

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK (Studi Kasus Pada Pelanggan Gojek Mahasiswa FKIP UNIS)

<sup>1</sup>Nuraida, <sup>2</sup>Khusaini, <sup>3</sup>Aniek Widiarti

<sup>1</sup>FKIP, Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang

<sup>2</sup>FKIP, Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang

<sup>3</sup>FKIP, Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang

Email: [anuraida100@gmail.com](mailto:anuraida100@gmail.com), [khusaini@unis.ac.id](mailto:khusaini@unis.ac.id), [awidiarti@unis.ac.id](mailto:awidiarti@unis.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan Gojek terhadap kepuasan pelanggan di kalangan mahasiswa FKIP Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 mahasiswa FKIP pelanggan Gojek yang dideskripsikan menurut jenis kelamin, usia, program studi, domisili, jenis pelayanan Gojek, dan frekuensi penggunaan layanan Gojek. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi sederhana, dan hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Gojek

### 1. Pendahuluan

Di era globalisasi, kemajuan teknologi dan informasi berkembang sangat pesat. Seiring dengan berjalannya waktu perkembangan teknologi dan informasi dapat memberikan pengaruh yang sangat besar bagi segala aktivitas kehidupan. Salah satu pengaruh adanya perkembangan teknologi dan informasi yaitu saat ini tersedia alat transportasi online. Menurut Lie et al., (2019) dalam (Sudirman et al., 2020) mengungkapkan bahwa jasa transportasi mempunyai peranan cukup krusial dan memiliki kontribusi besar, serta merupakan salah

satu faktor yang esensial dalam menunjang kebutuhan hidup masyarakat sehari-hari. Saat ini, alat transportasi sudah tersedia dalam bentuk sebuah aplikasi yang memperkenalkan atau menyediakan layanan pemesanan transportasi dengan memanfaatkan teknologi yang ada serta menggunakan standar pelayanan yang sangat baik.

Transportasi online merupakan sarana transportasi yang sedang populer pada zaman sekarang, alasan praktis dan mudah menjadi salah satu latar belakang dipilihnya transportasi online. Tersedianya layanan transportasi online

beberapa waktu ini, memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitasnya. Transportasi online menawarkan kemudahan pemesanan, biaya transportasi yang lebih murah, ketepatan waktu, serta menawarkan kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin dibandingkan dengan menggunakan moda transportasi konvensional pada umumnya.

Saat ini, terdapat banyak perusahaan jasa yang sudah menyediakan layanan berupa transportasi online yang dapat dikenal dengan nama seperti Gojek, Grab, Maxim, Anterin, Asia Trans, Bonceng, Get Indonesia, Oke-Jack, dan lain sebagainya. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa transportasi online hampir semuanya sama. Mulai dari mengantar jemput orang sampai dengan pesan antar makanan dengan tarif yang dikenakan relatif berbeda, akan tetapi sistem pemesanan pada setiap perusahaan jasa tersebut hampir semuanya sama yaitu pemesanan dilakukan dalam sebuah aplikasi.

Perusahaan transportasi online yang berkembang di Indonesia yaitu PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek). Gojek merupakan perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani jasa transportasi ojek dengan cara memanfaatkan teknologi yang ada. Gojek dibangun pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim di Jakarta. Saat ini layanan transportasi Gojek, sudah tersebar pada 50 kota besar di Indonesia dan hingga pada bulan februari 2021, aplikasi Gojek telah didownload

sebanyak hampir 50 juta kali oleh pengguna smartphone pada layanan Play Store dan App Store. Perusahaan transportasi Gojek tidak hanya menawarkan jasa dan layanan transportasi saja, namun juga menyediakan layanan pesan antar makanan (GoFood), layanan pengiriman barang (GoSend) atau (GoBox), layanan pembayaran digital (GoPay), Layanan berbelanja (GoMart), serta layanan pembayaran tagihan (GoTagihan). Hingga kini sudah banyak terdapat perusahaan-perusahaan yang menjadi pesaing bagi perusahaan Gojek, salah satunya yaitu seperti perusahaan GrabTaxi yang memiliki layanan yang serupa dengan layanan yang ditawarkan oleh Gojek.

