

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *VOUCHER DISCOUNT*
DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNA JASA ONLINE GRAB PADA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS DI KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Oleh:

BELY ANDRIANS

NPM.2061201026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2024**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *VOUCHER DISCOUNT*
DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNA JASA ONLINE GRAB PADA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS DI KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Diajukan Oleh:

BELY ANDRIANS
NPM.2061201026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2024**

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *VOUCHER DISCOUNT* DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNA JASA ONLINE GRAB PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DI KOTA BENGKULU



SKRIPSI

Oleh:

BELY ANDRIANS
NPM.2061201026

Disetujui Oleh:
Pembimbing

Dr. Islamuddin, S.E., M.M
NIDN: 0204026803

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Furqonati Ranidiah, SE., M.M
NIDN: 0208047301

PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *VOUCHER DISCOUNT* DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA ONLINE GRAB PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DI KOTA BENGKULU

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Hari : Senin
Tanggal : 26 Agustus 2024

SKRIPSI

Oleh :

BELY ANDRIANS
NPM.2061201026

Dewan penguji :

1. Dr. Meilaty Finthariasari, S.E.,M.M Ketua (.....)
2. Merta kusuma, S.E.,M.M Anggota (.....)
3. Dr. Islamuddin, S.E.,M.M Anggota (.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis





SERTIFIKASI

Saya Bely Andrians menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah karya saya sendiri dan atas bimbingan Dosen Pembimbing Skripsi. Karya ini belum pernah disampaikan untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Karena karya ini milik saya, maka segala sesuatu yang berhubungan dengan skripsi ini adalah tanggung jawab saya.

Bengkulu, Agustus 2024
Yang membuat pernyataan



Bely Andrians
NPM.2061201026

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Keteguhan hati, kerja keras, dan kesabaran adalah kunci untuk membuka pintu kesuksesan. Dalam setiap langkah kecil yang kita ambil dengan penuh keikhlasan, terletak kekuatan untuk meraih impian yang besar."

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur saya panjatkan kepada ALLAH SWT serta Sholawat dan Sallam selalu tercurahkan kepada junjungan Ummat Nabi Muhammad SAW, karya tulis ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibu tercinta, yang tak pernah lelah memberikan dukungan, kasih sayang, serta doa yang tak terputus sepanjang perjalanan akademik saya. Kalian adalah sumber inspirasi dan motivasi terbesar dalam hidup saya. Setiap pencapaian yang saya raih adalah buah dari pengorbanan dan cinta kalian.
2. Dosen pembimbing saya, Bapak Dr. Islamuddin, S.E., M.M yang dengan penuh kesabaran, ketulusan, dan keahlian membimbing saya melalui setiap tantangan dan rintangan dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala ilmu, bimbingan, dan nasihat yang telah diberikan. Tanpa bimbingan Bapak/Ibu, skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh keluarga besar, yang selalu memberikan dukungan moral dan semangat dalam setiap langkah yang saya tempuh. Keberhasilan ini adalah hasil dari doa dan dukungan kalian semua.
4. Sahabat dan teman-teman seperjuangan, yang selalu ada di samping saya, memberikan semangat, tawa, dan kebersamaan. Terima kasih atas persahabatan yang indah dan tak terlupakan. Kalian telah memberikan warna dan keceriaan dalam perjalanan studi saya.
5. Dosen – dosen dan Staff di Universitas Muhammadiyah Bengkulu, yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama masa studi saya. Terima kasih atas dedikasi dan pengabdian kalian dalam mencerdaskan generasi bangsa.
6. Almamater tercinta, tempat saya menimba ilmu dan membentuk karakter selama bertahun-tahun. Semoga karya sederhana ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan membawa nama baik almamater.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, menjadi inspirasi bagi para pembaca, serta menjadi langkah awal bagi saya untuk terus berkarya dan memberikan yang terbaik dalam bidang yang saya geluti. Dengan segala kekurangan dan kelebihannya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

KATA PENGANTAR

Assalaamu 'alaikum warahmatullaahi wabarakaatuh.

Alhamdulillahirabbil 'alamin. Penulis ucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Brand Image, Voucher Discount, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Online Grab Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk melakukan penelitian skripsi dengan jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Dalam menyusun Skripsi ini, Penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik dalam bentuk bimbingan, saran-saran, maupun masukan moral dan materiil. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya terutama kepada:

1. Bapak Dr. Susiyanto, M. Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Furqonti Ranidiah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. Ibu Ade Tiara Yulinda, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
4. Bapak Dr. Islamuddin, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, kritikan, serta petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan Skripsi ini.

