



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PENGGUNA GO-JEK (STUDI KASUS  
DI WILAYAH BEKASI UTARA)**

Skripsi

Dibuat Oleh:

Yuniar Lestari  
021114239

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
2018**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PENGGUNA GO-JEK (STUDI KASUS DI WILAYAH  
BEKASI UTARA)**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan  
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)

Ketua Program Studi

(Tutus Rully, SE., MM)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PENGGUNA GO-JEK (STUDI KASUS DI WILAYAH  
BEKASI UTARA)**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus  
Pada Hari: Selasa, Tanggal: 17 / Juli / 2018

Yuniar Lestari

021114239

Menyetujui,

Ketua Sidang



(Dra.Hj. Sri Hartini., MM)

Ketua Komisi Pembimbing



(Oktorikiswati Zaini, S.E., MM)

Anggota Komisi Pembimbing



(Sri Hidajati Ramdani, S.E., MM)

## ABSTRAK

YUNIAR LESTARI. 021114239. Manajemen. Manajemen Pemasaran. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna GO-JEK (Studi Kasus di Wilayah Bekasi Utara)”. Pembimbing dalam penulisan Skripsi ini Ketua Komisi Pembimbing OKTORI KISWATI ZAINI dan Anggota Komisi Pembimbing SRI HIDAJATI RAMDANI. 2018.

Meningkatnya taraf hidup masyarakat dengan adanya persaingan transportasi ojek online dan perkembangan teknologi yang semakin canggih yang menjadi pelopor pertama kali yang memulai dan membuka ruang-ruang usaha bagi para pengangguran dan juga mempermudah akses untuk pemesanan transportasi melalui media online tersebut untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya untuk demi mencapai kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT GOJEK Indonesia terhadap kepuasan pelanggan dikalangan masyarakat di Wilayah Bekasi Utara yang mengalami penurunan di tahun 2017 dibuktikan dengan adanya keluhan pengguna mengenai kualitas pelayanan.

Metode penelitian ini, menggunakan jenis penelitian *deskriptif eksploratif* dengan metode penelitian studi kasus dan dengan mengambil jumlah sampel sebanyak 270 responden. Metode penarikan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *accidental/convenience sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan GO-JEK dikatakan sangat baik dengan hasil jawaban responden rata-rata sebesar 83,52%. Sedangkan dengan kepuasan pelanggan sangat puas, dengan hasil jawaban responden dengan rata-rata sebesar 81,68%. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi  $Y = 33,994 + 0,789BF + 0,712H + 0,177J + 0,746DT + (0,255E) + 7,879$ . Nilai koefisiensi determinasi sebesar 0,147 yang menunjukkan hubungan lemah dan kontribusi pengaruh kualitas pelayanan sebesar 38,4% dengan indikator bukti fisik, kehandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati terhadap kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 61,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji hipotesis pada indikator bukti fisik, kehandalan dan daya tanggap yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan indikator jaminan dan empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT., karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna GO-JEK (Studi Kasus di Wilayah Bekasi Utara)” diselesaikan guna untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Pakuan

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan proposal ini, yaitu:

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
2. Bapak Ketut Sunarta, Ak., MM., CA. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Ibu Tutus Rully, MM., SE. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Ibu Yudhia Mulya, SE., MM. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
5. Ibu Oktorini Kiswati Zaini, MM., SE. selaku Ketua Komisi Pembimbing.
6. Ibu Sri Hidajati Ramdani, MM., SE. selaku Anggota Komisi Pembimbing.
7. Keluargaku tercinta, Mamah, Papah, Kakakku Putry Puspitasari, SE. yang tak henti-hentinya selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi agar diberikan kemudahan dan kelancaran.
8. Seluruh dosen, staf pengajar dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
9. Sahabat-sahabatku yaitu Dhea Hartanty, Andayani Johanna Piri, Dea Desiana dan Desy Puspita Handayani yang selalu memberikan do'a dan semangat dan senantiasa berbagai waktu bersama-sama selama masa perkuliahan dan selama bimbingan, kecup basah buat kalian semua. Dan juga untuk teman-teman kosan Wisma Alvi khususnya Atik Wartini, S.Kom., Titin Dianah, SE., Irnawati, S.Pd, Lisbeth Hasibuan.
10. Teman-teman Manajemen 2014 khususnya kelas F yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan semangat kebersamaannya dari awal kuliah sampai saat ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan didalam penulisan skripsi ini, tentunya penulis sangat mengharapkan kritik, saran serta masukan bagi siapa saja yang dapat membangun penulis untuk lebih baik lagi dari sebelumnya. Segala macam bentuk kekurangan terdapat dari diri penulis dan segala macam kelebihan hanya dari Tuhan Yang Maha Esa.

Akhir kata, penulis berharap semoga dengan terselesaikannya skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta dapat membantu penulis dalam penyusunan skripsi demi tercapainya tujuan sebagai seorang sarjana ekonomi.

Bogor, Juli 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	4
1.2.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.3.1 Maksud Penelitian .....	5
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.1 Fungsi dan Tujuan Pemasaran.....	8
2.1.2 Orientasi Perusahaan Terhadap Pasar .....	9
2.2 Jasa dan Karakteristik Jasa.....	10
2.3 Bauran Pemasaran dan Unsur-unsurnya .....	11
2.4 Kualitas dan Dimensi Pelayanan .....	12
2.5 Kepuasan Pelanggan .....	13
2.5.1 Pengertian Harapan Pelanggan .....	14
2.5.2 Model Kepuasan Pelanggan .....	14
2.5.3 Prinsip Kepuasan Pelanggan .....	15
2.5.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	15
2.5.5 Metode dan Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan ..	16
2.5.6 Menarik dan Mempertahankan Pelanggan .....	17
2.5.7 Strategi Kepuasan Pelanggan .....	18
2.6 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran .....	18
2.6.1 Penelitian Sebelumnya .....	18
2.6.2 Kerangka Pemikiran.....	20
2.7 Hipotesis Penelitian .....	21

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
3.1	Jenis Penelitian.....	22
3.2.	Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian.....	22
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	22
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	22
3.5	Metode Penarikan Sampel.....	23
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	24
3.7	Metode Pengolahan/ Analisis Data.....	24
3.7.1	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	24
3.7.2	Analisis Deskriptif.....	25
3.7.3	Regresi Linier Berganda.....	26
3.7.4	Uji T (parsial).....	26
3.7.5	Uji Normalitas.....	27
3.7.6	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.7.7	Analisis Koefisiensi Determinasi.....	28
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b>	
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	29
4.1.1	Visi dan Misi PT GO-JEK Indonesia.....	29
4.1.2	Struktur Organisasi Pusat dan Organisasi Regional.....	30
4.2	Analisis Data.....	32
4.3	Pembahasan.....	37
4.3.1	Kualitas Pelayanan Pengguna GO-JEK.....	37
4.3.2	Kepuasan Pelanggan Pengguna GO-JEK.....	48
4.3.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	58
4.4	Interpretasi Hasil.....	63
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1	Simpulan.....	65
5.2	Saran.....	65
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>67</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1 : Data Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Pada Aplikasi	3
Tabel 2 : Data Keluhan Pengguna Dalam Pelayanan GO-JEK.....	4
Tabel 3 : Penelitian Sebelumnya .....	18
Tabel 4 : Operasionalisasi Variabel .....	22
Tabel 5 : Penelitian Pertanyaan .....	25
Tabel 6 : Tempat Tinggal Responden .....	33
Tabel 7 : Umur Responden .....	33
Tabel 8 : Jenis Kelamin Responden .....	34
Tabel 9 : Pekerjaan Responden .....	35
Tabel 10 : Seberapa Sering Menggunakan Ojek Online .....	35
Tabel 11 : Jenis Pembayaran Yang Sering Digunakan .....	36
Tabel 12 : Pernyataan Responden Terhadap Kinerja Perawatan Perlengkapan ..	37
Tabel 13 : Hasil Tanggapan Responden.....	38
Tabel 14 : Menggunakan Seragam Yang Rapih dan Bersih .....	38
Tabel 15 : Aplikasi Tidak Sering Terjadi Error .....	38
Tabel 16 : Aplikasi Mudah di Mengerti .....	39
Tabel 17 : Ketepatan Waktu Dalam Penjemputan .....	39
Tabel 18 : Menggunakan GPS Smatphone Jika Tahu Rute Perjalanan ditempuh	40
Tabel 19 : Mentaati Peraturan Lalu Lintas .....	40
Tabel 20 : Langsung Menghubungi Dengan Tepat Waktu Disaat Orderan Masuk	41
Tabel 21 : Merasa Aman Dalam Perjalanan Yang Akan Dituju .....	41
Tabel 22 : Dapat Mengetahui Posisi Dimana Saja .....	42
Tabel 23 : Pihak Perusahaan Langsung Menanggapi Saran dan Keluhan.....	42
Tabel 24 : Selalu Cepat Dalam Menangani Setiap Keluhan .....	43
Tabel 25 : Langsung Menawarkan Bantuan Disaat Membawa Barang Bawaan..	43
Tabel 26 : Langsung Memberikan Helm dan Masker .....	44
Tabel 27 : Langsung Menawarkan Jas Hujan Ketika Sedang Turun Hujan .....	44
Tabel 28 : Bersikap Ramah dan Sopan dalam Melayani .....	45
Tabel 29 : Memberitahukan Penggunaan Helm yang Benar .....	45
Tabel 30 : Harga/tarif Sesuai Dengan Yang di Tentukan .....	46
Tabel 31 : Hasil Keseluruhan Tanggapan Responden Tingkat Kinerja .....	46
Tabel 32 : Interval Kualitas Pelayanan .....	47
Tabel 33 : Pernyataan Responden Terhadap Perawatan Perlengkapan .....	48
Tabel 34 : Hasil Tanggapan Responden .....	48
Tabel 35 : Menggunakan Sergam yang Rapih dan Bersih .....	48
Tabel 36 : Aplikasi Tidak Sering Terjadi Error .....	49
Tabel 37 : Aplikasi Mudah di Mengerti .....	49
Tabel 38 : Ketepatan Waktu Dalam Penjemputan .....	50
Tabel 39 : Menggunakan GPS Smartphone Jika Tidak Tahu Rute Perjalann .....	50

Tabel 40 : Mentaati Peraturan Lalu Lintas .....	51
Tabel 41 : Langsung Menghubungi Dengan Tepat Waktu Disaat Orderan Masuk	51
Tabel 42 : Merasa Aman Dalam Perjalanan yang Akan Dituju .....	52
Tabel 43 : Dapat Mengetahui Posisi Dimana Saja .....	52
Tabel 44 : Pihak Perusahaan Langsung Menanggapi Saran dan Keluhan .....	53
Tabel 45 : Selalu Cepat Dalam Menangani Setiap Keluhan .....	53
Tabel 46 : Langsung Menawarkan Bantuan Disaat Membawa Barang Bawaan ..	54
Tabel 47 : Langsung Memberikan Helm dan Masker .....	54
Tabel 48 : Langsung Menawarkan Jas Hujan Ketika Sedang Turun Hujan .....	55
Tabel 49 : Bersikap Ramah dan Sopan Dalam Melayani .....	55
Tabel 50 : Memberitahukan Penggunaan Helm Yang Benar .....	56
Tabel 51 : Harga/tarif Sesuai Dengan yang Ditentukan .....	56
Tabel 52 : Hasil Keseluruhan Tanggapan Tingkat Harapan .....	57
Tabel 53 : Interval Kepuasan Pelanggan .....	58
Tabel 54 : Hasil Uji Normalitas .....	59
Tabel 55 : Hasil Uji Multikolinieritas .....	59
Tabel 56 : Hasil Uji Autokorelasi .....	60
Tabel 57 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	61
Tabel 58 : Hasil Uji Hipotesis .....	62
Tabel 59 : Hasil Koefisiensi Determinasi .....	63

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1 : Jumlah Pengguna Aplikasi GO-JEK dan GRAB .....	2
Gambar 2 : Kepuasan/ketidakpuasan Pelanggan .....	14
Gambar 3 : Proses Pengembangan Pelanggan .....	17
Gambar 4 : Konstelasi Penelitian .....	21
Gambar 5 : Penentuan Jumlah Sampel .....	25
Gambar 6 : Kurva Pengujian Hipotesis Koefisiensi Regresi .....	27
Gambar 7 : Struktur Organisasi Pusat .....	30
Gambar 8 : Struktur Organisasi Regional .....	30
Gambar 9 : Tempat Tinggal Responden .....	33
Gambar 10 : Umur Responden.....	34
Gambar 11 : Jenis Kelamin Responden .....	34
Gambar 12 : Pekerjaan Responden .....	35
Gambar 13 : Seberapa Sering Menggunakan Ojek Online .....	36
Gambar 14 : Jenis Pembayaran yang Sering Digunakan .....	36
Gambar 15 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Kodingan Kuesioner
- Lampiran 3 Tabel Isaac dan Michael Dalam Penentuan Jumlah Sampel Populasi Tertentu
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan
- Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas Tingkat Kinerja
- Lampiran 7 Hasil Uji Reabilitas Tingkat Harapan
- Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Meningkatnya taraf hidup masyarakat yang didukung dengan perkembangan teknologi pada zaman sekarang yang semakin canggih dan mendorong untuk lebih menyukai hal-hal yang instan dan cepat. Salah satu hasil kemajuan teknologi informasi yang sangat berpengaruh besar terhadap perubahan zaman sekarang adalah internet. Internet adalah suatu jaringan komunikasi yang memiliki fungsi untuk berinteraksi ke semua orang diseluruh dunia. Dengan adanya kecanggihan internet saat ini, semua orang bisa berbelanja barang apa saja, mempermudah pemesanan tiket transportasi, dan juga bisa memesan makanan atau minuman secara *online* hanya lewat suatu jaringan internet yang melalui *smartphone* menjadi lebih mudah dan cepat.

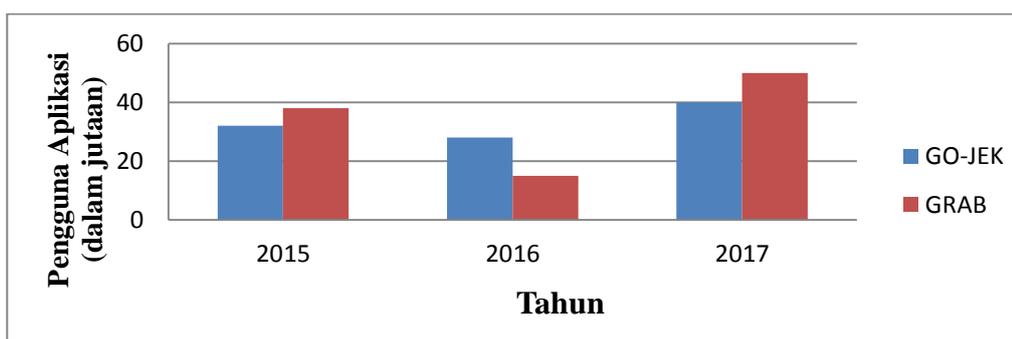
Muncullah suatu ide perusahaan jasa transportasi ojek motor yang berbasis *online* dan dikelola oleh anak bangsa dari Indonesia ini yang menggunakan kecanggihan internet. Hampir disetiap sudut jalan besar, di area stasiun, area kampus dan dimanapun sudah banyak ditemui para pengemudi ojek motor yang berbasis *online* ini. Jika zaman dahulu ojek motor dikelola secara kepemilikan sendiri yang biasa disebut ojek pengkolan yang berada dipinggir-pinggir jalan, sekarang sudah muncul bisnis baru yang berjenis transportasi darat yaitu ojek motor yang berbasis *online*. Sekarang ini, ada perusahaan ojek yang berbasis *online* ini yang sedang meningkat pesat dipasaran dan juga menjadi perusahaan pelopor ojek motor di Indonesia yang pertama kali adalah PT Go-Jek Indonesia.