Tersedianya layanan transportasi online saat ini, membuat pelanggan tidak perlu berjalan ke tempat pangkalan ojek atau halte-halte untuk memesan atau menggunakan jasa transportasi, akan tetapi pelanggan hanya perlu memesan jasa transportasi melalui sebuah aplikasi Gojek dan pelanggan akan dijemput oleh driver Gojek di tempat penjemputan dan driver Gojek akan mengantar pelanggan ketempat tujuan. Kemudian secara otomatis menampilkan biaya yang harus dibayar oleh pelanggan untuk layanan ini. Pada saat memesan jasa Gojek, pelanggan dapat melihat secara langsung tarif yang harus dibayarnya pada tampilan di aplikasi Gojek. Sehingga pelanggan dapat mengetahui berapa biaya yang harus disiapkannya. Tarif yang akan dikenakan pada setiap layanan cukup bervariasi, tarif biasanya

dikenakan berdasarkan jarak yang ditempuh atau berdasarkan flat rate yang telah diberlakukan.

Bagi sebuah perusahaan atau organisasi yang fokus utamanya yaitu tingkat kepuasan dari seorang pelanggan, maka tingkat kepuasan dari seorang pelanggan menempati posisi yang sangat krusial, karena kepuasan pelanggan dapat diibaratkan sebagai cita-cita yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam (Noviantoro et al., 2019), kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas atau kecewa yang dirasakan oleh seorang pelanggan, setelah mereka membandingkan antara harapannya terhadap kenyataan yang diterimanya. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) dalam (Sudirman et al., 2020), terdapat empat faktor utama dalam mempertahankan dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, antara lain: kualitas dari sebuah produk, harga yang ditawarkan oleh perusahaan, kenyamanan prosedur, serta dukungan dari pelanggan.

Menurut Anderson dalam (Sholeha et al., 2018) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu peranan yang sangat krusial dalam berbagai aspek misalnya seperti terciptanya suatu loyalitas pelanggan, mampu meningkatkan reputasi atau citra perusahaan, rendahnya elastisitas pada suatu harga produk, serta meningkatkan efisiensi dan produktifitas karyawan. Sementara itu Menurut Mentzer et. al., (1995) dalam (Agustianti, 2018) menyatakan bahwa

jika suatu perusahaan dapat memaksimalkan kepuasan seorang pelanggan maka perusahaan tersebut dapat memaksimalkan keuntungan dan pangsa pasarnya. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan kepuasan dari seorang pelanggan.

Menurut Parasuraman et. al., (1987) dalam (Agustianti, 2018), mengungkapkan bahwa apabila suatu perusahaan jasa memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya, maka hal ini merupakan suatu strategi keuntungan yang akan mendatangkan lebih banyak lagi pelanggan baru, banyak bisnis baru dengan pelanggan lama, kehilangan pelanggan akan lebih sedikit, akan lebih banyak isolasi persaingan harga, kesalahan dalam memberikan layanan berulang lebih sedikit. Menurut Anggriana et al., (2017) mengungkapkan bahwa terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan perusahaan yaitu harapan dari seorang pelanggan (*expectation*) dan kinerja suatu perusahaan yang dirasakan pelanggan (*performance*).

Menurut Tjiptono & Chandra dalam (Picauly et al., 2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan yang menjadi harapan dari setiap pelanggan ketika mereka menggunakan layanan atau produk dari perusahaan tersebut, dengan tujuan untuk dapat memenuhi harapan serta keinginan mereka.