5. Kepada dewan Penguji Ibu Dr. Meilaty Fintahiasari, S.E.,M.M dan Bapak Merta kusuma, S.E.,M.M Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Bengkulu Terimakasih telah memberikan saran dan masukan kepada penelitian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada penelitian
7. Kepada kedua orang tua yang sangat Penulis cintai karena telah memberikan semangat bantuan baik moril dan materil serta yang selalu mendoakan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyusun Skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan, untuk itu Penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dan Penulis akan menerima dengan senang hati demi kesempurnaan Skripsi ini.

Bengkulu, Agustus 2024

Bely Andrians
NPM.2061201026

ABSTRAK

BELY ANDRIANS, 2024 PENGARUH BRAND IMAGE, VOUCHER DISCOUNT, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA ONLINE GRAB PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS KOTA BENGKULU.

Pembimbing : Dr. Islamuddin, S.E.,M.M

Tujuan dari penelitian untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *voucher discount*, dan keamanan terhadap keputusan pengguna jasa online grab pada fakultas ekonomi dan bisnis di kota bengkulu. Serta untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan pengguna jasa online.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif terhadap 160 responden. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pada Pengguna Jasa Online Grab Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu dan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda diperoleh bentuk persamaan regresi $Y = 1.294 + 1.001 (X_1) + 0.276 (X_2) + 0.200 (X_3)$. Hasil penelitian dan hipotesis menunjukkan bahwa *brand image*, *voucher discount*, dan keamanan berpengaruh positif secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pengguna jasa.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Voucher Discount*, Keamanan Dan Keputusan Pengguna Jasa.

ABSTRACT

BELY ANDRIANS, 2024 THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE,
DISCOUNT VOUCHER AND SECURITY ON USERS' DECISIONS OF GRAB
ONLINE SERVICES AT THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
IN BENGKULU CITY.

Supervisor: Dr. Islamuddin, S.E., M.M

The purpose of the study was to determine the effect of brand image, discount vouchers, and security on user decisions for grab online services at the faculty of economics and business in the city of Bengkulu. And to find out which factors are most dominant in influencing online service user decisions.

This study uses quantitative methods on 160 respondents. The population used in this study were consumers of Grab Online Service Users at the Faculty of Economics and Business in Bengkulu City and the sampling in this study was non probability sampling technique.

Based on the results of multiple linear regression, the regression equation $Y = 1.294 + 1.001 (X_1) + 0.276 (X_2) + 0.200 (X_3)$ is obtained. The research results and hypotheses show that brand image, discount vouchers, and security have a positive effect partially or simultaneously on service user decisions.

Keywords: *Brand Image, Discount Voucher, Security and Service User Decisions.*

DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI	iv
SERTIFIKASI.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Keputusan Penggunaan Jasa.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Pengertian <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3 Pengertian Voucher Discount.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Pengertian Keamanan.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Pengaruh Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
2.6 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.7 Kerangka Pikir Teoritis	Error! Bookmark not defined.
2.8 Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
2.9 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5 Uji Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3.7 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.8 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.8.1 Analisis Regresi Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.2 Koefisien Korelasi (R).....	Error! Bookmark not defined.