Go-Jek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Pendiri dari PT Go-Jek Indonesia ini yang bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran yang bermula pada tahun 2010 dan telah didirikan pada tahun 2011 di Jakarta. Kemudian resmi meluncurkan aplikasi Go-Jek pada awal tahun 2015, yang bertujuan untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan kemacetan di Ibukota. Para pelanggan tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek pengkolan tetapi bisa langsung memesan melalui aplikasi Go-Jek sesuai dengan kebutuhan. PT Go-Jek Indonesia siap untuk melayani pelanggan yang berada dimana saja dan kapan saja. Perusahaan ojek motor yang berbasis *online* ini melayani banyak produk diantaranya GO-RIDE mengantar penumpang ke berbagai tempat di mana pun, GO-FOOD melayani pesan antar makanan, GO-CAR melayani pesan mobil pribadi, GO-MART melayani berbelanja bulanan untuk kebutuhan sehari-hari, GO-SEND melayani kurir instan untuk kirim barang dan dokumen lebih cepat dan mudah, GO-BOX melayani pindahan untuk mengirim barang dengan mobil pickup atau truk, GO-TIX melayani pembelian tiket film atau hiburan berupa events maupun festival,

dan GO-MED melayani kebutuhan medis seperti membeli obat-obatan dan vitamin dari apotek berlisensi.

Pada saat ini, Go-Jek sudah mulai beroperasi di beberapa kota di Indonesia seperti di Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Makassar, Malang, Bali dengan jumlah 200.000 pengendara ojek motor ([www.go-jek.com](http://www.go-jek.com), 2017). PT Go-Jek Indonesia telah dipercaya dari beragam pelanggan dalam membantu aktifitas masyarakat sehari-hari dan membantu mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia dengan membuka lowongan pekerjaan bagi masyarakat. Sebagai perusahaan yang sedang berkembang pesat di Indonesia, PT Go-Jek Indonesia juga meningkatkan pelayanan dengan cara memberikan potongan harga yang terjangkau (*Go-pay*) yang bisa dapat diisi saldo melalui driver, ATM, maupun di swalayan terdekat. Setiap waktu yang telah ditentukan oleh pihak PT Go-Jek Indonesia termasuk saat waktunya jam kerja akan memiliki perbedaan dari tarif harga yang lebih mahal jika pelanggan tersebut tidak menggunakan *Go-pay*.

Berikut dapat dilihat perbandingan kedua perusahaan ini sama-sama melayani angkutan ojek motor berbasis *online* yang merupakan perusahaan yang memiliki daya pesaing yang sangat kuat.



Sumber: [www.wartaekonomi.co.id](http://www.wartaekonomi.co.id), [www.kompas.com](http://www.kompas.com), 2017

Gambar 1  
Jumlah Pengguna Aplikasi Go-Jek dan Grab  
Tahun 2015-2017

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa jumlah pengguna aplikasi Go-Jek dari tahun 2015 sebesar 32 juta pelanggan, pada tahun 2016 mengalami penurunan menjadi 28 juta pelanggan dan pada tahun 2017 mengalami kenaikan lagi menjadi 40 juta pengguna. Sedangkan jumlah pengguna aplikasi GRAB pada tahun 2015 dengan jumlah 38 juta, pada tahun 2016 mengalami penurunan menjadi 15 juta, lalu tahun 2017 mengalami kenaikan lebih unggul dengan jumlah 50 juta pengguna aplikasi transportasi ojek motor berbasis *online* tersebut.

Perusahaan transportasi ojek motor yang berbasis *online* ini harus berlomba-lomba untuk menarik pelanggan dalam mengedepankan pelayanan yang diberikan dari pihak perusahaan sehingga dengan begitu pelanggan akan merasakan kepuasan dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Tetapi pada kenyataannya

pelanggan tetap saja selalu mengeluhkan pelayanan yang ada pada perusahaan penyedia jasa transportasi *online* ini baik itu dari segi digitalisasi seperti dari aplikasi maupun dari segi pelayanan, dan drivernya yang terkadang tidak mematuhi aturan yang telah menjadi standarisasi dari pihak perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan pelanggan dan memberikan harapan sesuai keinginan pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan pelanggan akan terwujud. Kepuasan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dan yang diharapkan oleh pengguna layanan jasa Go-Jek. Upaya untuk memenuhi kepuasan pada diri pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi Go-Jek yaitu dengan memberikan pelayanan pada pelanggan secara *online* dan pelayanan secara langsung dari pihak yang bersangkutan dengan Go-Jek tersebut secara resmi. Hal ini menjadi perhatian penting bagi perusahaan transportasi ojek *online* untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dampak dari kepuasan yang timbul pada diri pelanggan juga dapat membuat pelanggan akan bertahan pada jasa transportasi *online* ini.

Kepuasan konsumen terhadap layanan dan hasil kinerja akan sangat mempengaruhi gambar perusahaan dan nilai kualitas pelayanan, di mana konsumen menilai kinerja pelayanan yang diterima dan yang dirasakan langsung terhadap suatu produk. Kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan, baik itu berupa kepuasan atau ketidakpuasan yang timbul untuk membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen tersebut. Apabila penampilan semua produk yang diharapkan oleh konsumen tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, maka dapat dipastikan konsumen merasa tidak puas dan apabila konsumen merasa puas pada produk yang diberikan, maka kepuasan akan dirasakan oleh konsumen. (Kotler dalam Sudaryono, {2014, 49}).

Tabel 1  
Data Tingkat Kepuasan Pengguna Transportasi *Online* Pada Aplikasi

No	Nama Perusahaan	Total Keseluruhan Rating	Tingkat Kepuasan Pelanggan
1.	Grab	4.5 *	96%
2.	Go-Jek	4.3 *	95%

Sumber: <https://play.google.com/store>, 2017

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa GO-JEK pada tingkat kepuasan pelanggan sejumlah 95% untuk para penggunanya. Sedangkan untuk GRAB pada layanan dari tingkat kepuasannya lebih unggul sebesar 96% dibandingkan dengan GO-JEK. Dan dapat dilihat juga dari total keseluruhan rating dari GRAB sebesar 4.5 bintang merupakan lebih tinggi dibandingkan dengan aplikasi GO-JEK untuk produk sebesar 4.3 bintang.

Hal ini terlihat dari banyaknya keluhan yang didapat diseluruh Indonesia. Berdasarkan dari hasil [website twitter.com](https://twitter.com), hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2  
Data Keluhan Pengguna dalam Pelayanan Go-Jek

No	Keluhan Pelanggan	Jumlah Keluhan	Persentase
1.	Dapat SMS yang mengatasnamakan Go-Jek	20	40%
2.	Layanan Go-Send belum diantar ke pelanggan tetapi sudah di ambil oleh driver	10	20%
3.	Barang pengiriman tidak sampai ke pelanggan	10	20%
4.	Keamanan Go-Pay	5	10%
5.	Tidak bisa isi saldo Go-Pay melalui ATM	5	10%
	Jumlah	50	100%

Sumber: data diolah, <https://twitter.com>, 2017

Pada tabel 2 dapat dilihat keluhan pelanggan yang mereka rasakan pada ketidakpuasan beberapa produk yang ada di Go-Jek seperti dapat SMS yang mengatasnamakan Go-Jek pada jumlah keluhan tertinggi sebesar 20 atau 40%, layanan Go-Send belum diantar ke pelanggan tetapi sudah diambil oleh driver pada jumlah keluhan sebesar 10 atau 20%, barang pengiriman tidak sampai ke pelanggan pada jumlah keluhan 10 atau 20%, keamanan Go-Pay pada jumlah keluhan 5 atau 10%, tidak bisa isi saldo Go-Pay melalui ATM pada jumlah keluhan 5 atau 10%.

Salah satu kota pengguna Go-Jek yang cukup besar peminatnya adalah kota Bekasi. Kawasan kota Bekasi memiliki luas kawasan sebesar 1.484.37 km<sup>2</sup> ([www.bekasikab.go.id](http://www.bekasikab.go.id), 2016) yang mengalami kemacetan parah di mana-mana. Di kota Bekasi khususnya di kawasan Bekasi Utara memiliki kepadatan penduduk pada tahun 2016 sebanyak 373.054 jiwa/km<sup>2</sup> (<https://BekasiKota.bps.go.id>, 2016). Masyarakat kota Bekasi ini terutama masyarakat yang berada di kawasan Bekasi Utara dengan adanya transportasi ojek *online* ini memberi peluang untuk perusahaan maupun driver itu sendiri dikarenakan bisa membantu masyarakat dalam berpergian kemana saja dan kapan saja.

Berdasarkan uraian di dalam latar belakang tersebut, penulis tertarik dan mencoba untuk melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan yang bergerak di bidang transportasi ojek online yaitu PT Go-Jek Indonesia dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA GO-JEK (Studi Kasus Di Wilayah Bekasi Utara)”**.

## **1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Pengguna Go-Jek pada 3 tahun terakhir relatif lebih kecil dibandingkan dengan GRAB.
2. Tingkat kepuasan dari pengguna Go-Jek lebih rendah dibandingkan dengan GRAB.
3. Keluhan lemah untuk keluhan pengguna yang menggunakan SMS yang mengatasnamakan Go-Jek.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan Go-Jek?
2. Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan pengguna Go-Jek?
3. Apakah terdapat pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pengguna Go-Jek?
4. Apakah terdapat pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Go-Jek?
5. Apakah terdapat pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Go-Jek?
6. Apakah terdapat pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan pengguna Go-Jek?
7. Apakah terdapat pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan pengguna Go-Jek?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Go-Jek di wilayah Bekasi Utara sehingga permasalahan yang ada diharapkan dapat diselesaikan atau terpecahkan.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan Go-Jek.
2. Untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan pengguna Go-Jek.
3. Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pengguna Go-Jek.
4. Untuk menganalisis pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Go-Jek.

5. Untuk menganalisis pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Go-Jek.
6. Untuk menganalisis pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan pengguna Go-Jek.
7. Untuk menganalisis pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan pengguna Go-Jek.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, antara lain:

1. Kegunaan Teoritik

Bagi penulis, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan tambahan pengetahuan dalam mengaplikasikan teori yang telah diperoleh dalam dunia nyata mengenai manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dengan memberikan ilmu pengetahuan di bidang Ekonomi Manajemen pada umumnya dan secara khusus mengenai Manajemen Pemasaran.

2. Kegunaan Praktek

Kegunaan Praktek, yaitu untuk membantu memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada pada lokasi yang diteliti, yang dapat berguna bagi pengambilan keputusan manajemen dan usaha oleh PT Go-Jek dan pihak eksternal yang terkait.

## BAB II

### TINJUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan bagian terpenting dalam sebuah perusahaan agar dapat bertahan dan terus berkembang serta akan memperoleh keuntungan. Menurut Stanton dalam Basu Swastha (2016, 4) mengatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Menurut Kotler & Keller dalam Nandan Limakrisna (2012, 3) mengungkapkan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.

Menurut AMA (American Marketing Association) dalam Sofjan Assauri (2013,3) mengatakan bahwa pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen.

Mullins & Walker (2013, 5) *marketing is a social process involving the activities necessary enable individuals and organizations to obtain what they need and want through exchanges with other and to develop ongoing exchange relationship.* "Pemasaran adalah proses sosial yang melibatkan kegiatan yang diperlukan untuk memungkinkan individu dan organisasi untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan yang lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran yang sedang berlangsung."

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial dimana terdapat kegiatan dalam merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan menciptakan, menawarkan sebuah produk yang bernilai dengan mengalirnya suatu barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen.

Pada sebuah perusahaan terdapat pemasaran yang harus mencari target yang dicapai untuk manajemen pemasarannya. Menurut Kotler & Keller dalam Basu Swastha Dharmmesta (2016, 4) mengatakan bahwa manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud mencapai tujuan perusahaan.

Menurut William Shultz dalam Buchari Alma (2011, 130) menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah merencanakan, pengarahan dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan ataupun bagian dari perusahaan.

Menurut Mullins dan Walker (2013, 13) menyatakan bahwa *marketing management is the process of analyzing, planning, implementing, coordinating, and controlling programs involving the conception, pricing, promotion, and distribution of markets for the purpose of achieving organizational objectives.*

Dari definisi diatas dapat disimpulkan dari pengertian manajemen pemasaran merupakan perencanaan, pengarahan, pengawasan dalam suatu program dalam kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

### **2.1.1 Fungsi Pemasaran dan Tujuan Pemasaran**

Di dalam melakukan kegiatan dalam pemasaran, terdapat beberapa fungsi dari pemasaran yang dapat dijadikan pengetahuan untuk melakukan sebuah bisnis yang akan dipasarkan. Menurut Deliyanti Oentoro (2012, 3) terdapat beberapa fungsi pemasaran, diantaranya :

1. Fungsi Pertukaran

Dengan pemasaran, pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau dijual kembali.

2. Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serut menyimpan produk. Produk diangkat dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara dan sebagainya. penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan produk agar tidak terjadi kekurangan yang dibutuhkan.

3. Fungsi Perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktifitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktifitas fungsi perantara lain pengurangan resiko pembiayaan pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan produk.

Menurut Gunawan Adisaputro (2010, 4) fungsi pemasaran adalah keberhasilan finansial seringkali tergantung pada kemampuan pemasaran perusahaan yang bersangkutan. Kemampuan keuangan, operasi, akuntansi dan fungsi bisnis yang lain tidak akan banyak membantu bilamana tidak ada permintaan yang memadai untuk barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.

Didalam kegiatan pemasaran juga terdapat tujuan pemasaran dalam meningkatkan dan memaksimalkan sebuah keuntungan yang akan dicapai. Menurut Kotler dan Armstrong (2012, 6), tujuan pemasaran adalah membantu organisasi

mencapai tujuan. Tujuan utama dalam perusahaan adalah mencari laba. Sedangkan tujuan lainnya adalah mendapatkan dana yang memadai untuk melakukan aktivitas-aktivitas sosial dan pelayanan publik.

Menurut Danang Sunyoto (2013, 36) tujuan pemasaran adalah mengarahkan barang-barang dan jasa-jasa ke tangan konsumen.

Menurut Buchari Alma (2013, 10) ada 2 (dua) tujuan pemasaran yaitu :

1. Untuk mencari keseimbangan pasar, antara buyer's dan seller's market, mendistribusikan barang dan jasa dari daerah surplus ke daerah minus, dari produsen ke konsumen, dari pemilik barang dan jasa ke calon konsumen.
2. Tujuan pemasaran yang utama ialah memberi kepuasan kepada konsumen. Tujuan pemasaran bukan komersial atau mencari laba, tetapi memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan kesimpulan diatas bahwa mengarahkan barang dan jasa ke konsumen akan mendapatkan dana atau laba dari memaksimalkan sebuah keuntungan untuk meningkatkan dan memberikan kepuasan pelanggan dan pelayanan pada suatu produk.

### **2.1.2 Orientasi Perusahaan Terhadap Pasar**

Di dalam sebuah pemasaran memiliki orientasi perusahaan untuk bersaing dipasaran. Menurut Kotler dan Keller (2015, 58) ada 5 (lima) konsep pemasaran dalam melaksanakan orientasi pasar manajemen yaitu :

1. Konsep Produksi  
Konsep produk yang menyatakan bahwa tugas manajemen adalah meningkatkan efisiensi produksi dan menurunkan harga. Konsep ini mempunyai anggapan bahwa konsumen akan menyukai produk yang harganya rendah.
2. Konsep Produk  
Konsep produk menyatakan bahwa tugas manajemen adalah menyediakan produk berkualitas tinggi. Konsep ini mempunyai anggapan bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, fitur inovatif yang terbaik karena itu hanya diperlukan sedikit usaha promosi.
3. Konsep Penjualan  
Konsep penjualan yang menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli produk organisasi kecuali organisasi mengadakan penjualan dalam skala besar dan usaha promosi. Konsep ini mempunyai anggapan bahwa konsumen menyukai produk yang dipromosikan secara terus-menerus.
4. Konsep Pemasaran  
Konsep pemasaran menyatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan target pasar dan mengantarkan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dari pesaing.