Penelitian mengenai konsep hubungan antara kualitas pelayanan

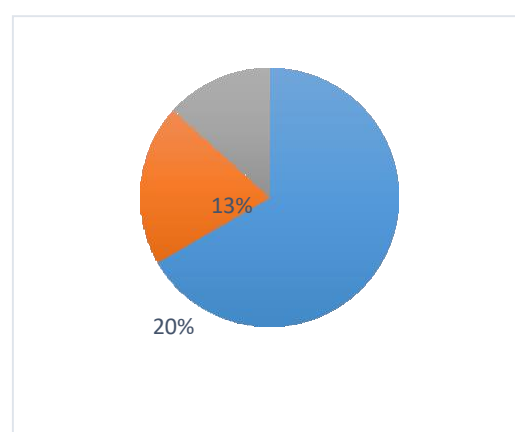
dengan kepuasan pelanggan, sudah dilakukan oleh Oktarini n.d. (2019) dengan judul penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang”. Hasil penelitian pada penelitian tersebut menunjukkan, kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang sama dilakukan oleh Rezeki et al., (2020) dengan judul penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya)” hasil penelitian pada menunjukkan variabel kualitas layanan dan promosi memberikan pengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan OVO. Namun pada penelitian yang telah dilakukan oleh Yesenia & Siregar, (2016) mengenai “Pengaruh Kualitas pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken di Tangerang Selatan” hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Sebagai salah satu perusahaan jasa transportasi online, Gojek memiliki berbagai permasalahan terkait dengan tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan kepada para pelanggan, diantaranya yaitu sering kali terdapat pembatalan secara sepihak yang dilakukan oleh pengemudi kepada pelanggannya tanpa mengkonfirmasi terlebih dahulu, kemudian terdapat

pengemudi yang merokok saat sedang membawa pelanggan sehingga membuat pelanggan khawatir dan tidak nyaman terhadap bau asap rokok tersebut. Selain merokok, pengemudi seringkali mengemudi dengan ugal-ugalan sehingga membuat pelanggan merasa khawatir pada saat menggunakan layanan transportasi Gojek. Sehingga jika hal ini dibiarkan terus menerus artinya pengemudi Gojek tidak bekerja sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan, yang akhirnya dapat mempengaruhi kepuasan dari pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Fenomena yang ada sangat relevan dengan hasil pra penelitian yang dilakukan peneliti kepada 15 mahasiswa FKIP UNIS Tangerang yang menggunakan Gojek. hal tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar 1. Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Gojek di Lingkungan Mahasiswa FKIP**



Hasil pra penelitian menunjukkan bahwa sebanyak (67% atau 10 orang) responden menyatakan sangat puas setelah menggunakan layanan Gojek,

sedangkan sebanyak (20% atau 3 orang) responden menyatakan puas setelah menggunakan layanan Gojek dan sebanyak (13% atau 2 orang) responden menyatakan kurang puas setelah menggunakan layanan Gojek.

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas peneliti ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang akan dituangkan pada judul penelitian tentang “Pengaruh kualitas pelayanan transportasi online terhadap kepuasan pelanggan Gojek (Studi kasus pada pelanggan Gojek mahasiswa FKIP UNIS)”. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan transportasi online berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek (Studi kasus pada pelanggan Gojek mahasiswa FKIP UNIS)?
2. Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan Gojek pada mahasiswa FKIP UNIS?

## **2. Metode Penelitian**

### **Tempat dan Waktu penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan FKIP Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang yang berlokasi di Jalan Maulana Yusuf, No. 10 Babakan, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang, Provinsi Banten 15118. Subjek penelitian akan dilakukan pada pelanggan Gojek mahasiswa FKIP. Waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Februari 2021 hingga bulan Agustus 2021.

### **Jenis Penelitian**

Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif, dengan menggunakan metode survei dalam mengumpulkan data dan informasi. Informasi yang dikumpulkan dalam penelitian survei adalah dengan menggunakan kuesioner (angket). Teknik pengukuran skor menggunakan skala likert. Skala likert biasanya dipakai dalam penelitian untuk mengukur mengenai sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atas gejala atau fenomena sosial.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa aktif di FKIP dengan jumlah mahasiswa sebanyak 366 mahasiswa. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode purposive sampling. Purposive sampling adalah pengambilan sampel dari setiap unit yang ditentukan atau pilih dari populasi dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Purwanto, 2017:47). Dalam menentukan jumlah sampel, digunakan rumus slovin dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 79 responden. Namun dikarenakan dengan sampel sebanyak 79 responden, data yang diperoleh tidak berdistribusi normal. Sehingga, sampel yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan instrument penelitian berupa kuesioner (angket) kepada responden. Menurut Suharsimi (2006) dalam (Ari Prasetyo, 2012), kuesioner adalah beberapa

pertanyaan tertulis yang disusun secara terstruktur guna untuk mendapat beberapa informasi dari responden mengenai hal-hal yang diperlukan dalam penelitian. Kuesioner disebarakan secara online (melalui Google Docs) kepada para responden.

