pelanggan dapat mempengaruhi minat menggunakan kembali layanan transportasi *online* pada masa pandemic Covid-19. Mengapa hal tersebut dapat mempengaruhi, sebab adanya rasa percaya dari pelanggan bahwa layanan transportasi *online* dapat memiliki niat baik, integritas, kompetensi, dan kesediaan pelanggan untuk bergantung terhadap layanan transportasi *online*. Jasa transportasi *online* masih dipersepsikan dengan baik oleh publik, dimana layanan ini dipercaya bisa menjadi solusi untuk membantu serangkaian aktivitas publik seperti pelayanan terhadap jasa pengantaran bahan kebutuhan sehari-hari seperti makanan, pengiriman paket, dan beberapa layanan lain [21].

Pengaruh Risiko Kesehatan Terhadap Minat Menggunakan Kembali

Berdasarkan hasil uji T secara parsial variabel risiko kesehatan memiliki nilai signifikansi 0.145 lebih besar dari probabilitas 0.05 selain itu berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda memperoleh nilai koefisien risiko kesehatan sebesar -0.078. Nilai tersebut menunjukkan arah pengaruh yang negatif. Hal tersebut berarti risiko

kesehatan memiliki pengaruh yang negatif namun tidak signifikan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulvian, Y. W., & Kim, D. J. (2018) [22] bahwa risiko yang dirasakan berhubungan negatif dengan niat pembelian ulang. Arah pengaruh yang negatif antara risiko kesehatan terhadap minat menggunakan kembali dapat terjadi karena ketakutan dari pelanggan mengenai risiko penularan virus pada masa pandemi Covid-19, terlihat dari jumlah penggunaan layanan transportasi *online* sebelum pandemi dan selama masa pandemi pada tabel data responden adanya peningkatan jumlah orang yang tidak menggunakan layanan transportasi *online* dari 4 orang sebelum masa pandemi menjadi 40 orang. Hal tersebut sama seperti hasil studi Chiu et al. (2012) [23] bahwa jika pelanggan merasakan adanya konsekuensi atau risiko yang besar dalam sesuatu hal maka pelanggan akan lebih memilih menjauhi hal tersebut.

Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Kesehatan terhadap Minat Menggunakan Kembali

Berdasarkan hasil uji hipotesis F simultan dengan menunjukkan hasil pada tabel 4 bahwa angka signifikansi adalah sebesar 0.000. Sehingga nilai $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan H3 diterima. Kemudian berdasarkan hasil nilai f hitung lebih besar dari f tabel yaitu $18.751 > 3.04$ pada uji F simultan, maka kepercayaan (X1) dan risiko kesehatan (X2) secara simultan dapat mempengaruhi minat menggunakan kembali layanan transportasi *online*. Hasil ini serupa dengan hasil temuan dari Sulvian, Y. W., & Kim, D. J. (2018) bahwa risiko kesehatan secara bersamaan dengan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap niat pembelian ulang. Selain itu studi yang dilakukan oleh Suhartanto, Leo, & Najib (2020) [24] menemukan bahwa kepercayaan dan persepsi risiko kesehatan dari pelanggan merupakan faktor penting yang memiliki pengaruh terhadap pengalaman dan kepuasan dari pelanggan.

5. KESIMPULAN & SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji bagaimana kepercayaan dan risiko kesehatan mempengaruhi minat menggunakan kembali layanan transportasi *online* pada masa pandemi Covid-19. Terdapat 3 hipotesis dalam penelitian ini dengan hasil kepercayaan terhadap minat menggunakan kembali berpengaruh positif dan signifikan, risiko kesehatan terhadap minat menggunakan kembali berpengaruh negatif dan tidak signifikan, kepercayaan dan risiko kesehatan terhadap minat menggunakan kembali berpengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian layanan transportasi *online* pada masa pandemi Covid-19 masih mendapatkan kepercayaan dari konsumen untuk menggunakan kembali layanan tersebut. Hal ini dapat disebabkan karena pelayanan yang diberikan selama ini dapat memuaskan pelanggan dan menciptakan nilai yang baik sehingga

konsumen tetap memiliki persepsi yang baik dan mengabaikan risiko kesehatan.