## 5. Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial

Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial menyatakan bahwa menghasilkan kepuasan pelanggan dan kesejahteraan sosial jangka panjang adalah kunci untuk mencapai tujuan perusahaan dan memenuhi tanggung jawabnya.

## 2.2 Jasa dan Karakteristik Jasa

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013, 7) jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh pelanggan.

Menurut William J. Stanton dalam Danang Sunyoto (2013, 186) jasa merupakan kegiatan yang diidentifikasi, yang bersifat tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan pada konsumen.

Menurut William J. Stanton dalam Buchari Alma (2009, 243) jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan dari pengertian jasa bahwa dari setiap aktivitas dalam bentuk fisik maupun yang bersifat tak teraba yang akan dihasilkan dan nilai untuk masalah pemenuhan kepuasan yang dikeluarkan oleh pelanggan secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan.

Didalam pemasaran jasa tentunya memiliki sejumlah perbedaan antara barang dan jasa yang ada dalam 4 karakteristik menurut Danang Sunyoto (189, 2013) yaitu :

### 1. Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bisa dilihat, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Agar kepercayaan konsumen dapat ditingkatkan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pemilik jasa, yaitu :

- a. Meningkatkan visualisasi jasa.
- b. Pemberi jasa tidak hanya menggambarkan ciri-ciri suatu jasa tetapi justru lebih menekankan manfaat dari jasa tersebut.
- c. Penataan fisik, harga menjurus pada pelayanan yang cepat dan efisien. Harus menimbulkan kesan yang bersih dan rapi.
- d. Penataan dokumentasi, harus dilakukan dengan penataan yang rapi, terjamin keamanannya dan efisien.

### 2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)

Suatu bentuk jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu hadir atau tidak hadir, produk fisik yang berwujud tetap ada.

3. Heterogenitas (*heterogeneity*)  
Industry jasa atau penjual jasa individu tidak mungkin mengalahkan standarisasi output. Setiap unit jasa itu berbeda satu sama lain.
4. Cepat hilang dan permintaan yang fluktuasi (*perishability and fluctuating demand*)  
Jasa itu cepat hilang dan tidak dapat disimpan, dan pasaran jasa itu berubah-ubah menurut musim, menurut jam, dan hari. Karena cepat rusak dan permintaan yang berubah-ubah, maka perlu adanya pengelolaan yang tepat. Misalnya melalui peningkatan kemampuan petugas kelengkapan dan pemeliharaan sarana dan prasarana.

### 2.3 Bauran Pemasaran dan Unsur-unsurnya

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai tujuan pemasaran dalam sebuah kegiatan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen serta mampu mencapai target pasar yang ingin dicapai.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013, 92) bauran pemasaran merupakan perangkat/ alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Dalam kegiatan pemasaran suatu perusahaan barang atau jasa perlu mengkombinasikan unsur-unsur bauran pemasaran (*marketing mix*). Untuk perusahaan yang bergerak dibidang barang, *marketing mix* dikenal dengan istilah 4P (*product, price, place, promotion*) seperti yang telah dijelaskan diatas.

Menurut Fandy Tjiptono (2014, 40) perusahaan yang bergerak dibidang jasa, *marketing mix* dikombinasikan menjadi 7P dan dengan tambahan unsur 3P tersebut, yaitu :

1. Produk (*product*)  
Merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. Harga (*pricing*)  
Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktikal, seperti tingkat harga struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga di antara berbagai kelompok pelanggan.
3. Promosi (*promotion*)  
Bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan aktual.
4. Tempat (*Place*)  
Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial.

5. Orang (*people*)  
Merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran. Dalam industri jasa, setiap orang merupakan “part-time marketer” yang tindakan dan perilakunya memiliki dampak langsung pada output yang diterima pelanggan. Oleh sebab itu, setiap organisasi jasa (terutama yang tingkat kontakannya dengan pelanggan tinggi) harus jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam interaksinya dengan pelanggan.
6. Bukti Fisik (*physical evidence*)  
Karakteristik intangible pada jasa menyebabkan pelanggan potensial tidak bisa menilai suatu jasa sebelum mengkonsumsi. Oleh karena itu, salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran adalah upaya mengurangi tingkat resiko tersebut dengan jalan menawarkan bukti fisik dari karakteristik jasa.
7. Proses (*process*)  
Proses produksi atau operasi merupakan faktor paling penting bagi konsumen. Pelanggan restoran misalnya, sangat terpengaruh oleh cara staf melayani mereka dan lamanya menunggu selama proses produksi. Berbagai isu muncul sehubungan dengan batas antara produsen dan konsumen dalam hal alokasi fungsi-fungsi produksi.

#### **2.4 Kualitas Pelayanan dan Dimensi**

Kualitas pelayanan saat ini sangat dibutuhkan oleh setiap penyedia pelayanan jasa, guna untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan jasa harus memberikan kepuasan terhadap keinginan pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2011,59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Parasurama Berry dan Zeithaml dalam Rambat Lupiyoadi (2014, 181) kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dengan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Menurut Christopher Lovelock & Lauren K Wright (2007, 97) kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Artinya kualitas jasa yang diberikan dapat berpengaruh jangka panjang pada pelanggan.

Berdasarkan definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu pelayanan yang memiliki tingkat keunggulan antara harapan dan kenyataan yang diberikan untuk pelanggan dalam waktu jangka panjang.

Di dalam kualitas pelayanan dalam pemasaran akan ada dimensi-dimensi untuk menentukan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan agar pelanggan tetap kepada yang satu produk saja bukan ke produk dari perusahaan lain.

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Danang Sunyoto (2012, 77) terdapat 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan diantaranya :

1. Bukti Fisik (*Tangible*)  
Meliputi lokasi, berkenaan dengan kenampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan perusahaan.
2. Keandalan (*Reliability*)  
Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan terpercaya, akurat dan memuaskan.
3. Jaminan (*Assurance*)  
Yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan dan sifat yang dimiliki mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)  
Kemampuan atau keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
5. Empati (*Emphaty*)  
Yaitu kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi konsumen dan memahami kebutuhan untuk para pelanggan.

Menurut Valerie Zeithaml, Leonard Berry, dan A. Parasuraman dalam Lovelock (2011, 154) mengemukakan terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan jasa sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keraguan-raguan.
4. Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
5. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

## 2.5 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan bukan hanya memberikan mengenai apa yang kita pikirkan kepada pelanggan, namun kita harus memberikan apa yang sebenarnya pelanggan inginkan dan bagaimana cara memperolehnya.

Menurut Fandy Tjiptono (2011, 301) kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Menurut Valarie A. Zeithaml (2013, 81) *customer satisfaction is influenced by specific product or service features, perceptions of product and service quality, and price. In addition, personal factors such as the customer's mood or emotional state and situational factors such as family member opinions influence satisfaction.* “Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh fitur produk atau layanan tertentu, persepsi kualitas produk dan layanan, dan harga. Selain itu, faktor pribadi seperti mood customer atau keadaan emosi dan faktor situasional seperti opini anggota keluarga memengaruhi status kepuasan.”

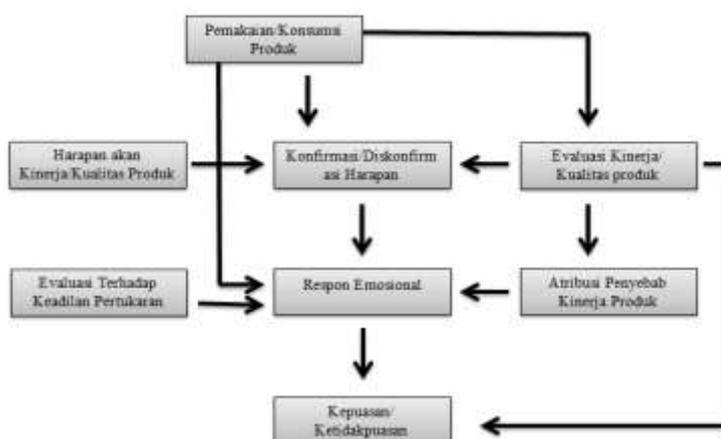
Dari beberapa pengertian tentang kepuasan pelanggan, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh fitur produk atau layanan tertentu, persepsi kualitas produk dan layanan, dan harga.

### 2.5.1 Pengertian Harapan Pelanggan

Menurut Robbins dan Judge (2008, 253) teori harapan menunjukkan bahwa kekuatan atas keinginan atau daya tarik yang diikuti dengan hasil yang diperoleh individu. Harapan adalah apa yang dipikirkan konsumen yang harus disediakan oleh penyedia jasa. Harapan akan muncul saat konsumen membutuhkan suatu barang atau jasa. Harapan bisa dilihat berdasarkan kebiasaan dan pengalaman masa lalu.

### 2.5.2 Model Kepuasan Pelanggan

*The Expectancy Disconfirmation Model* yang dikembangkan Mowen and Minor (1995) adalah model yang menjelaskan proses terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen yaitu merupakan dampak perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian/konsumsi dengan yang kinerja sesungguhnya yang diperoleh oleh konsumen. Faktor-faktor yang membentuk perasaan puas atau tidak puas digambarkan dalam *The Expectancy Disconfirmation Model*.



Gambar 2

Kepuasan/ketidakpuasan Pelanggan

Sumber: Mowen dalam Fandy Tjiptono 2014, 354

Dalam model pada Gambar 2 di atas, pelanggan diasumsikan pertama kali mengonsumsi produk tersebut. Berdasarkan pengalaman itu, pelanggan mengevaluasi kinerja produk secara keseluruhan. Penilaian kinerja suatu produk terkait dengan tingkat mutu dari produk. Persepsi mengenai mutu produk ini dibandingkan dengan harapan pelanggan terhadap kinerja produk. Proses evaluasi terjadi pada saat pelanggan membandingkan kinerja aktual dengan kinerja yang diharapkan. Berdasarkan hasil evaluasi ini, pelanggan akan memperoleh emosi yang bersifat positif, negatif atau netral tergantung apakah harapannya terkonfirmasi atau tidak. Respon emosional ini merupakan masukan dalam membentuk persepsi kepuasan atau ketidakpuasan secara keseluruhan. Sebagai tambahan, tingkat kepuasan atau ketidakpuasan juga dipengaruhi oleh hasil evaluasi terhadap nilai dari proses pertukaran. Dari atribut-atribut yang menghasilkan mutu atau kinerja dari suatu produk juga memengaruhi sikap puas atau tidak puas.

### 2.5.3 Prinsip Kepuasan Pelanggan

Menurut Handi Irawan dalam Sudaryono (2014, 50) memiliki 8 (delapan) prinsip kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan untuk merebut hati pelanggan agar memenangkan persaingan, yaitu:

1. Memulai dengan percaya akan pentingnya kepuasan pelanggan menanam kepuasan menurut laba.
2. Memilih pelanggan dengan benar untuk membangun kepuasan pelanggan, pilihlah pelanggan Anda baru dipuaskan.
3. Memahami harapan pelanggan, mengontrol harapan, dan menggali harapan pelanggan adalah kunci.
4. Mencari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Anda: faktor-faktor pendorong, kepuasan pelanggan dimulai dari dimensi kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*).
5. Faktor emosional (estetika, *self expressive value* dan *brand personality*) adalah faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
6. Pelanggan yang complain (kepuasan melalui complain, menangani keluhan dengan sistem, efektivitas penanganan complain) adalah pelanggan yang loyal.
7. Garansi kepada pelanggan adalah lompatan yang besar dalam kepuasan pelanggan.
8. Mendengarkan suara pelanggan Anda melalui: pengukuran kepuasan pelanggan (*top two boxes, performance importance, servqual*), memanfaatkan hasil riset kepuasan pelanggan dan *performance importance mapping*.

### 2.5.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Rambat Lupiyoadi (2014, 134) terdapat 5 (lima) faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

1. **Kualitas Produk**  
Konsumen akan merasa puas bila mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. **Kualitas Pelayanan dan Jasa**  
Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. **Emosi**  
Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila menggunakan produk dengan mereka tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. **Harga**  
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi mendapatkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
5. **Biaya**  
Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

#### **2.5.5 Metode dan Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Pada kepuasan pelanggan terdapat metode-metode pengukuran kepuasan untuk pelanggan yang sudah memakai produk yang dipakainya. Menurut Buchari Alma (2011, 285-286) terdapat metode pengukuran kepuasan pelanggan yaitu :

1. **Sistem Keluhan dan Saran (*complaint and suggestion system*)**  
Banyak perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh langganannya. Ada juga perusahaan yang memberi amplop yang telah ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyatakan saran, keluhan serta kritik. Saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, customer hot line, telepon bebas pulsa. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.
2. **Survei Kepuasan Pelanggan (*customer satisfaction surveys*)**  
Dalam hal perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar pelanggan. Survei ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket.
3. **Pembeli Bayangan (*ghost shopping*)**  
Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau perusahaannya sendiri. Pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayanan yang melayaninya. Juga dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen. Buka saja orang lain yang disewa untuk

menjadi pembeli bayangan tetapi juga manajer sendiri harus turun ke lapangan, belanja ke toko saingan dimana ia tidak kenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dan informasi yang diperoleh langsung ia alami sendiri.

4. Analisa Pelanggan yang Lari (*lost customer analysis*)

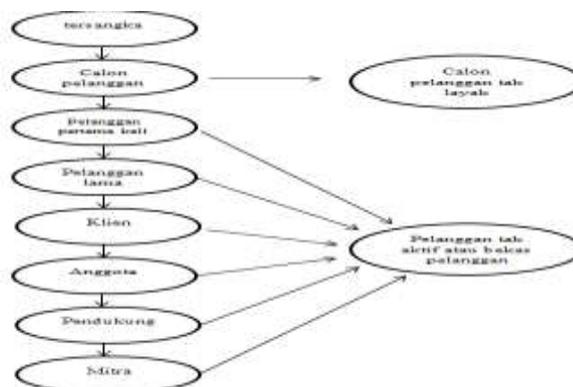
Langganan yang hilang, dicoba dihubungi. Mereka diminta untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah keperusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi langganan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

### 2.5.6 Menarik dan Mempertahankan Pelanggan

Sekarang lebih banyak perusahann mengakui pentingnya memuaskan dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan yang kurang puas menetapkan modal relasi pelanggan. Jika perusahaan dijual, perusahaan yang membeli tidak hanya harus membayar pabrik dan perlengkapan serta nama merek, melainkan juga basis pelanggan yang diserahkan, jumlah dan nilai pelanggan yang akan melakukan bisnis dengan perusahaan baru.

Menurut Kotler dan Keller (2009, 193) disini ada beberapa fokus menarik yang penting untuk mempertahankan pelanggan:

1. Mendapatkan pelanggan baru bisa menghabiskan biaya lima kali lebih besar dari pada biaya yang tercakup dalam memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang ada;
2. Rata-rata perusahaan kehilangan 10% dari pelanggannya setiap tahun;
3. Pengurangan 5% tingkat peralihan pelanggan dapat meningkatkan laba sebesar 25% sampai 85%, tergantung pada industry;
4. Angka laba pelanggan cenderung meningkat selama masa hidup pelanggan yang bertahan.



Gambar 3  
Proses Pengembangan Pelanggan  
Sumber : Kotler dan Keller (2009, 193)

Gambar3 di atas menunjukkan langkah-langkah utama dalam proses menarik dan mempertahankan pelanggan. Yang menjadi titik awal adalah setiap orang yang bisa dibayangkan akan membeli produk atau jasa (dicurigai). Dari situ perusahaan menetapkan calon pelanggan yang paling mungkin, yang diharapkan menjadi pelanggan pertama, dan kemudian menjadi pelanggan yang membeli ulang, dan kemudian menjadi klien, orang-orang yang diperlakukan perusahaan secara sangat istimewa dan dipahami secara penuh. Pemasar dapat dicirikan dengan dinamika pembelian yang panjang mereka dan seberapa mudah dan seringnya pelanggan dapat masuk dan keluar.