**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Kualitas Pelayanan (X)	Penilaian secara keseluruhan yang pelanggan lakukan dalam menilai atas pelayanan yang diterima pelanggan, apakah pelayanan yang diberikan tersebut sudah sesuai dengan harapan mereka atau belum.	1. Tangibles 2. Reliability 3. Responsiveness, 4. Assurance, 5. Empathy.	Parasuraman (1985) dalam (Luh et al., 2019)
Kepuasan Pelanggan (Y)	Evaluasi pelanggan yang membandingkan harapan sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian.	1. Kesesuaian harapan 2. Persepsi kinerja 3. Penilaian pelanggan	Consuegra (2007) dalam (Sianipar, 2019)

Variabel di dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas (independent variable) dan satu variabel terikat (depedent variable). Variabel bebas tersebut adalah variabel variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel terikat kepuasan pelanggan (Y). Untuk operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.

**Uji Coba Instrumen**

**Uji Validitas**

Dilakukannya uji validas bertujuan untuk melihat kemampuan setiap item instrument dalam mengukur suatu variabel- variabel penelitian. Pertanyaan dapat dianggap valid, apabila  $r$  hitung >  $r$  tabel. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka hasil uji validitas kepada pelanggan Gojek dan driver Gojek dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji coba validitas kepada 50 responden driver gojek dan 50 responden pelanggan Gojek,

Variabel	Jumlah Item Awal	Jumlah Item Gugur	Jumlah Item Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	10	0	10
Kualitas Pelayanan (X)	20	0	20
Total	30	0	30

menunjukkan bahwa angket pada variabel kualitas pelayanan (X) dengan 20 item pernyataan dan angket pada

variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan 10 item.

### Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan rumus Alpha Cronbach, dengan rumus ini koefisien yang diukur akan beragam antara 0 hingga 1. Jika nilai Alpha > 0,06 maka menunjukkan reliabel. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka hasil uji realibilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas Pelanggan Gojek

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.882	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X)	0.945	Reliabel

Tabel 4. Hasil Uji Realibilitas Driver Gojek

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	.938	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X)	.973	Reliabel

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang terdapat pada setiap variabel dapat dikatakan reliabel atau mempunyai reliabilitas yang baik. Sehingga semua item pernyataan layak untuk disebar kepada sampel dalam penelitian ini.

### Uji Persyarat

#### Analisis Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan tata cara yang digunakan oleh setiap peneliti apabila ingin mengetahui data yang diperoleh berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau dalam sebaran normal (Nuryadi, 2017: 79). Untuk menguji kenormalan data, data harus di uji dengan uji normalitas terlebih dahulu yakni dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorov- Smirnov. Pengujian normalitas data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi, jika nilai signifikansi > 0,05, maka nilai residual berdistribusi normal.

#### Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dilakukannya uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah dari residual pengamatan ke pengamatan selanjutnya terjadi ketidaksamaan varian. Cara yang dapat dilakukan peneliti untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji glejser.

### Analisis Data

#### Analisis Deskriptif

Menurut Purwanto & Sulistyastuti (2017:94), analisis deskriptif yaitu teknik analisa yang memberikan informasi atas data yang sedang diamati atau teliti saja, tidak memiliki tujuan untuk menguji hipotesis serta mengambil kesimpulan terhadap populasi yang digeneralisasikan.

#### Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah model regresi yang hanya memiliki satu variabel independen. Analisis ini

digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui seberapa jauh perubahan variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y).