3.9 Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.9.1 Uji – t (Uji Persial)	Error! Bookmark not defined.
3.9.2 Uji – F (Simultan).....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Sejarah Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2 Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Hasil Analisis dan Pengujian Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
4.5 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
4.5.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Voucher Discount</i>	Error! Bookmark not defined.
4.5.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pengguna Jasa Online Grab	Error! Bookmark not defined.
4.6 Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.6.2 Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.7 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.7.1 Pengujian Hipotesis Dengan Uji t	Error! Bookmark not defined.
4.7.2 Pengujian Hipotesis Dengan Uji F	Error! Bookmark not defined.
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.8.2 Pengaruh <i>Voucher Discount</i> Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Online Grab	Error! Bookmark not defined.
4.8.3 Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Online Grab	Error! Bookmark not defined.
4.8.4 Pengaruh <i>Brand image, Voucher Discount</i> , dan Keamanan terhadap Keputusan Pengguna Jasa Online Grab	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 2.2 Definisi Operasional	35
Tabel 3.1 Pemberian Skor Skala Liker	40
Tabel 3.2 Bobot Nilai Skor	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.6 Tanggapan Reponden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	58
Tabel 4.7 Tanggapan Reponden Terhadap Variabel <i>Voucher Discount</i>	60
Tabel 4.8 Tanggapan Reponden Terhadap Variabel Keamanan.....	62
Tabel 4.9 Tanggapan Reponden Terhadap Variabel Keputusan Pengguna Jasa ...	64
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4.11 Nilai Koefisien Determinasi.....	68
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis Dengan Uji T	68
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis Dengan Uji F	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Karakteristik Konseptual.....	34
Gambar 4.1 Grafik Normal Plot.....	56
Gambar 4.2 Uji Pemyimpangan Heterokedastisitas	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabulasi Uji Instrumen Penelitian
- Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 4. Hasil Olah Data Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era digital yang terus berkembang, layanan transportasi online telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat urban. Grab, sebagai salah satu penyedia layanan transportasi online terkemuka di Asia Tenggara, telah berhasil menarik perhatian banyak pengguna, termasuk di Indonesia. Popularitas Grab di kalangan mahasiswa, terutama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu, menjadi fenomena menarik untuk diteliti. Layanan ini tidak hanya menawarkan kemudahan akses transportasi tetapi juga berbagai promosi menarik yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna.

Menurut Mustafid dan Gunawan dalam Beyhaki et al (2017: 94), keputusan pembelian adalah alasan tentang bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap pembelian suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan serta harapannya, sehingga dapat menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk tersebut yang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya keluarga, harga, pengalaman, kualitas dan produk. Keputusan konsumen adalah aspek penting bagi pemasaran. Dalam proses pengambilan keputusan konsumen, pengaruh situasi konsumen memberikan hasil akhir yang berbeda. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pengambilan dengan upaya membangun citra merek kepada konsumen dengan kualitas pelayanan yang baik.

Brand image atau citra merek merupakan salah satu faktor kunci yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna dalam memilih suatu layanan. Citra merek yang kuat dapat menciptakan persepsi positif di benak konsumen dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap layanan tersebut. Bagi mahasiswa, yang sering kali memiliki anggaran terbatas, citra merek yang baik dapat menjadi penentu utama dalam memilih layanan transportasi online. Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana *Brand image* Grab mempengaruhi keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu dalam menggunakan jasa tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2016:323) penetapan merk adalah memberi kekuatan kepada produk (barang dan jasa) dengan menciptakan perbedaan antar produk, menciptakan struktur mental yang membantu konsumen mengatur pengetahuan mereka tentang produk dengan cara menjelaskan saat pengambilan keputusan mereka dan dalam proses memberikan nilai pada perusahaan kemudian pemasar juga harus mampu memperkenalkan tentang produk itu kepada konsumen melalui pemberian nama dan elemen merk lain untuk pengidentifikasian.

Selain *Brand Image*, penggunaan voucher discount atau diskon juga menjadi strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian pengguna. Grab sering kali menawarkan berbagai jenis diskon dan promosi yang dapat meringankan biaya transportasi bagi penggunanya. Mahasiswa, yang umumnya sangat sensitif terhadap harga, cenderung lebih tertarik menggunakan layanan yang menawarkan diskon. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh *voucher discount* terhadap keputusan mahasiswa dalam

menggunakan layanan Grab. *Voucer diskon* diberi kepada konsumen dengan tujuan agar mereka merasa bahwa semakin murah harga produk yang akan mereka beli maka keinginan mereka untuk melakukan pembelian akan semakin meningkat. Konsumen tidak harus membayar berdasarkan harga biasa, tetapi hanya di bawah harga normal atau diskon (Aryatiningrum & Insyirah, 2020).