1. Pasar yang sudah didapatkan secara permanen.
2. Pasar retensi sederhana, pelanggan dapat hilang secara permanen setelah setiap periode.
3. Pasar migrasi pelanggan, pelanggan bisa datang dan pergi.

### 2.5.7 Strategi Kepuasan Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono (2008, 40), terdapat beberapa strategi kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Relationship Marketing
2. Strategi dimana transaksi pertukaran antara pelanggan dan perusahaan berkelanjutan, tidak berakhir setelah pembelian pertama Customer Service.
3. Superior Customer Service.
4. Strategi dimana perusahaan menerapkan/menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari perusahaan lainnya.
5. Unconditional Guarantees.
6. Strategi dimana perusahaan memberikan jaminan kualitas produk yang ditawarkan.
7. Strategi penanganan keluhan yang efisien.
8. Pengelola jasa akan mengetahui hal yang perlu diperbaiki dalam pelayanan saat ini, penyedia jasa akan mengetahui sumber masalah operasinya, karyawan dapat termotivasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dengan lebih baik.

## 2.6 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

### 2.6.1 Penelitian Sebelumnya

Tabel 3  
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Penerbit
1.	Rifaldi dan Sulistyowati (2016)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online GO-JEK Terhadap	Penelitian survey yang merupakan salah satu dari pendekatan penelitian kuantitatif karena	Tidak ada perubahan yang signifikan dari kualitas pelayanan merupakan kepuasan regresi	E-Jurnal Manajemen Universitas Politeknik Negeri Jakarta

		Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.”	teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis statistic dengan menggunakan regresi linier sederhana.	yang menunjukkan bahwa setiap pertambahan satu nilai angka pada kualitas pelayanan, maka ada kenaikan variabel kepuasan pelanggan.	(2016)
2.	Januar Efendi Penjaitan dan Ali Lili Yuliati (2016)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung.”	Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif.	Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa JNE memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, kualitas pelayanan JNE lebih baik dari pada perusahaan pengiriman lain, dan pelanggan tidak pernah menyampaikan keluhan ataupun complain kepada JNE.	E-Jurnal Manajemen Universitas Telkom Bandung (2016)
3.	Tri Ulfa Wardani (2017)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi GO-JEK (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara).”	Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakykan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif karena teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis statistika dengan menggunakan regresi linier sederhana.	Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa tidak berpengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.	E-Jurnal Manajemen Universitas FEBI UIN Sumatera Utara (2017).
4.	Diapinsa Gema Zakaria (2017)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan,	Teknik pengambilan sampel	Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel-	Jurnal Ilmu dan Manajemen

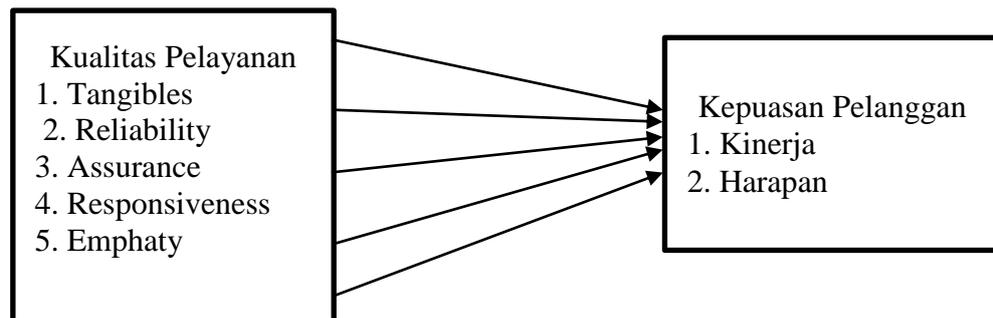
		Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.”	menggunakan purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda. Jenis penelitian yang digunakan adalah kausal komperatif dan data yang dianalisis secara kuantitatif. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling.	variabel yang digunakan dalam model penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga masing-masing mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi taksi blue bird di Surabaya. Hasil ini mengindekasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, kualitas produk, harga maka kepuasan pelanggan semakin meningkat.	Universitas STIESIA Surabaya (2017)
--	--	---------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------

### 2.6.2 Kerangka Pemikiran

Dalam rangka memberikan pelayanan yang berkualitas dan juga baik dengan memiliki cara tersendiri dari perusahaan tersebut dalam menarik minat konsumen untuk loyalitas pelanggan. Perusahaan dapat mengukur pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggannya melalui lima dimensi-dimensi dari kualitas pelayanan menurut Parasuraman yang dikutip oleh Danang Sunyoto (2012, 77) yang terdiri dari :

1. Bukti Fisik (*Tangible*)  
Meliputi lokasi, berkenaan dengan kenampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan perusahaan.
2. Keandalan (*Reliability*)  
Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan terpercaya, akurat dan memuaskan.
3. Jaminan (*Assurance*)  
Yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan dan sifat yang dimiliki mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)  
Kemampuan atau keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
5. Empati (*Emphaty*)  
Yaitu kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi konsumen dan memahami kebutuhan untuk para pelanggan..

Kepuasan pelanggan dapat diketahui setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa pelayanan tersebut. Selain itu, Kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan, baik itu berupa kepuasan atau ketidakpuasan yang timbul untuk membandingkan sebuah produk dan jasa dengan harapan pelanggan tersebut. Apabila penampilan semua produk dan jasa yang diharapkan oleh pelanggan tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, maka dapat dipastikan pelanggan merasa tidak puas dan apabila konsumen merasa puas pada produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan akan dirasakan oleh pelanggan. (Kotler dalam Sudaryono, {2014, 49}).



Gambar 4  
Konstelasi Penelitian

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah penelitian, maka dapat dilihat bahwa:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan Go-Jek cukup baik.
2. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan pada pengguna Go-Jek cukup puas.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti fisik dengan kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kehandalan dengan kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara jaminan dengan kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK.
6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tanggap dengan kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan antara empati dengan kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *verifikatif*. Sementara teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik kuantitatif.

#### 3.2 Objek, Unit Analisis Dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah kualitas layanan dengan indikator *tangible, reliability, responsitiveness, assurance, dan empathy* dan kepuasan pelanggan dengan indikator kinerja, harapan.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Individu* yang merupakan responden dari orang-orang pengguna GO-JEK yang berada di Bekasi Utara.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Bekasi Utara yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi ojek online yang berlokasi di Bekasi Utara.

#### 3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti adalah data kualitatif. Sumber data penelitian yaitu :

1. Pengumpulan data primer diperoleh melalui observasi langsung, penyebaran kuesioner kepada responden. Data yang dikumpulkan berupa data eksternal organisasi meliputi ekonomi perusahaan dan kebijakan dari pemerintah.
2. Pengumpulan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang isinya berupa teori pendukung organisasi. Studi perusahaan atau *literature* yang dimiliki oleh organisasi/perusahaan baik data internal maupun eksternal.

#### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 4  
Operasionalisasi Variabel

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna GO-JEK”

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perawatan perlengkapan (helm, masker, jas hujan)</li> <li>• Menggunakan seragam yang rapi dan bersih</li> <li>• Aplikasi tidak sering terjadi eror</li> <li>• Aplikasi mudah di mengerti</li> </ul>	Interval
	Kehandalan ( <i>Reability</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan waktu dalam penjemputan</li> <li>• Menggunakan GPS smartphone jika tidak tahu rute perjalanan yang ditempuh</li> <li>• Mentaati peraturan lalu lintas</li> <li>• Langsung menghubungi dengan tepat waktu pada saat ada orderan masuk</li> </ul>	Interval

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merasa aman dalam perjalanan yang akan di tuju</li> <li>Pembayaran melalui Go-Pay sangat aman</li> <li>Pengiriman paket menjadi lebih cepat dan aman</li> <li>Dapat mengetahui posisi dimana saja</li> </ul>	Interval
	DayaTanggap( <i>Responsiveness</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pihak perusahaan selalu memberikan tanggapan terhadap saran dan keluhan</li> <li>Selalu cepat dalam menangani setiap keluhan</li> <li>Langsung menawarkan bantuan pada saat membawa barang bawaan banyak</li> <li>Langsung memberikan helm dan masker</li> <li>Langsung menawarkan jas hujan ketika sedang turun hujan</li> </ul>	Interval
	Empati ( <i>Emphaty</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bersikap ramah dan sopan dalam melayani</li> <li>Memberitahukan penggunaan helm yang benar</li> <li>Harga/ tarif sesuai dengan yang ditentukan</li> </ul>	Interval
Kepuasan Pelanggan	Kinerja dan Harapan	Tingkat Kepuasan (Kinerja lebih dari harapan)	Interval

### 3.5 Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti. Dalam penentuan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus Isaac & Michael dibawah ini, sedangkan tabel Isaac & Michael dalam Sugiyono (2016, 87) dapat dilihat dibawah ini dan pada lampiran 3.

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan :

$\lambda^2$  dengan dk = 1

s = jumlah sampel

d = 0.05

P = Q = 0.5

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	663	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	665	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

Gambar 5  
Penentuan Jumlah Sampel

Jumlah populasi dari jumlah penduduk di Bekasi Utara pada tahun 2016 sebanyak 373.054 jiwa. Dan jumlah sampel yang diambil menurut Isaac dan Michael dari taraf kesalahan 10% sebesar 270 responden. Metode penarikan sampel yang dipakai dalam penelitian adalah dengan cara penarikan sampel tidak berpeluang (*non probability sampling*) dengan metode *accidental/convenience sampling*, yaitu menentukan sampel secara kebetulan, dimana responden yang diambil adalah orang-orang yang secara kebetulan dijumpai oleh peneliti.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian dilakukan beberapa cara, yaitu:

1. Pengumpulan data primer yang dilakukan dengan metode survey yaitu wawancara dan kuesioner dengan menyebarkan daftar pernyataan yang bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi.
2. Pengumpulan data sekunder yang dilakukan secara manual dengan memfotocopy buku atau literatur dan mengumpulkan data dengan mengunduh (*mendownload*) media *online* internet berupa data dari media massa cetak, jurnal-jurnal atau website resmi PT Go-Jek Indonesia.

### 3.7 Metode Pengolahan/ Analisis Data

#### 3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner untuk melihat pertanyaan dalam kuesioner yang diisi oleh responden tersebut layak atau belum pertanyaan-pertanyaan digunakan untuk mengambil data.

#### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya sebuah alat uji yaitu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Peneliti menggunakan program komputer dengan SPSS *versi* 20. Taraf kesalahan yang digunakan sebesar 10%. Pengambilan keputusannya adalah jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir dari pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item pertanyaan pada kuesioner dinyatakan tidak valid. Berdasarkan hasil uji coba validitas pada tingkat kinerja dan tingkat harapan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, jaminan, daya tanggap dan empati.

Berdasarkan uji validitas, diketahui bahwa dari 20 atribut pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan pada indikator tingkat kinerja dan harapan, memiliki nilai kritis korelasi pearson sebesar 0.3061 dan dapat dinyatakan 18 valid seluruhnya. Berdasarkan hasil uji validitas tingkat kinerja dan tingkat harapan di atas bisa dapat dilihat di lampiran 4 dan 5.

## 2. Hasil Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reabilitas digunakan untuk mengukur kekonsistenan responden dalam memberikan jawaban. Uji reabilitas dilakukan menggunakan bantuan program komputer dengan SPSSversi 20. Untuk mengambil keputusan, butir pertanyaan dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Pengujian dilakukan dengan fasilitas *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.

Berdasarkan uji reliabilitas, diketahui bahwa 20 atribut pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan pada indikator tingkat kinerja dan harapan, memiliki nilai kritis korelasi pearson sebesar 0,6 dan dapat dinyatakan 18 reliabel seluruhnya. Berdasarkan hasil uji tingkat kinerja dan tingkat harapan dapat dilihat pada lampiran 6 dan 7.

Untuk melakukan uji valid dan uji reabilitas diatas menggunakan program SPSS. Untuk lebih jelasnya berikut ini pengujian yang peneliti lakukan:

Jumlah sampel (n) : 30

Jumlah pertanyaan : 20

Setiap pertanyaan akan hasil uji validitas, atribut-atribut pertanyaan kuesioner kualitas pelayanan terhadap tingkat kinerja dan tingkat harapan dengan menggunakan SPSS versi 20 diberikan dalam tabel sebagai berikut :

Dinilai dengan bobot tertinggi diberi nilai 5 sedangkan nilai yang terkecil 1 dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 5  
Penelitian Pertanyaan

Kriteria	Nilai
Sangat Setuju/ Sangat Puas	5
Setuju/Puas	4
Kurang Setuju/Kurang Puas	3
Tidak Setuju/Tidak Puas	2
Sangat Tidak Setuju/Sangat Tidak Puas	1

Sumber : Sugiyono (2016,93)

### 3.7.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dan objektif mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK dan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya yang bermaksud untuk memberikan kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Persentase metode analisis deskriptif menggunakan rumus menurut Sugiyono (2016) sebagai berikut :

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Total Skor Tanggapan Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

### 3.7.3 Regresi Linier Berganda

Regresi yang memiliki satu variabel dependent dan lebih dari satu variabel independent. Modal persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1BF + b_2H + b_3J + b_4DT + b_5E + e$$

Keterangan :

Y : Tingka Kinerja dan Tingkat Harapan (Variabel Dependent)

BF : Bukti Fisik

H : Kehandalan

J : Jaminan

DT : Daya Tanggap

E : Empati

a : Koefisiensi Konstanta

$b_1$  : Koefisiensi Regresi variabel Bukti Fisik

$b_2$  : Koefisiensi Regresi variabel Kehandalan

$b_3$  : Koefisiensi Regresi variabel Jaminan

$b_4$  : Koefisiensi Regresi variabel Daya Tanggap

$b_5$  : Koefisiensi Regresi variabel Empati

e : Standar eror

### 3.7.4 Uji T (Parsial)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui adtidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Menentukan besarnya  $t_{hitung}$  dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

$b_i$  : Koefisien regresi

$S_{b_i}$  : Standar deviasi koefisien regresi

Berdasarkan rumus diatas, untuk mendapatkan nilai  $t_{hitung}$ , maka digunakan program SPSS.

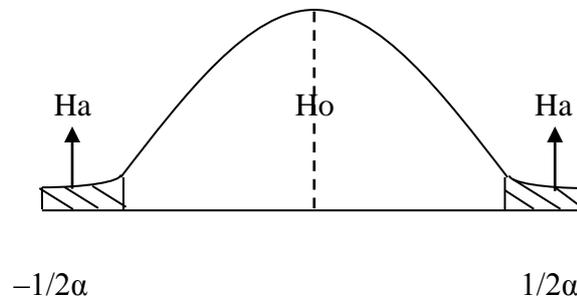
Hipotesis statistik dirumuskan sebagai berikut:

1.  $H_0: B=0$  artinya tidak ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna GO-JEK.
2.  $H_a: B \neq 0$  artinya adapengaruh antara variabel kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna GO-JEK.

Untuk mencari nilai  $t_{tabel}$  digunakan tingkat signifikan 0,05 dan besarnya nilai derajat kebebasan (df) dicari dengan rumus = n-k dimana n adalah besarnya sampel dan k adalah diperoleh besarnya  $t_{table}(t \frac{1}{2} :df (n-k))$ , menentukan  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak berdasarkan hasil pengujian dengan kriteria sebagai berikut:

1.  $H_0: t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2.  $H_0: t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun gambar penerima atau penolakan sebagai berikut:



Gambar 6

Kurva Pengujian Hipotesis Koefisien Regresi

### 3.7.5 Uji Normalitas

Uji normalitas data ini sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal Kolmogorov-Smirnov, yaitu :

1. Jika  $sig > 0.05$  maka data berdistribusi normal.
2. Jika  $sig < 0.05$  maka data tidak berdistribusi normal.

### 3.7.6 Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas dan bebas dari asumsi klasik statistik baik itu multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

#### 1. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independent yang memiliki kemiripan antara variabel independent dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independent akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat.