**Hipotesis Statistik Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk menguji besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan uji t. Apabila nilai thitung > ttabel tabel pada alpha =

5%, maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap Y.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi adalah salah satu alat statistik yang digunakan untuk mengukur atau mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pada penelitian ini menggunakan adjusted R<sup>2</sup> untuk mengukur besarnya kontribusi variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y

**3. Hasil dan Pembahasan**

**Analisis Deskriptif**

Analisis deskripsi akan menguraikan setiap variabel yang sedang diteliti dengan melihat gambaran

statistik yang terdiri dari nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi. Hasil analisis deskriptif pada setiap variabel, disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel. 5 Hasil Analisis Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	60	93	76.83	4.944
Kepuasan Pelanggan	100	30	46	38.39	2.659
Valid N (listwise)	100				

Berdasarkan tabel 5 diatas, hasil analisis deskriptif dengan jumlah responden sebanyak 100 orang menunjukkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai minimum 60, nilai maximum 93, nilai mean 76,83 dan nilai standar deviation

4,944. Sedangkan untuk variabel kepuasan pelanggan memperoleh nilai minimum 30, nilai maximum 46, nilai mean 38,39 dan nilai standar deviation 2,569. Berdasarkan data tersebut, maka kategorisasi pada tiap variabel dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 6. Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan

Kategorisasi	Rentang Nilai	Jumlah	Persentasi
Rendah	71,886	7	7%
Sedang	71,886 - 81,774	83	83%
Tinggi	81,774	10	10%
<b>Total</b>		100	100%



**Tabel 7.** Kategorisasi Variabel KepuasanPelanggan

Kategorisasi	Rentang Nilai	Jumlah	Persentasi
Tidak Puas	35,731	11	11%
Sedang	3,5731 - 41,049	72	72%
Puas	41,049	17	17%
<b>Total</b>		100	100%

Berdasarkan hasil tabel kategorisasi tiap variabel, menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berada dalam kategori sedang, yaitu untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 83% dan untuk variabel kepuasan pelanggan sebesar 72%.

**Prasyarat Analisis Uji Normalitas**

Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, Suatu variabel dapat dikatakan memiliki distribusi normal apabila nilai signifikansi > 0.05 (5%). Adapun hasil pengujian uji normalitas sebagai berikut:

**Tabel 8.** Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.69493997
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.044
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Diketahui bahwa hasil uji normalitas menunjukan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.200. Hal ini dapat dinyatakan bahwa data pada penelitian berdistribusi normal dan model regresi yang akan diujikan dianggap layak untuk digunakan dalam mengujikan variabel dependen yaitu

kepuasan pelanggan (Y) dan variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X).

**Uji Heteroskedastisitas**

Mengetahui adanya heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan menguji menggunakan uji glejser. Berikut hasil dari uji heteroskedastisitas:

**Tabel 9.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

No.	Variabel Independen	Sig.	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	.445	Tidak Terjadi heteroskedastisitas

Diketahui bahwa hasil perhitungan variabel kualitas pelayanan (X) memiliki nilai signifikansi  $0.445 > 0.05$ . Maka dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan variabel kualitas pelayanan tidak memiliki nilai signifikansi  $< 0.05$ , sehingga hasil uji dapat dinyatakan

bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Sederhana**

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis pengujian hipotesis pada penelitian ini. Adapun hasil analisis disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 10.** Hasil Analisis Regresi Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.560	2.666		2.461	.016
	Kualitas Pelayanan	.414	.035	.770	11.964	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 6.560 + 0.414X$$

Nilai 6.560 adalah nilai konstanta, artinya jika variabel kualitas pelayanan (X) dalam konstanta atau (0) maka nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) akan sebesar 6,560. Sedangkan nilai koefisien arah regresi adalah positif yaitu sebesar 0.414, artinya bahwa setiap perubahan variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 1%, maka akan mengakibatkan

perubahan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,414.

**Uji t**

Tujuan dilakukannya uji t untuk menguji besarnya pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan secara parsial terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan, dengan ketentuan apabila tingkat signifikansi  $< 0,05$ . Berikut tabel hasil uji t:

**Tabel 11.** Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.560	2.666		2.461	.016

Kualitas Pelayanan	.414	.035	.770	11.964	.000
--------------------	------	------	------	--------	------

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Diperoleh nilai t hitung sebesar 11.964. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu 1.984467. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang

menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pengguna Gojek di lingkungan mahasiswa FKIP” diterima.