Saran untuk layanan transportasi *online* adalah diharapkan untuk terus menjaga dan meningkatkan interaksinya dengan konsumen agar menciptakan nilai yang membuat konsumen akan menggunakan kembali layanan tersebut. Secara rutin memberikan alat pemberih kuman atau virus terhadap para mitra mereka dan memberikan fasilitas pengecekan kondisi tubuh / *swab test* secara berkala guna memastikan para mitra tidak sedang terinfeksi virus. Selain itu Layanan transportasi *online* diharapkan dapat menjaga hingga meningkatkan kualitas pelayanannya karena konsumen cenderung tidak memperhatikan tingkat risiko yang akan diterima namun cenderung memperhatikan persepsi saat penggunaan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] APJII. (2019) APJII. [Online]. apji.or.id
- [2] Kominfo. (2020, November) Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia. [Online]. <https://www.kominfo.go.id/>
- [3] Duy Q Nguyen-Phuoc, Graham Currie, Chris De Gruyter, and William Young, "Transit user reactions to major service withdrawal – A behavioural study," *Transport Policy*, 2018.
- [4] Google, Temasek. (2018, November) Databoks. [Online]. <https://databoks.katadata.co.id/>
- [5] Yuni Astutik. (2020, Maret) 21,7 Juta Masyarakat Indonesia Pakai Transportasi Online. [Online]. <https://www.cnbcindonesia.com/>
- [6] Szu Ping Chan. (2020, April) BBC News Indonesia. [Online]. bbc.com
- [7] Manuel J. Sanchez-Franco, "The Moderating Effects of Involvement on the Relationships Between Satisfaction, Trust and Commitment in e-Banking," *Journal of Interactive Marketing*, pp. 247-258, 2009.
- [8] Biro Komunikasi dan Informasi Publik. (2020, Agustus) Berita Umum. [Online]. <http://dephub.go.id/>
- [9] Won Mo Jang et al., "Influence of trust on two different risk perceptions as an affective and cognitive dimension during Middle East respiratory syndrome coronavirus (MERS-CoV) outbreak in South Korea: serial cross-sectional surveys," *BMJ Open*, 2020.
- [10] H. Gursida and Harmon, *Metode Penelitian Bisnis dan Keuangan Konsep dan Implementasinya*. Bogor: PASPI, 2017.
- [11] Christin Moorman, Gerald Zaltman, and Rohit Deshpande, "Relationships Between Provider and

- Users of Market Reseat: The Dinamics of Trust Within and Between Organzsations," *Journal Marketing*, 1992.
- [12] Phillip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Managemen 15th edition.*: Pearson Education, 2016.
- [13] D H McKnight, V. Choudhury, and C. Kacmar, "Developing and Validating Trust Measures for E-commerce," *An Integrative Typology Information Systems Research*, 2002.
- [14] Janis Zickfield, Thomas Schubert, Anders Herting, Jon Grahe, and Kate Faase, "Correlates of Health-Protective Behavior During the Initial Days of the COVID-19 Outbreak in Norway," *Psyarxiv*, 2020.
- [15] Hongyi Sun, Pei-lee Teh, and Jonathan D. Lintion, "Impact of environmental knowledge and product quality on student attitude toward products with recycled/remanufactured content: Implications for environmental education and green manufacturing," *Business Strategy and the Environment*, 2017.
- [16] Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk., New Jersey: Pearson Education, Inc., 2004.
- [17] Nguyen Ngoc Duy Phuong and Nguyen Tien Dat, "The Effect of Country-of-Origin on Customer Purchase Intention: A Study of Functional Products in Vietnam," *Jurnal of Asian Finance, Economics and Business Vo*, pp. 75-83, 2017.
- [18] Fitrahtul Mutia, Agus Rahayu, and Bambang Widjajanta, "KEPERCAYAAN DAN MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI MERUPAKAN FAKTOR DARI INDUSTRI JASA PENGIRIMAN," *Journal of Business Management*, pp. 27-32, 2016.
- [19] Suharsimi Arikunto, *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- [20] Hair, *Multivariate Data Analysis Edisi 5*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- [21] Indah Lestari, "ANALISIS TINGKAT KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP NIAT UNTUK MENGGUNAKAN KEMBALI LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE DI ERA PANDEMI COVID-19," *Equilibrium*, pp. 27-35, 2020.
- [22] Yulia W. Sullivan and Dan J. Kim, "Assessing the effects of consumers' product evaluations and trust on repurchase intention in e-commerce environments," *International Journal of Information Management*, pp. 39, 199-219, 2017.
- [23] Chao-Min Chiu, Meng-Hsiang Hsu, Hsiangchu Lai, and Chun-Ming Chang, "Re-examining the influence of trust on online repeat purchase intention:The moderating role of habit and its antecedents," *Decision Support Systems*, pp. 53 (835-835), 2012.
- [24] Dwi Suhartanto, Leo Gundur, and Mukhamad Najib, "COVID-19: Pre-Purchase Trust and Health Risk Impact on M-Commerce Experience – Young Customers Experience on Food Purchasing," *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 2021.
- [25] Jinsoo Hwang and Ja Young Choe, "How to enhance the image of edible insect restaurants: Focusing on Perceived Risk Theory," *International Journal of Hospitality Management*, 2020.