#### 2. Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain.

### 3. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain.

#### 3.7.7 Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui berapa persen kontribusi variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel tidak bebas yaitu Kepuasan Pelanggan (Y), maka dapat digunakan. Koefisien Determinasi (KD) atau koefisien penentu.

Rumus koefisien determinasi adalah :

$$KD = (r^2) \times 100\%$$

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

R = koefisien korelasi

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Hasil Pengumpulan Data

PT. Gojek Indonesia (Go-jek), pertama kali didirikan oleh Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran yang bermula pada tahun 2010 dan telah didirikan pada tahun 2011 di Jakarta. Kemudian resmi meluncurkan aplikasi GO-JEK pada awal tahun 2015. GO-JEK adalah sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. GO-JEK sudah mulai beroperasi di Jabodetabek, Bandung, Bali, Surabaya, Malang, Makasar, dan sebagainya dengan jumlah 200.000 mitra pengendara ojek motor. Dengan perkembangannya yang pesat ini, kabarnya GO-JEK telah menuai prestasi sebagai Juara 1 dalam kompetisi bisnis Gobal Entrepreneurship Program Indonesia (GEPI) di Bali. Selain itu, GO-JEK telah memperoleh berbagai penghargaan dari komunitas bisnis maupun sosial. Di situs resminya disebutkan GO-JEK memberikan layanan jasa kurir (*90 minute delivery anywhere in the city*), Jasa transportasi (*transparent pricing, free shower cap and masker*), Jasa *delivery* makanan (*delivering your favorite food under 60 minutes in Jabodetabek*) dan Jasa belanja dengan nominal dibawah 1 juta rupiah (*shop for food, ticket, medicine, anything under RP 1.000.000. we'll pay for it first*).

GO-JEK dapat dipesan melalui GO-JEK aplikasi yang bisa diunduh melalui *Play Store* maupun *App store*. Untuk pembayarannya pun memiliki 2 cara yaitu *cash* atau menggunakan Go-Jek Credit. Go-Jek *Credit* adalah metode pembayaran GO-JEK yang dibuat *cashless* dan dapat digunakan untuk membayar semua layanan.

##### 4.1.1 Visi dan Misi PT GO-JEK Indonesia

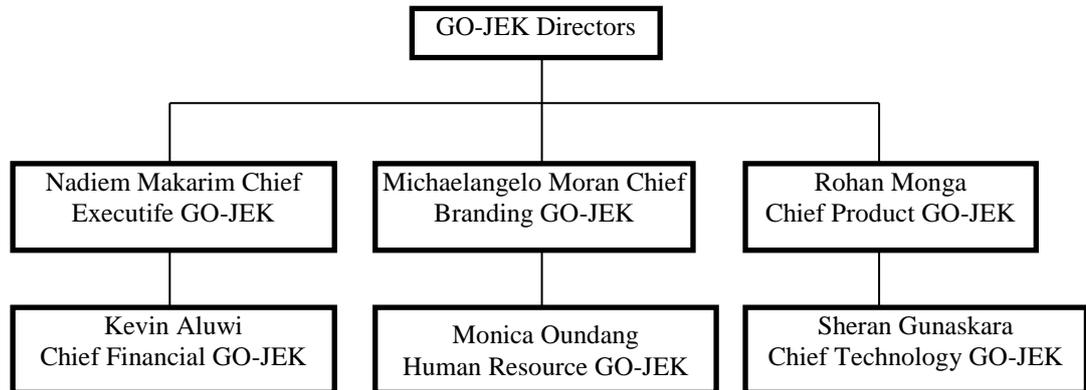
###### ➤ Visi

Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari seperti pengiriman dokumen, belanja harian dengan menggunakan layanan fasilitas kurir, serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia kedepannya.

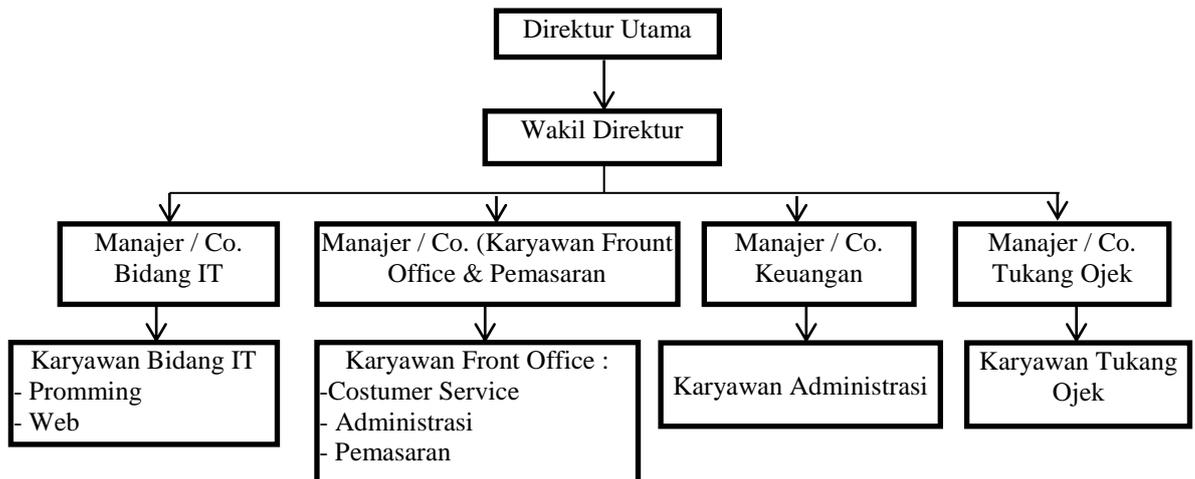
###### ➤ Misi

1. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
2. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan.
3. Membuka Lapangan Kerja Selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia.
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
5. Menjaga Hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait dengan usaha ojek online.

#### 4.1.2 Struktur Organisasi Pusat dan Organisasi Regional PT GO-JEK Indonesia



Gambar 7  
Struktur Organisasi Pusat



Gambar 8  
Struktur Organisasi Regional

##### 1. Top Management

Manajemen Puncak terdiri atas kelompok yang relative kecil, yang bertanggung jawab atas manajemen keseluruhan dari organisasi. Dikatakan top manajemen karena berada dipuncak tingkat Manajerial. Mereka adalah orang-orang yang memegang jabatan tinggi dalam suatu organisasi, mereka bertanggung jawab secara menyeluruh terhadap Manajemen organisasi yang bersangkutan.

Tugas atau perannya adalah menetapkan kebijakan operasional dan mengarahkan organisasi dalam berinteraksi dengan lingkungannya baik mikro maupun makro.

##### a. Direktur Utama

- 1) Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijkana tertinggi perusahaan.
- 2) Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan.

- 3) Bertanggung jawab atas keuntungan dan juga kerugian yang dialami perusahaan.
- 4) Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.
- 5) Menentukan strategi untuk mencapai Visi-Misi perusahaan.
- 6) Mengkoordinasi dan mengawasi semua kegiatan perusahaan mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan barang.

b. Wakil Direktur

Membawa semua tugas Direktur Utama yang merupakan wakil di masing-masing area.

2. Middle Management

Manajemen menengah mencakup lebih dari satu tingkatan di dalam organisasi. Manajer menengah mengarahkan kegiatan manajer lain, juga mengarahkan kegiatan-kegiatan yang melaksanakan kebijakan organisasi.

a. Manajer IT

- 1) Mengembangkan dan menyusun strategi dan rencana IT GO-JEK dalam hal mempermudah pekerjaan dan dalam pelayanan kepada pelanggan.
- 2) Mengkoordinir dan mengelola pendayagunaan software, hardware, brainware dan jaringan di bidang TIK untuk mencapai kinerja optimum GO-JEK Indonesia.
- 3) Mengelola layanan perancangan sistem komputerisasi dan program aplikasi perangkat yang terintegrasi.
- 4) Menyediakan data-data yang diperlukan oleh bagian lain yang menyangkut IT.

b. Manajer Karyawan *Front Office* & Pemasaran

- 1) Melatih, menetapkan, dan mengevaluasi karyawan *front office*.
- 2) Memastikan bahwasannya karyawan mengetahui sistem komputerisasi, etika pada keluhan yang secara langsung atau via telepon dan standar operasional GO-JEK.
- 3) Menangani keluhan pelanggan yang tidak bisa diselesaikan bawahannya.
- 4) Membuat laporan daftar pelanggan.
- 5) Menjaga kedisiplinan petugas kantor dengan memberikan sanksi dan peringatan bagi yang melanggar.
- 6) Merencanakan dan menetapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan pemasaran.

c. Manajer Keuangan

- 1) Mengkoordinasi perencanaan anggaran
- 2) Mengembangkan format pengajuan dan pertanggungjawaban keuangan.
- 3) Mengkoordinasi pelaksanaan audit.
- 4) Melakukan sistem pencatatan keuangan.
- 5) Bertanggungjawab terhadap wakil direktur.

- 6) Merencanakan mengendalikan dan membuat keputusan atas semua aktivitas akuntansi.
  - 7) Menerima laporan arus kas keluar dan masuk ke perusahaan.
  - d. Manajer Ojek
    - 1) Membuat kelompok-kelompok tukang ojek.
    - 2) Mengkoordinir semua karyawan tukang ojek.
    - 3) Selalu melakukan pengontrolan disetiap lini pangkalan GO-JEK.
    - 4) Bertanggung jawab kepada wakil Direktur atas semua karyawan tukang ojek.
3. *Low Management*
- Manajemen Lini tingkatan yang paling rendah dalam suatu organisasi, dimana seorang yang bertanggung jawab atas pekerjaan orang lain, Karyawan :
- a. Bidang *Programming*
    - 1) Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer IT di bidang *Programming*.
    - 2) Bertanggungjawab mengenai program kepada manajer IT.
  - b. Bidang *Web*
    - 1) Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer IT di bidang *Web*.
    - 2) Bertanggungjawab mengenai program kepada manajer IT.
  - c. *Front Office (CS, Administrasi & Pemasaran)*
    - 1) Melaksanakan semua pekerjaan *Front Office* yang ditetapkan oleh Manajer *Front Office* dan administrasi.
    - 2) Bertanggung jawab kepada Manajer *Front Office* dan administrasi.
  - d. Tukang Ojek
    - 1) Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer bagian ojek.
    - 2) Mengantarkan penumpang dan pesanan sesuai dengan waktu ditetapkan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.
    - 3) Bertanggung jawab kepada atasannya.

#### 4.2 Analisis Data

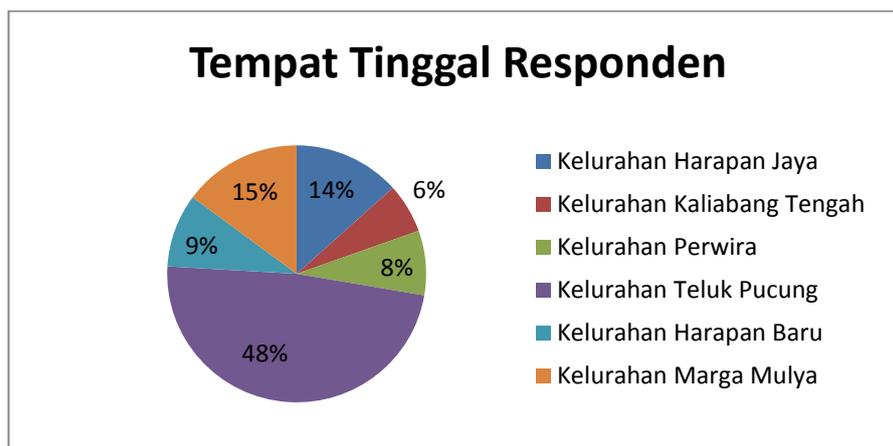
Karakteristik responden yang diteliti terbagi 6 bagian yaitu tempat tinggal, umur, jenis kelamin, pekerjaan, seberapa sering menggunakan layanan jenis transportasi ojek online dalam satu minggu, jenis pembayaran yang paling sering digunakan. Berikut hasil data profil responden yang merupakan pengguna GO-JEK di Wilayah Bekasi Utara.

## 1. Berdasarkan Tempat Tinggal

Tabel 6  
Tempat Tinggal Responden

No	Tempat Tinggal	Jumlah	Persentase (%)
1.	Kelurahan Harapan Jaya	36	13.3
2.	Kelurahan Kaliabang Tengah	17	6.2
3.	Kelurahan Perwira	22	8.1
4.	Kelurahan Teluk Pucung	130	48.1
5.	Kelurahan Harapan Baru	25	9.2
6.	Kelurahan Marga Mulya	40	14.8
	<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2018



Gambar 9

Tempat Tinggal Responden

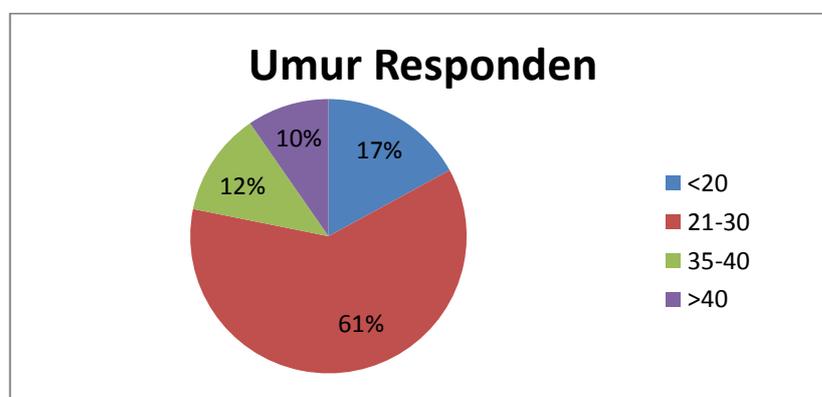
Berdasarkan tabel diatas, terlihat persentase tertinggi sebesar 48.1% atau sekitar 130 responden yang bertempat tinggal di Kelurahan Teluk Pucung, 14.8% atau sekitar 40 responden yang bertempat tinggal di Kelurahan Marga Mulya, 13.3% atau sekitar 36 responden yang bertempat tinggal di Kelurahan Harapan Jaya, 9.2% atau sekitar 25 responden yang bertempat tinggal di Kelurahan Harapan Baru, 8.1% atau sekitar 22 responden yang bertempat tinggal di Kelurahan Perwira, 6.2% atau sekitar 17 responden yang bertempat tinggal di Kelurahan Kaliabang Tengah.

## 2. Berdasarkan Umur

Tabel 7  
Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1.	<20	46	17.0
2.	21-30	165	61.1
3.	35-40	33	12.2
4.	>40	26	9.6
	<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2018



Gambar 10  
Umur Responden

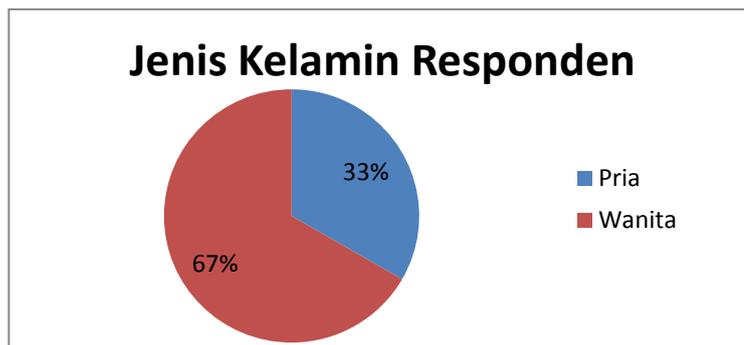
Berdasarkan tabel diatas, terlihat persentase tertinggi sebesar 61.1 % atau sekitar 165 responden yang berusia 21-30 tahun, 17.0% atau sekitar 46 responden yang berusia <20 tahun, 12.2% atau sekitar 33 responden yang berusia 35-40 tahun, 9.6% atau sekitar 26 responden yang berusia >40 tahun.