Keamanan merupakan faktor penting lainnya yang tidak bisa diabaikan. Dalam layanan transportasi online, aspek Keamanan mencakup Keamanan perjalanan, data pribadi pengguna, serta mekanisme pembayaran. Mahasiswa sebagai pengguna layanan transportasi online tentunya menginginkan jaminan Keamanan saat menggunakan jasa tersebut. Kepercayaan terhadap Keamanan yang ditawarkan oleh Grab dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan penggunaan layanan. Oleh karena itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi pengaruh faktor Keamanan terhadap keputusan pengguna. Keamanan adalah kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan Keamanan atas transaksi data. Jaminan Keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan serta mengurangi keraguan konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah untuk dicuri. (Park dan Kim dalam Saputri, 2015:18) Masalah Keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Keamanan transaksi online adalah bagaimana dapat mencegah penipuan atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

Dalam konteks persaingan yang semakin ketat di industri transportasi online, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna

menjadi sangat penting bagi Grab untuk tetap bersaing. Penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana *brand image*, *voucher discount*, dan Keamanan mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa Grab. Dengan demikian, Grab dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi pengguna.

Studi ini berfokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu karena mereka merupakan segmen pengguna yang signifikan dan representatif. Mahasiswa di fakultas ini cenderung memiliki mobilitas tinggi dan membutuhkan layanan transportasi yang dapat diandalkan serta ekonomis. Pemahaman tentang preferensi dan perilaku mahasiswa dalam menggunakan layanan Grab akan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka.

Dari observasi awal yang dilakukan pada hari sabtu 28 juni 2024 dengan konsumen Grab bernama Rendi menyatakan bahwa *voucher diskon* yang diberikan oleh Grab sangat sedikit mengenai tarif grab tinggi seharusnya lebih diutamakan *voucher diskon* untuk kendaraan dari pada voucher diskon untuk grab foodnya, Selanjutnya konsumen bernama Sella menyampaikan bahwa *Brand image* pada Grab tidak berpengaruh baginya karena masih banyak brand transportasi online lainnya yang lebih terjangkau dan lebih unggul, Kemudian konsumen grab bernama Agustin menyampaikan, dulu dia sering menggunakan transportasi grab namun sekarang lebih memilih memakai Jasa online yang lain karena lebih murah dan tidak perlu menunggu voucher diskon untuk mendapatkan

tarif yang murah, Sedangkan konsumen bernama Winda menyampaikan jasa online grab masih belum menjamin Keamanannya dalam berkendara karena terkadang berdasarkan pengalamannya dia mendapati sopir online grab yang ugal-ugalan.

Dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Brand Image*, *Voucher Discount* dan Keamanan terhadap Keputusan Pengguna jasa Online Grab Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi pada penelitian ini ditemukan beberapa masalah diantaranya, yaitu:

- a. Jasa yang diberikan online grab terutama *Brand image* perlu di tingkatkan lagi
- b. Voucher discount masih jarang dilakukan oleh online grab
- c. Keamanan dalam menggunakan jasa perlu di tingkatkan lagi dengan menggunakan logo grab yang jelas
- d. Sudah banyak pesaing yang menawarkan discount harga sehingga keputusan sering beralih ke grab lain.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini guna tidak menyimpang maka peneliti membetasi pada *Brand Image*, *Voucher Discount* dan Keamanan terhadap

Keputusan Pengguna jasa Online Grab pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu.

1.4 Rumusan Masalah

Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah pengaruh. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan *Brand Image*, *Voucher Discount* dan Keamanan terhadap Keputusan Pengguna jasa Online Grab pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Brand image* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan jasa online Grab pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu.
2. Apakah *Voucher Discount* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan jasa online Grab pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu.
3. Apakah Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan jasa online Grab pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu.
4. Apakah *Brand Image*, *Voucher Discount* dan Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan jasa online Grab pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisa:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Brand image* terhadap Keputusan Penggunaan jasa online Grab pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Voucher Discount* terhadap Keputusan Penggunaan jasa online Grab pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu.
3. Untuk mengetahui pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan jasa online Grab pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Voucher Discount* dan Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan jasa online Grab pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu.

1.6 Manfaat Penelitian

Penulis berharap dalam penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara akademis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil akhir dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang dapat digunakan sebagai dokumen ilmiah yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu terutama yang berkaitan dengan teori *Brand Image*, *Voucher Discount* dan Keamanan terhadap Keputusan Pengguna jasa Online Grab.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman yang Pelanggan serta Kepuasan konsumen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu.

b. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi instansi dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi, khususnya mengenai *Brand Image, Voucher Discount dan* Keamanan terhadap Keputusan Pengguna jasa Online Grab pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan dijadikan referensi akademik serta menjadi bahan perbandingan dalam melaksanakan penelitian pada bidang kajian yang sama.