**Tabel 12.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770a	.594	.589	1.70357

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.770 dan nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,594. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memberikan pengaruh kepada variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 59,4% dan sisanya 40,6% dijelaskan oleh berbagai faktor yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Pembahasan**

Apakah kualitas pelayanan transportasi online berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek (Studi kasus pada pelanggan Gojek mahasiswa FKIP UNIS)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan transportasi online memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek. Sehingga dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu faktor yang dapat menciptakan kepuasan dari seorang pelanggan adalah

dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Pelanggan yang merasakan kepuasan secara tidak langsung akan memberikan manfaat dan keuntungan kepada perusahaan diantaranya menciptakan terjadinya rekomendasi suatu produk atau jasa dari pelanggan yang satu kepada pelanggan lainnya, terciptanya loyalitas seorang pelanggan, dan mampu memberikan citra yang baik bagi perusahaan dari sudut pandang seorang pelanggan.

Menurut Alnawas (2019) dalam Nunkoo et al., (2020) mengungkapkan bahwa Kualitas layanan merupakan salah satu penentu utama dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pelayanan dikatakan memuaskan pelanggan, jika layanan yang diberikan atau diterima seorang pelanggan sudah sama atau melebihi yang diharapkannya. Menurut Dimiyati (2011) dalam (Dimiyati & Afandi, 2018) Salah satu cara agar penjualan jasa

sebuah perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya adalah dengan memberikan layanan yang berkualitas yang dapat memenuhi tingkat kepuasan pelanggan.

Menurut Nugroho dan Priarta, (2011:28) dalam (Dwi Aliyah Apriyani & Sunarti, 2017), mengungkapkan bahwa salah satu cara memenangkan persaingan adalah perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya akan menyebabkan pelanggan menjadi lebih puas. Oleh karena itu, tingkat kualitas pelayanan harus menjadi titik fokus utama pertimbangan setiap organisasi karena merupakan bagian penting dalam membentuk sebuah kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Regina, Kalangi, Olivia (2020) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online (GrabBike) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas SamRatulangi Manado" Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang diberikan oleh Gojek sangat berpengaruh dengan kepuasan pelanggan.

Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan Gojek pada mahasiswa FKIP

Berdasarkan kategorisasi data variabel kepuasan pelanggan dan variabel kualitas pelayanan berada pada

kategori sedang yang artinya kinerja dan harapan pelanggan berada di level yang sama sehingga pelanggan merasa puas. Dengan demikian, tingkat kepuasan mahasiswa FKIP terhadap pelayanan Gojek yang diterimanya berada pada tingkat sedang dengan kata lain bahwa pelayanan yang diterima dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dari hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan menurut Sopia dalam Atmaja et al., (2019) yaitu membandingkan antara harapan dan persepsi setelah seorang pelanggan menggunakan layanan terhadap kinerja suatu produk. Menurut Oliver (2010) dalam (M & Ali, 2017), mengungkapkan bahwa salah satu faktor untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan mengetahui tingkat kepuasan seorang pelanggan. sementara Menurut Liang et al., (2021), Tingkat kepuasan seorang pelanggan adalah ukuran kepuasan pelanggan yang merupakan suatu evaluasi individual atas objek konsumsi saat sebelum konsumsi, proses konsumsi serta setelah konsumsi.

Menurut Sumarwan (2004) dalam (Acai et al., 2020), Kepuasan merupakan salah satu elemen utama dalam upaya mempertahankan pelanggan yang telah ada ataupun untuk menarik pelanggan baru. Hubungan antara keinginan, harapan dan kebutuhan yang terpenuhi dapat dilihat dari perwujudan rasa puas terhadap sesuatu hal yang mereka anggap sesuai dengan harapan mereka. Banyak manfaat yang akan diperoleh perusahaan dari akibat kepuasan yang

diterima pelanggan. Manfaat utama yang diperoleh dari kepuasan pelanggan yaitu memberikan nilai jangka panjang bagi perusahaan yang disebut dengan loyalitas. Selain itu, Implikasi terbentuknya kepuasan dari seorang pelanggan memberikan beberapa manfaat, seperti adanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan, sebagai dasar rekomendasi bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (mouth to mouth) yang dapat menguntungkan bagi perusahaan.