## 3. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 8  
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pria	90	33,33
2.	Wanita	180	66,67
	<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2018



Gambar 11  
Jenis Kelamin Responden

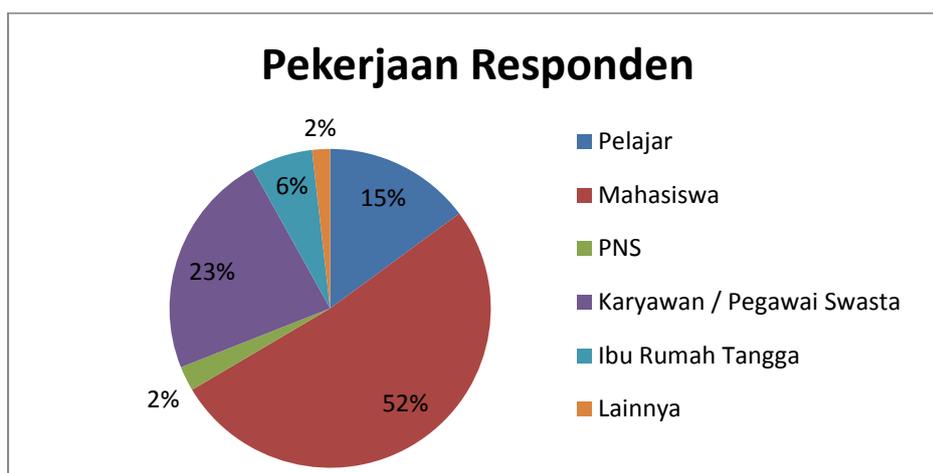
Berdasarkan tabel diatas, terlihat persentase tertinggi sebesar 66,67% atau sekitar 180 responden yang berjenis kelamin wanita sedangkan 33,33% atau sekitar 90 responden yang berjenis kelamin pria.

## 4. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 9  
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pelajar	40	14.8
2.	Mahasiswa	139	51.4
3.	PNS	7	2.5
4.	Karyawan/ Pegawai Swasta	62	22.9
5.	Ibu Rumah Tangga	17	6.2
6.	Lainnya	5	1.8
	<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2018



Gambar 12  
Pekerjaan Responden

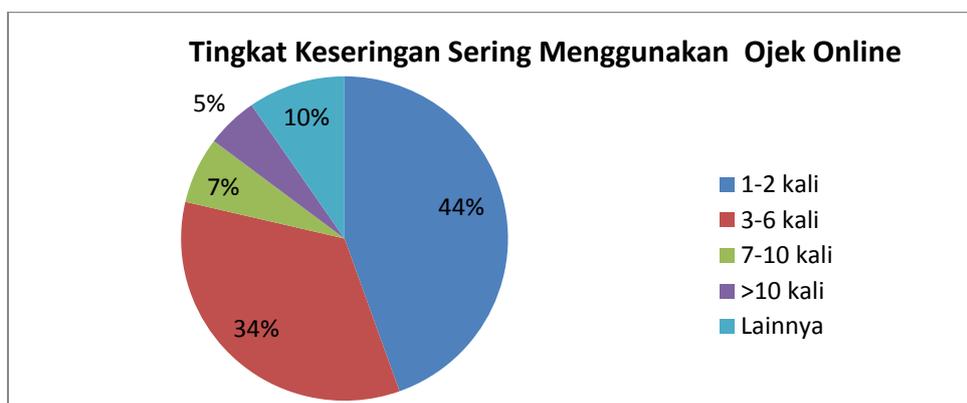
Berdasarkan tabel diatas, terlihat persentase tertinggi sebesar 51.4% atau sekitar 139 responden yang mahasiswa, 22.9% atau sekitar 62 responden yang karyawan/ pegawai swasta, 14.8% atau sekitar 40 respnden yang pelajar, 6.2% atau sekitar 17 responden yang ibu rumah tangga, 2.5% atau sekitar 7 responden yang PNS, 1.8% atau sekitar 5 responden yang lainnya.

## 5. Berdasarkan Seberapa Sering Menggunakan Tranportasi Ojek Online Dalam Satu Minggu.

Tabel 10  
Seberapa Sering Menggunakan Ojek Online

No	Seberapa Sering Menggunakan Transportasi Ojek Online	Jumlah	Persentase (%)
1.	1 – 2 kali	120	44.4
2.	3 - 6 kali	92	34.0
3.	7 – 10 kali	18	6.6
4.	>10 kali	14	5.1
5.	Lainnya	26	9.6
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100</b>

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2018



Gambar 13  
Seberapa Sering Menggunakan Ojek Online

Berdasarkan tabel di atas, terlihat persentase tertinggi sebesar 44.4% atau sekitar 120 responden yang seberapa sering menggunakan transportasi ojek online sebanyak 1-2 kali, 34.0% atau sekitar 92 responden yang seberapa sering menggunakan transportasi ojek online sebanyak 3-6 kali, 9.6% atau sekitar 26 responden seberapa sering menggunakan transportasi ojek online sebanyak lainnya, 6.6% atau sekitar 18 responden yang seberapa sering menggunakan transportasi ojek online sebanyak 7-10 kali, 5.1% atau sekitar 14 responden seberapa sering menggunakan transportasi ojek online sebanyak >10 kali.

Tabel 11  
Jenis Pembayaran Yang Sering Digunakan

No	Jenis pembayaran yang digunakan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Go-pay	100	37.0
2.	Tunai (cash)	170	62.9
	<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>

Sumber : Data diolah, 2018



Gambar 14

#### Jenis Pembayaran Yang Sering Digunakan

Berdasarkan tabel di atas, terlihat persentase tertinggi sebesar 62.9% atau sekitar 170 responden yang jenis pembayaran yang digunakan secara tunai (cash), 37.0% atau sekitar 100 responden yang jenis pembayaran yang digunakan secara go-pay.

### 4.3 Pembahasan

#### 4.3.1 Kualitas Pelayanan Pengguna GO-JEK di Wilayah Bekasi Utara

Penerapan kualitas pelayanan pada pengguna GO-JEK di Wilayah Bekasi Utara mempunyai 5 indikator dari kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsitivenes*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Survey ini menggunakan skala lickert dengan skor tertinggi di setiap pernyataan adalah 5 dan skor terendah adalah 1.

Untuk melihat tanggapan responden mengenai pernyataan variabel Kualitas Pelayanan dengan menggunakan perhitungan sesuai dengan rumus indeks, yaitu :

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Total Skor Tanggapan Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

Berikut ini hasil penyebaran kuesioner kepada pengguna GO-JEK di Bekasi Utara dengan menggunakan lima variabel dari kualitas pelayanan.

1. Bukti Fisik (*tangible*)

Tabel 12  
Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Perawatan Perlengkapan (helm, masker, jas hujan)

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat baik	5	100	37,0	500
Baik	4	135	50	540
Kurangbaik	3	35	12,9	105
Tidak baik	2	-	-	-
Sangat Tidakbaik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1145</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik melalui pernyataan responden tentang perawatan perlengkapan seperti helm, masker, jas hujan yang menilai baik dengan pesentase tertinggi sebesar 50%, sedangkan yang menilai sangat baik sebesar 37,0%, yang menilai kurang baik sebesar 12,9%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1145}{5 \times 270} \times 100\% = 84,8\%$$

Tabel 13  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase (%)	Kriteria	Hasil
1.	00 – 20	Sangat Tidak Baik	
2.	21 – 40	Tidak Baik	
3.	41 – 60	Kurang Baik	
4.	61 – 80	Baik	
5.	80 – 100	Sangat Baik	84,8

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan perawatan perlengkapan (helm, masker, jas hujan) dinilai sangat baik.

Tabel 14  
Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Menggunakan Seragam Yang Rapihdan Bersih

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	117	43,3%	468
Baik	4	125	46,2%	625
Kurang Baik	3	28	10,3%	84
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1177</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik melalui pernyataan responden tentang menggunakan seragam yang rapih dan bersih yang menilai baik dengan persentase tertinggi sebesar 46,2%, sedangkan yang menilai sangat baik sebesar 43,3%, yang menilai kurang baik sebesar 10,3%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1177}{5 \times 270} \times 100\% = 87,1\%$$

Tabel 15  
Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Aplikasi Tidak Sering Terjadi Error

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	40	14,8%	200
Baik	4	119	44,0%	476
Kurang Baik	3	61	22,5%	183
Tidak Baik	2	23	8,5%	46
Sangat Tidak Baik	1	27	10%	27
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>932</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik melalui pernyataan responden tentang aplikasi tidak sering terjadi eror yang menilai setuju dengan persentase tertinggi sebesar 44,0%, sedangkan yang menilai sangat setuju sebesar 14,8%, yang menilai kurang setuju sebesar 22,5%, dan yang menilai tidak setuju sebesar 8,5%, yang menilai sangat tidak setuju sebesar 10%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{932}{5 \times 270} \times 100\% = 69\%$$

Tabel 16  
Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Aplikasi Mudah di Mengerti

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	69	25,5%	345
Baik	4	157	58,1%	628
Kurang Baik	3	39	14,4%	117
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1090</b>

Sumber : data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik melalui pernyataan responden tentang aplikasi mudah dimengerti yang menilai baik dengan persentase tertinggi sebesar 58,1%, sedangkan yang menilai sangat baik sebesar 25,5%, yang menilai kurangbaik sebesar 14,4%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1090}{5 \times 270} \times 100\% = 80,7\%$$

## 2. Keandalan (*reability*)

Tabel 17  
Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Ketepatan Waktu Dalam Penjemputan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
-----------	-------	--------	------------	------

Sangat baik	5	173	64,0%	865
Baik	4	89	32,9%	356
Kurang Baik	3	8	2,9%	24
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1245</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator kehandalan melalui pernyataan responden tentang ketepatan waktu dalam penjemputan yang menilai sangat baik dengan persentase tertinggi sebesar 64,0%, sedangkan yang menilai baik sebesar 32,9%, yang menilai kurang baik sebesar 2,9%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1245}{5 \times 270} \times 100\% = 92,2\%$$

Tabel 18

Pernyataan Responden Terhadap Kinerja

Menggunakan GPS smartphone jika tidak tahu rute perjalanan yang ditempuh

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	59	21,8%	295
Baik	4	174	64,4%	696
Kurang Baik	3	32	11,8%	96
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1087</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator kehandalan melalui pernyataan responden tentang menggunakan GPS smartphone jika tidak tahu rute perjalanan yang ditempuh yang menilai baik dengan persentase tertinggi sebesar 64,4%, sedangkan yang menilai sangat baik sebesar 21,8%, yang menilai kurang baik sebesar 11,8%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1087}{5 \times 270} \times 100\% = 80,5\%$$

Tabel 19

## Pernyataan Responden Terhadap Kinerja Mentaati Peraturan Lalu Lintas

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	88	32,5%	440
Baik	4	164	60,7%	656
Kurang Baik	3	18	6,6%	54
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1150</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator kehandalan melalui pernyataan responden tentang mentaati peraturan lalu lintas yang menilai baik dengan persentase tertinggi sebesar 60,7%, sedangkan yang menilai sangat baik sebesar 32,5%, yang menilai kurang baik sebesar 6,6%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1150}{5 \times 270} \times 100\% = 85,1\%$$

Tabel 20

## Pernyataan Responden Terhadap Kinerja Langsung Menghubungi Dengan Tepat Waktu Pada saat ada orderan masuk

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	157	58,1%	785
Baik	4	113	41,8%	452
Kurang Baik	3	-	-	-
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-

<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1237</b>
--------------	--	------------	-------------	-------------

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator kehandalan melalui pernyataan responden tentang langsung menghubungi dengan tepat waktu pada saat ada orderan masuk yang menilai sangat baik dengan persentase tertinggi sebesar 58,1%, sedangkan yang menilai baik sebesar 41,8%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1237}{5 \times 270} \times 100\% = 91,6\%$$

### 3. Jaminan (*assurance*)

Tabel 21

Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Merasa aman dalam perjalanan yang akan dituju

<b>Penilaian</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>	<b>Skor</b>
Sangat Baik	5	114	42,2%	570
Baik	4	156	57,7%	624
Kurang Baik	3	-	-	-
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1194</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator jaminan melalui pernyataan responden tentang merasa aman dalam perjalanan yang akan dituju yang menilai baik dengan persentase tertinggi sebesar 57,7%, sedangkan yang menilai sangat baik sebesar 42,4%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1194}{5 \times 270} \times 100\% = 88,4\%$$

Tabel 22  
Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Dapat mengetahui posisi dimana saja

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	98	36,2%	490
Baik	4	162	60%	648
Kurang Baik	3	10	3,7%	30
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1168</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator jaminan melalui pernyataan responden tentang dapat mengetahui posisi dimana saja yang menilai baik dengan persentase tertinggi sebesar 60%, sedangkan yang menilai sangat baik sebesar 36,2%, yang menilai kurang baik sebesar 3,7%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1168}{5 \times 270} \times 100\% = 86,5\%$$

4. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Tabel 23  
Pernyataan Responden Terhadap Kinerja

Pihak Perusahaan langsung Menanggapi Tanggapan Terhadap Saran dan Keluhan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	138	51,1%	690
Baik	4	132	48,8%	528
Kurang Baik	3	-	-	-
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1218</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator daya tanggap melalui pernyataan responden tentang pihak perusahaan selalu memberikan tanggapan terhadap saran dan keluhan yang menilai sangat baik dengan persentase tertinggi sebesar 51,1%, sedangkan yang menilai baik sebesar 48,8%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1218}{5 \times 270} \times 100\% = 90,2\%$$

Tabel 24  
Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Selalu Cepat Dalam Menangani Setiap Keluhan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	108	40%	540
Baik	4	147	54,4%	588
Kurang Baik	3	15	5,5%	45
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1173</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator daya tanggap melalui pernyataan responden tentang selalu cepat dalam menangani setiap keluhan yang menilai baik dengan persentase tertinggi sebesar 54,4%, sedangkan yang menilai sangat baik sebesar 40%, yang menilai kurang baik sebesar 5,5%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1173}{5 \times 270} \times 100\% = 86,8\%$$

Tabel 25  
Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Langsung Menawarkan Bantuan Disaat Membawa Barang Bawaan Banyak

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	106	39,2%	530

Baik	4	159	58,8%	636
Kurang Baik	3	5	1,8%	15
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1181</b>

Sumber : data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator daya tanggap melalui pernyataan responden tentang langsung menawarkan bantuan saat membawa barang bawaan banyak yang menilai baik dengan persentase tertinggi sebesar 58,8%, sedangkan yang menilai sangat baik sebesar 39,2%, yang menilai kurang baik sebesar 1,8%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1181}{5 \times 270} \times 100\% = 87,4\%$$

Tabel 26  
Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Langsung Memberikan Helm dan Masker

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	160	59,2%	800
Baik	4	100	37,0%	400
Kurang Baik	3	10	3,7%	30
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1230</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator daya tanggap melalui pernyataan responden tentang langsung memberikan helm dan masker yang menilai sangat baik dengan persentase tertinggi sebesar 59,2%, sedangkan yang menilai baik sangat sebesar 37,0%, yang menilai kurang baik sebesar 3,7%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1230}{5 \times 270} \times 100\% = 91,1\%$$

Tabel 27  
Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Langsung Menawarkan Jas Hujan Ketika Sedang Turun Hujan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	102	37,7%	510
Baik	4	168	62,2%	672
Kurang Baik	3	-	-	-
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1182</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator daya tanggap melalui pernyataan responden tentang langsung menawarkan jas hujan ketika sedang turun hujan yang menilai baik dengan persentase tertinggi sebesar 62,2%, sedangkan yang menilai sangat baik sebesar 37,7%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1182}{5 \times 270} \times 100\% = 87,5\%$$

5. Empati (*emphaty*)

Tabel 28  
Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Bersikap Ramah dan Sopan dalam Melayani

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	83	30,7%	415
Baik	4	161	59,6%	644
Kurang Baik	3	26	9,6%	78
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1137</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator empati melalui pernyataan responden tentang bersikap ramah dan sopan dalam melayani yang menilai baik dengan persentase tertinggi sebesar 59,6%, sedangkan yang menilai sangat baik sebesar 30,7%, yang menilai kurang baik sebesar 9,6%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1137}{5 \times 270} \times 100\% = 84,2\%$$

Tabel 29

Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Memberitahukan Penggunaan Helm yang Benar

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	-	-	-
Baik	4	-	-	-
Kurang Baik	3	129	47,7%	387
Tidak Baik	2	141	52,2%	282
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>669</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator empati melalui pernyataan responden tentang memberitahukan penggunaan helm yang benar yang menilai tidak baik dengan persentase tertinggi sebesar 52,2%, sedangkan yang menilai kurang baik sebesar 47,7%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{669}{5 \times 270} \times 100\% = 49,5\%$$

Tabel 30  
Pernyataan Responden Terhadap Kinerja  
Harga/Tariff Sesuai Dengan Yang Ditetapkan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	110	40,7%	550
Baik	4	160	59,2%	640
Kurang Baik	3	-	-	-
Tidak Baik	2	-	-	-
Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1190</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator empati melalui pernyataan responden tentang harga/tariff sesuai dengan yang ditentukan yang menilai baik dengan persentase tertinggi sebesar 59,2%, sedangkan yang menilai sangat baik sebesar 40,7%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1190}{5 \times 270} \times 100\% = 88,1\%$$

Tabel 31  
Hasil Keseluruhan Penilaian Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kinerja  
Kualitas Pelayanan Pengguna GO-JEK Di Wilayah Bekasi Utara

No	Indikator	Pernyataan	Nilai Tanggapan Responden	Kriteria
1.	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	1. Perawatan perlengkapan seperti helm, masker, jas hujan	84,8	Sangat baik
		2. Menggunakan seragam yang rapi	87,1	Sangat baik
		3. Aplikasi tidak sering terjadi eror	69,0	Baik
		4. Aplikasi mudah dimengerti	80,7	Sangat baik
		<b>Rata-rata</b>	<b>80,4</b>	
2.	Kehandalan	1. Ketepatan waktu dalam penjemputan	92,2	Sangat baik

No	Indikator	Pernyataan	Nilai Tanggapan Responden	Kriteria
	<i>(Reliability)</i>	2. Menggunakan GPS smarthphone jika tidak tahu rute perjalanan yang ditempuh	80,5	Sangat baik
		3. Menaati peraturan lalu lintas	85,1	Sangat baik
		4. Langsung menghubungi dengan tepat waktu pada saat ada orderan	91,6	Sangat baik
	<b>Rata-rata</b>		<b>87,3</b>	
3.	Jaminan <i>(Assurance)</i>	1. Merasa aman dalam perjalanan yang akan di tuju	88,4	Sangat baik
		2. Dapat mengetahui posisi dimana saja	86,5	Sangat baik
	<b>Rata-rata</b>		<b>87,4</b>	
4.	Daya Tanggap <i>(Responsiveness)</i>	1. Pihak perusahaan selalu memberikan tanggapan terhadap saran dan keluhan	90,2	Sangat baik
		2. Selalu cepat dalam menangani setiap keluhan	86,8	Sangat baik
		3. Langsung menawarkan bantuan pada saat membawa barang bawaan banyak	87,4	Sangat baik
		4. Langsung memberikan helm dan masker	91,1	Sangat baik
		5. Langsung menawarkan jas hujan ketika sedang turun hujan	87,5	
	<b>Rata-rata</b>		<b>88,6</b>	
5.	Empati <i>(Emphaty)</i>	1. Bersikap ramah dan sopan dalam melayani	84,2	Sangat baik
		2. Memberitahukan penggunaan helm yang benar	49,5	Kurang baik
		3. Harga/ tarif sesuai dengan yang ditentukan	88,1	Sangat baik
	<b>Rata-rata</b>		<b>73,9</b>	
	<b>Total Keseluruhan</b>		<b>1510,7</b>	
	<b>N</b>		<b>270</b>	
	<b>Total Rata-rata</b>		<b>83,52</b>	

Sumber : data kuesioner yang diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan memiliki 5 indikator sebagai berikut :

1. Bukti fisik (*tangible*) dari 4 pernyataan pada aplikasi sering terjadi eror memiliki nilai tanggapan responden sebesar 69,0 dengan kriteria baik.
2. Keandalan (*reliability*) dari 4 pernyataan pada menggunakan GPS smarthphone jika tidak tahu rute perjalanan yang ditempuh memiliki nilai tanggapan responden sebesar 80,5 dengan kriteria sangatbaik.
3. Jaminan (*assurance*) dari 2 pernyataan mengetahui posisi dimana saja memiliki nilai tanggapan responden dengan sebesar 86,5 dengan kriteria sangat baik.
4. Daya tanggap (*Responsiveness*) dari 5 pernyataan selalu cepat dalam menangani setiap keluhan memiliki nilai tanggapan responden sebesar 86,8 dengan kriteria sangat baik.
5. Empati (*Emphaty*) dari 3 pernyataan pada bersikap ramah dan sopan dalam melayani memiliki nilai responden sebesar 49,5 dengan kiteria kurangbaik.

Hasil nilai skor rata-rata tesebut di uji dapat dilihat dengan nilai interval kualitas sebagai berikut :

Tabel 32  
Interval Kualitas Pelayanan

Nilai Interval	Kriteria	Persentase (%)
00 – 20	Sangat Tidak Baik	
21 – 40	Tidak Baik	
41 – 60	Kurang Baik	
61 – 80	Baik	
80 – 100	Sangat Baik	83,52

Sumber : data diolah, 2018

Berdasarkan hasil interval kualitas pelayanan diatas, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dengan total rata-rata sebesar 83,52% adalah sangat baik.

#### 4.3.2 Kepuasan Pelanggan Pengguna GO-JEK di Wilayah Bekasi Utara

1. Bukti Fisik (*tangible*)

Tabel 33  
Pernyataan Kepuasan Responden Terhadap Perawatan Perlengkapan (helm, masker, jas hujan)

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	137	50,7%	685
Puas	4	128	47,4%	512

Kurang Puas	3	3	1,1%	9
Tidak Puas	2	2	0,7%	4
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1210</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator bukti fisik melalui pernyataan responden tentang perawatan perlengkapan seperti helm, masker, jas hujan yang menilai sangat puas dengan persentase tertinggi sebesar 50,7%, sedangkan yang menilai puas sebesar 47,4%, yang menilai kurang puas sebesar 1,1%, dan yang menilai tidak puas sebesar 0,7%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1210}{5 \times 270} \times 100\% = 89,6\%$$

Tabel 34  
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase (%)	Kriteria	Hasil
1.	00 – 20	Sangat Tidak Puas	
2.	21 – 40	Tidak Puas	
3.	41 – 60	Kurang Puas	
4.	61 – 80	Puas	
5.	80 – 100	Sangat Puas	89,6

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan perawatan perlengkapan (helm, masker, jas hujan) dinilai sangat puas.

Tabel 35  
Pernyataan Kepuasan Responden Terhadap  
Menggunakan Seragam yang Rapih dan Bersih

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	82	30,3%	410
Puas	4	179	66,2%	716
Kurang Puas	3	5	1,8%	15
Tidak Puas	2	4	1,4%	8

<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1149</b>
--------------	--	------------	-------------	-------------

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator bukti fisik melalui pernyataan responden tentang menggunakan seragam yang rapih dan bersih yang menilai puas dengan persentase tertinggi sebesar 66,2%, sedangkan yang menilai sangat puas sebesar 30,3%, yang menilai kurang puas sebesar 1,8%, dan yang menilai tidak puas sebesar 1,4%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1149}{5 \times 270} \times 100\% = 85,1\%$$

Tabel 36

Pernyataan Responden Terhadap Harapan  
Aplikasi Tidak Sering Terjadi Error

<b>Penilaian</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>	<b>Skor</b>
Sangat Puas	5	5	1,8%	25
Puas	4	-	-	-
Kurang Puas	3	48	17,7%	144
Tidak Puas	2	59	21,8%	118
Sangat Tidak Puas	1	158	58,5%	158
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>445</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator bukti fisik melalui pernyataan responden tentang aplikasi tidak sering terjadi error yang menilai sangat tidak puas dengan persentase tertinggi sebesar 58,5%, sedangkan yang menilai sangat puas sebesar 1,8%, yang menilai kurang puas sebesar 17,7%, dan yang menilai tidak puas sebesar 21,8%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{445}{5 \times 270} \times 100\% = 32,9\%$$

Tabel 37  
Pernyataan Kepuasan Responden Terhadap  
Aplikasi Mudah di Mengerti

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	82	30,3%	410
Puas	4	180	66,6%	720
Kurang Puas	3	6	2,2%	18
Tidak Puas	2	2	0,7%	4
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1152</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator bukti fisik melalui pernyataan responden tentang aplikasi mudah dimengerti yang menilai puas dengan persentase tertinggi sebesar 66,6%, sedangkan yang menilai sangat puas sebesar 30,3%, yang menilai kurang puas sebesar 2,2%, dan yang menilai tidak puas sebesar 0,7%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1152}{5 \times 270} \times 100\% = 85,3\%$$

2. Keandalan (*reability*)

Tabel 38  
Pernyataan Responden Terhadap Harapan  
Ketepatan Waktu Dalam Penjemputan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	76	28,1%	380
Puas	4	67	24,8%	268
Kurang Puas	3	18	6,6%	54
Tidak Puas	2	104	38,5%	208
Sangat Tidak Puas	1	5	1,8%	5
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>915</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator kehandalan melalui pernyataan responden tentang ketepatan waktu dalam penjemputan yang menilai tidak puas dengan persentase tertinggi sebesar 38,5%, sedangkan yang menilai sangat puas sebesar 28,1%, yang menilai puas sebesar 24,8%, dan yang menilai kurang puas sebesar 6,6%, yang menilai sangat tidak puas sebesar 1,8%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{915}{5 \times 270} \times 100\% = 67,7\%$$

Tabel 39  
Pernyataan Kepuasan Responden Terhadap  
Menggunakan GPS Smartphone Jika Tidak Tahu Rute Perjalanan Yang Ditempuh

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	205	75,9%	1025
Puas	4	49	18,1%	196
Kurang Puas	3	11	4,0%	33
Tidak Puas	2	5	1,8%	10
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1264</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator kehandalan melalui pernyataan responden tentang menggunakan GPS smartphone jika tidak tahu rute perjalanan yang ditempuh yang menilai sangat puas dengan persentase tertinggi sebesar 75,9%, sedangkan yang menilai puas sebesar 18,1%, yang menilai kurang setuju sebesar 4,0%, dan yang menilai tidak puas sebesar 1,8%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1264}{5 \times 270} \times 100\% = 93,6\%$$

Tabel 40  
Pernyataan Kepuasan Responden Terhadap  
Mentaati Peraturan Lalu Lintas

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	71	26,2%	355
Puas	4	189	70%	756
Kurang Puas	3	8	2,9%	24
Tidak Puas	2	2	0,7%	4
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1139</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasa pelanggan dengan indikator kehandalan melalui pernyataan responden tentang mentaati peraturan lalu lintas yang menilai sangat puas dengan persentase tertinggi sebesar 70%, sedangkan yang menilai sangat puassebesar 26,2%, yang menilai kurang puas sebesar 2,9%, dan yang menilai tidak puas sebesar 0,7%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1139}{5 \times 270} \times 100\% = 84,3\%$$

Tabel 41  
Pernyataan Kepuasan Responden Terhadap  
Langsung Menghubungi Dengan Tepat Waktu Disaat Ada Orderan Masuk

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	163	60,3%	815
Puas	4	76	28,1%	304
Kurang Puas	3	21	7,7%	63
Tidak Puas	2	6	2,2%	12
Sangat Tidak Puas	1	4	1,4%	4
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1198</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator kehandalan melalui pernyataan responden tentang langsung menghubungi dengan tepat waktu pada saat ada orderan masuk yang menilai sangat puas dengan persentase tertinggi sebesar 60,3%, sedangkan yang menilai puas sebesar 28,1%, yang menilai kurang puas sebesar 7,7%, dan yang menilai tidak puas sebesar 2,2%, yang menilai sangat tidak puas sebesar 1,4%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1198}{5 \times 270} \times 100\% = 88,7\%$$

### 3. Jaminan (*assurance*)

Tabel 42  
PernyataanKepuasan Responden Terhadap  
Merasa Aman Dalam Perjalanan Yang Akan Dituju

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	201	74,4%	1005
Puas	4	48	17,7%	192
Kurang Puas	3	9	3,3%	27
Tidak Puas	2	7	2,5%	14
Sangat Tidak Puas	1	5	1,8%	5
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1243</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator jaminan melalui pernyataan responden tentang merasa aman dalam perjalanan yang akan dituju yang menilai sangat puas dengan persentase tertinggi sebesar 74,4%, sedangkan yang menilai puas sebesar 17,7%, yang menilai kurang puas sebesar 3,3%, dan yang menilai tidak puas sebesar 2,5%, yang menilai sangat tidak puas sebesar 1,8%.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1243}{5 \times 270} \times 100\% = 92,0\%$$

Tabel 43  
Pernyataan Kepuasan Responden Terhadap  
Dapat Mengetahui Posisi Dimana Saja

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	37	13,7%	185
Puas	4	191	70,7%	764
Kurang Puas	3	27	10%	81
Tidak Puas	2	15	5,5%	30
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1060</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator jaminan melalui pernyataan responden tentang dapat mengetahui posisi dimana saja yang menilai puas dengan persentase tertinggi sebesar 70,7%, sedangkan yang menilai sangat puas sebesar 13,7%, yang menilai kurang puas sebesar 10%, dan yang menilai tidak puas sebesar 5,5%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1060}{5 \times 270} \times 100\% = 78,5\%$$

4. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Tabel 44  
PernyataanKepuasan Responden Terhadap  
Pihak Perusahaan Langsung Menanggapi tanggapan terhadap saran dan keluhan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	24	8,8%	120
Puas	4	111	41,1%	444
Kurang Puas	3	113	41,8%	339
Tidak Puas	2	18	6,6%	36
Sangat Tidak Puas	1	4	1,4%	4
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>943</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator daya tanggap melalui pernyataan responden tentang pihak perusahaan selalu memberikan tanggapan terhadap saran dan keluhan yang menilai kurang puas dengan persentase tertinggi sebesar 41,8%, sedangkan yang menilai sangat puas sebesar 8,8%, yang menilai puas sebesar 41,1%, yang menilai tidak puas sebesar 6,6%, yang menilai sangat tidak puas sebesar 1,4%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{943}{5 \times 270} \times 100\% = 69,8\%$$

Tabel 45  
Pernyataan Kepuasan Responden Terhadap  
Selalu Cepat Dalam Menangani Setiap Keluhan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	98	36,2%	490
Puas	4	165	61,1%	660
Kurang Puas	3	6	2,2%	18
Tidak Puas	2	1	0,3%	2
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1170</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator daya tanggap melalui pernyataan responden tentang selalu cepat dalam menangani setiap keluhan yang menilai puas dengan persentase tertinggi sebesar 61,1%, sedangkan yang menilai sangat puas sebesar 36,2%, yang menilai kurang puas sebesar 2,2%, dan yang menilai tidak puas sebesar 0,3%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1170}{5 \times 270} \times 100\% = 86,6\%$$