Dengan demikian perusahaan Gojek dapat mempertahankan rasa puas pada konsumen dengan cara terus meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada atau mungkin memberikan pelayanan tambahan yang lainnya yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Jadi semakin tinggi kualitas pelayanan yang diterapkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lusiah et al., (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif langsung terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online, selain itu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan juga memiliki efek positif langsung pada loyalitas pelanggan jasa transportasi online. Penelitian yang sama telah dilakukan oleh Mutmainah, (2017) dengan judul “Pengaruh kualitas layanan

dan citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap kepuasan maupun loyalitas nasabah tabungan.

#### **4. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal mengenai kualitas pelayanan transportasi online terhadap kepuasan pelanggan Gojek (studi kasus pada pelanggan Gojek mahasiswa FKIP) sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan transportasi online memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek mahasiswa FKIP.
2. Berdasarkan kategorisasi data, tingkat kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan Gojek tergolong dalam kategori sedang, yang artinya kinerja dan harapan pelanggan berada di level yang sama sehingga pelanggan merasa puas.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Diharapkan perusahaan Gojek selalu meningkatkan kinerjanya terutama pada kualitas pelayanan, agar pelanggan semakin puas saat menggunakan layanan transportasi Gojek.
2. Perusahaan Gojek harus lebih memperhatikan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan, agar para pelanggan menjadi setia menggunakan layanan Gojek.

## 5. Referensi

- Acai Sudirman, Sherly, Marisi Butarbutar, Tongam Sihol Nababan, D. P. (2020). Customer Loyalty Of Gojek Users Viewed From The Aspect Of Service Quality And Consumer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 63–73. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/598/448>
- Agustianti, I. (2018). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Asuransi Kesehatan di Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 6(1), 72–81. <https://doi.org/10.21009/jpeb.006.1.8>
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “OM-JEK” Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 137–156.
- Ari Prasetio. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(4).
- Atmaja, K. V. W., Sujana, I. N., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pos Cabang Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(1), 12. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i1.20039>
- Dimiyati, M., & Afandi, M. F. (2018). Model Empiris Membangun Kesetiaan Pelanggan Berbasis Kualitas Pelayanan Dengan Mediasi Kualitas Hubungan Pada Industri Ritel Berbasis Jejaring Minimarket. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 311. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i2.3048>
- Dwi Aliyah Apriyani, & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2). <https://doi.org/10.32493/skr.v4i1.605>
- Liang, D., Dai, Z., & Wang, M. (2021). Assessing customer satisfaction of O2O takeaway based on online reviews by integrating fuzzy comprehensive evaluation with AHP and probabilistic linguistic term sets. *Applied Soft Computing*, 98(xxxx), 106847. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2020.106847>
- Luh, N., Sayang, W., Suci, N. M., Made, N., Dwi, A., Ni, M., & Yuliantini, N. (2019). Nilai Yang Dipersepsikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Industri Jasa Perbankan Di Kodya Denpasar. *Equitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 130–142.
- Lusiah, Noviantoro, D., & Akbar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan

- Pelanggan Jasa Transportasi Online. XXIV(02), 213–226.
- M, A., & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24912/jm.v21i3.254>
- Mutmainah. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. 10(2), 201–216.  
<http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v10i1.2344>
- Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., Ringle, C. M., & Sunnassee, V. (2020). Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *International Journal of Hospitality Management*, 91(October), 102414.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102414>
- Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, M. B. (2017). *Dasar-dasar Statistik Penelitian* (cetakan 1). Sibuku Media.
- Oktarini, R. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. 2019, 6(2), 248–257.
- Picauly, V. E., & Sahusilawane, S. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Hotel Swissbell Ambon. 4(1), 1–12.  
<https://doi.org/10.26740/jpeka.v4n1.p1-12>
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Pajak dan Masalah-masalah sosial* (Edisi 2). Penerbit Gava Media.
- Rezeki, S., M, D. E. M., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). 6(2), 9–20.
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15.  
<https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>
- Sianipar, G. J. . (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online ( Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan ). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 19(2), 1–14.
- Yesenia, Y., & Siregar, E. H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan KFC di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 5(3), 183.  
<https://doi.org/10.29244/jmo.v5i3.1216>