Tabel 46  
Pernyataan Kepuasan Responden Terhadap  
Langsung Menawarkan Bantuan Saat Membawa Barang Bawaan Banyak

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	100	37,0%	500
Puas	4	130	48,1%	520
Kurang Puas	3	20	7,4%	60
Tidak Puas	2	15	5,5%	30
Sangat Tidak Puas	1	5	1,8%	5
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1115</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator daya tanggap melalui pernyataan responden tentang langsung menawarkan bantuan saat membawa barang bawaan banyak yang menilai puas dengan persentase tertinggi sebesar 48,1%, sedangkan yang menilai sangat puas sangat sebesar 37,0%, yang menilai kurang puas sebesar 7,4%, yang menilai tidak puas sebesar 5,5%, dan yang menilai sangat tidak puas sebesar 1,8%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1115}{5 \times 270} \times 100\% = 82,5\%$$

Tabel 47  
Pernyataan Kepuasan Responden Terhadap  
Langsung Memberikan Helm dan Masker

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	80	29,6%	400
Puas	4	190	70,3%	760
Kurang Puas	3	-	-	-
Tidak Puas	2	-	-	-
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1160</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator daya tanggap melalui pernyataan responden tentang langsung memberikan helm dan masker yang menilai puas dengan persentase tertinggi sebesar 70,3%, sedangkan yang menilai sangat puas sebesar 29,6%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1160}{5 \times 270} \times 100\% = 85,9\%$$

Tabel 48  
PernyataanKepuasan Responden Terhadap  
Langsung Menawarkan Jas Hujan Ketika Sedang Turun Hujan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	105	38,8%	525
Puas	4	146	54,0%	584
Kurang Puas	3	10	3,7%	30
Tidak Puas	2	8	2,9%	16
Sangat Tidak Puas	1	1	0,3%	1
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1156</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator daya tanggap melalui pernyataan responden tentang langsung menawarkan jas hujan ketika sedang turun hujan yang menilai puas dengan persentase tertinggi sebesar 54,0%, sedangkan yang menilai sangat puas sebesar 38,8%, yang menilai kurang puas sebesar 3,7%, dan yang menilai tidak puas sebesar 2,9%, yang menilai sangat tidak puas sebesar 0,3%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1156}{5 \times 270} \times 100\% = 85,6\%$$

5. Empati (*emphaty*)

Tabel 49  
Pernyataan Kepuasan Responden Terhadap  
Bersikap Ramah dan Sopan Dalam Melayani

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
-----------	-------	--------	------------	------

Sangat Puas	5	59	21,8%	295
Puas	4	205	75,9%	820
Kurang Puas	3	5	1,8%	16
Tidak Puas	2	1	0,3%	2
Sangat Tidak Puas	1	-	-	-
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1133</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator empati melalui pernyataan responden tentang bersikap ramah dan sopan dalam melayani yang menilai puas dengan persentase tertinggi sebesar 75,9%, sedangkan yang menilai sangat puas sebesar 21,8%, yang menilai kurang puas sebesar 1,8%, dan yang menilai tidak puas sebesar 0,3%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1133}{5 \times 270} \times 100\% = 83,9\%$$

Tabel 50  
PernyataanKepuasan Responden Terhadap  
Memberitahukan Penggunaan Helm yang Benar

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	104	38,5%	520
Puas	4	142	52,5%	568
Kurang Puas	3	10	3,7%	30
Tidak Puas	2	10	3,7%	20
Sangat Tidak Puas	1	4	1,4%	4
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1142</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan dengan indikator empati melalui pernyataan responden tentang memberitahukan penggunaan helm yang benar yang menilai puas dengan persentase tertinggi sebesar 52,5%, sedangkan yang menilai sangat puas

sebesar 28,5%, yang menilai kurang puas sebesar 3,7%, dan yang menilai tidak puas sebesar 3,7%, yang menilai sangat tidak puas sebesar 1,4%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1142}{5 \times 270} \times 100\% = 84,5\%$$

Tabel 51  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Terhadap  
Harga/Tariff Sesuai Dengan Yang Ditentukan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Puas	5	70	25,9%	350
Puas	4	196	72,5%	784
Kurang Puas	3	3	1,1%	9
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	1	0,3%	1
<b>Total</b>		<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>1144</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti , 2018

Berdasarkan tabel diatas dilakukan penelitian pada 270 responden mengenai kepuasan pelanggan indikator empati melalui pernyataan responden tentang harga/tarif sesuai dengan yang ditentukan yang menilai puas dengan persentase tertinggi sebesar 72,5%, sedangkan yang menilai sangat puas sebesar 25,9%, yang menilai kurang puas sebesar 1,1%, dan yang menilai sangat tidak puas sebesar 0,3%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1144}{5 \times 270} \times 100\% = 84,7\%$$

Tabel 52  
Hasil Keseluruhan Penilaian Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kepuasan  
Pelanggan Pengguna GO-JEK Di Wilayah Bekasi Utara

No	Indikator	Pernyataan	Nilai Tanggapan Responden	Kriteria
1.	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	1. Perawatan perlengkapan seperti helm, masker, jas hujan	89,6	Sangat Puas
		2. Menggunakan seragam yang rapi	85,1	Sangat Puas

		3. Aplikasi tidak sering terjadi eror	32,9	Tidak Puas
		4. Aplikasi mudah dimengerti	85,3	Sangat Puas
<b>Rata-rata</b>			<b>73,22</b>	
2.	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	1. Ketepatan waktu dalam penjemputan	67,7	Puas
		2. Menggunakan GPS smarthphone jika tidak tahu rute perjalanan yang ditempuh	93,6	Sangat Puas
		3. Menaati peraturan lalu lintas	84,3	Sangat Puas
		4. Langsung menghubungi dengan tepat waktu pada saat ada orderan	88,7	Sangat Puas
<b>Rata-rata</b>			<b>83,57</b>	
3.	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	1. Merasa aman dalam perjalanan yang akan di tuju	92,0	Sangat Puas
		2. Dapat mengetahui posisi dimana saja	78,5	Puas
<b>Rata-rata</b>			<b>85,25</b>	
4.	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	1. Pihak perusahaan selalu memberikan tanggapan terhadap saran dan keluhan	69,8	Puas
		2. Selalu cepat dalam menangani setiap keluhan	86,6	Sangat Puas
		3. Langsung menawarkan bantuan pada saat membawa barang bawaan banyak	82,5	Sangat Puas
		4. Langsung memberikan helm dan masker	85,9	Sangat Puas
		5. Langsung menawarkan jas hujan ketika sedang turun hujan	85,6	Sangat Puas
<b>Rata-rata</b>			<b>82,08</b>	
5.	Empati ( <i>Emphaty</i> )	1. Bersikap ramah dan sopan dalam melayani	83,9	Sangat Puas
		2. Memberitahukan penggunaan helm yang benar	84,5	Sangat Puas
		3. Harga/ tarif sesuai dengan yang ditentukan	84,7	Sangat Puas
<b>Rata-rata</b>			<b>84,3</b>	
<b>Total Keseluruhan</b>			<b>1461,2</b>	
<b>N</b>			<b>270</b>	
<b>Total Rata-rata</b>			<b>81,68</b>	

Sumber : data kuesioner yang diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai tingkat kepuasan pelanggan memiliki 5 indikator sebagai berikut :

1. Bukti fisik (*tangible*) dari 4 pernyataan pada aplikasi sering terjadi eror memiliki nilai tanggapan responden lebih rendah dibandingkan dengan 3 pernyataan yang lain sebesar 32,9 dengan kriteria tidak puas.
2. Keandalan (*reliability*) dari 4 pernyataan pada ketepatan waktu dalam penjemputan memiliki nilai tanggapan responden lebih rendah dari 3 pernyataan yang lain sebesar 67,7 dengan kriteria puas.
3. Jaminan (*assurance*) dari 2 pernyataan yaitu mengetahui posisi dimana saja memiliki nilai tanggapan responden sebesar 78,5 dengan kriteria puas.
4. Daya tanggap (*Responsiveness*) dari 5 pernyataan pihak perusahaan selalu memberikan tanggapan terhadap saran dan keluhan memiliki nilai tanggapan responden sebesar 69,8 dengan kriteria puas.
5. Empati (*Emphaty*) dari 3 pernyataan pada bersikap ramah dan sopan dalam melayani memiliki nilai responden sebesar 83,9 dengan kriteria sangat puas.

Hasil nilai total rata-rata tersebut di uji dapat dilihat dengan nilai interval kepuasan pelanggan sebagai berikut :

Tabel 53  
Interval Kepuasan Pelanggan

Nilai Interval	Kriteria	Persentase (%)
0,00 – 0,20	Sangat Tidak Puas	
0,21 – 0,40	Tidak Puas	
0,41 – 0,60	Kurang Puas	
0,61 – 0,80	Puas	
0,80 – 1,00	Sangat Puas	81,68

Sumber : data diolah, 2018

Berdasarkan hasil interval kualitas pelayanan diatas, dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan dengan total rata-rata sebesar 81,68% adalah sangat puas.

#### **4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna GO-JEK**

Data yang telah dikumpulkan mengenai semua variabel penelitian kemudian diolah dengan teknik analisis statistik model regresi linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan software statistic yaitu SPSS. Analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independent terhadap variabel dependent. Dalam regresi berganda uji asumsi klasik harus terlebih dahulu terpenuhi.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas data ini sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal Kolmogorov-Smirnov, yaitu :

3. Jika  $\text{sig} > 0.05$  maka data berdistribusi normal
4. Jika  $\text{sig} < 0.05$  maka data tidak berdistribusi normal

Tabel 54  
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		270
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	5,94355067
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,038
	Negative	-,058
Kolmogorov-Smirnov Z		,953
Asymp. Sig. (2-tailed)		,324

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan Asymp.Sig sebesar 0,324 karena nilai signifikan  $> 0,05$  ( $0,324 > 0,05$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai residual dalam uji normalitas data yang telah diambil untuk diteliti oleh penulis adalah berdistribusi normal.

### 2. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinieritas, yaitu jika VIF yang dihasilkan diantara  $< 10$  dan nilai Tolerance  $> 0.1$

Tabel 55  
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	33,994	7,879				4,315
1 BUKTI FISIK	,789	,212	,229	3,718	,000	,852	1,174
KEHANDALAN	,712	,343	,134	2,074	,039	,771	1,296
JAMINAN	,177	,566	,020	,314	,754	,831	1,204
DAYA TANGGAP	,746	,284	,164	2,630	,009	,834	1,199
EMPATI	-,255	,408	-,036	-,624	,533	,958	1,044

a. Dependent Variable: HARAPAN

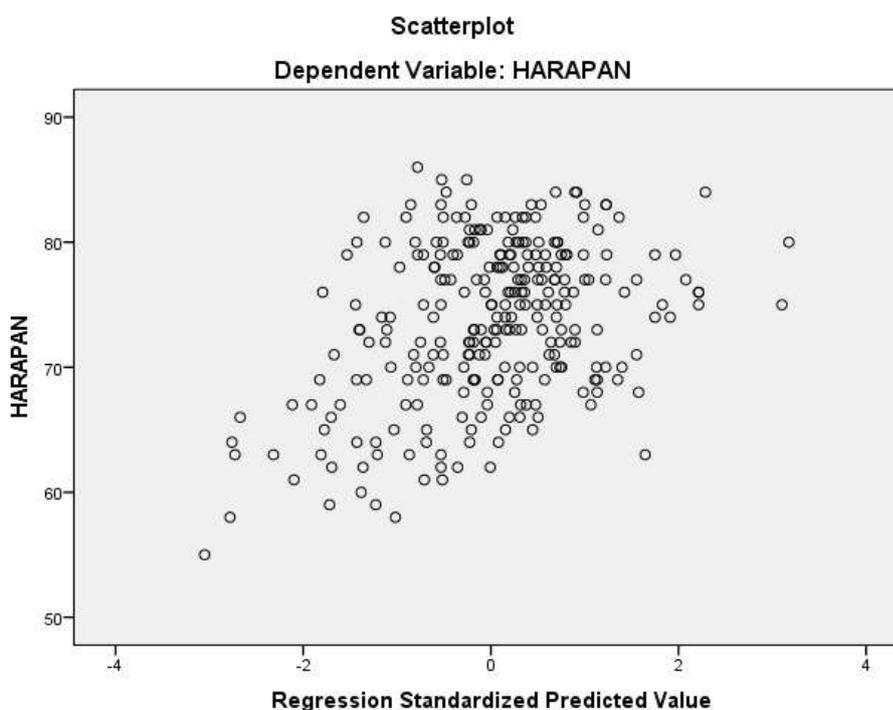
Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai Tolerance bukti fisik pada pelayanan sebesar 0,852, kehandalan sebesar 0,771, jaminan sebesar 0,831, daya tanggap sebesar 0,834, dan empati sebesar 0,958 sedangkan nilai dari VIF untuk bukti fisik sebesar 1,174, kehandalan sebesar 1,296, jaminan sebesar 1,204, daya

tanggap sebesar 1,199, dan empati sebesar 1,044, maka dapat dipastikan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas.

### 3. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika :

- a. Titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- b. Titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- c. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.



Gambar 15  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar 13 dapat diketahui titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak terjadi pola yang jelas. Maka dapat dipastikan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

### 4. UjiAutokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (*dl dan du*). Kriteria jika  $du < d$  hitung  $<4-du$  maka tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 56  
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,384 <sup>a</sup>	,147	,131	5,929	1,093

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Jaminan, Daya Tanggap, Kehandalan

b. Dependent Variable: Harapan

Berdasarkan tabel 44 diatas dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,093 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual.

#### 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi yang memiliki satu variabel dependent dan lebih dari satu variabel independent. Berikut hasil regresi linier berganda dijelaskan dalam tabel perhitungan menggunakan *SPSS versi 20*.

Tabel 57  
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	33,994	7,879		4,315	,000
1 BUKTI FISIK	,789	,212	,229	3,718	,000
KEHANDALAN	,712	,343	,134	2,074	,039
JAMINAN	,177	,566	,020	,314	,754
DAYA TANGGAP	,746	,284	,164	2,630	,009
EMPATI	-,255	,408	-,036	-,624	,533

a. Dependent Variable: HARAPAN

$$Y = 33,994 + 0,789BF + 0,712H + 0,177J + 0,746DT + (0,255E) + 7,879$$

Dimana :

#### a. Bukti Fisik

Nilai koefisien regresi untuk bukti fisik adalah positif yang artinya jika bukti fisik meningkat, sementara variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan meningkat.

#### b. Kehandalan

Nilai koefisien regresi untuk bukti fisik adalah positif yang artinya jika kehandalan meningkat, sementara variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan meningkat.

#### c. Jaminan

Nilai koefisien regresi untuk bukti fisik adalah positif yang artinya jika jaminan mengalami penurunan, sementara variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan mengalami penurunan.

#### d. Daya Tanggap

Nilai koefisien regresi untuk bukti fisik adalah positif yang artinya jika daya tanggap meningkat, sementara variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan meningkat.

## e. Empati

Nilai koefisien regresi untuk bukti fisik adalah negative yang artinya jika empati mengalami penurunan, sementara variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan mengalami penurunan.

## 6. Uji T (Parsial)

Tabel 58  
Hasil Uji T (parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	33,994	7,879		4,315	,000
1 BUKTI FISIK	,789	,212	,229	3,718	,000
KEHANDALAN	,712	,343	,134	2,074	,039
JAMINAN	,177	,566	,020	,314	,754
DAYA TANGGAP	,746	,284	,164	2,630	,009
EMPATI	-,255	,408	-,036	-,624	,533

a. Dependent Variable: HARAPAN

## a. Bukti Fisik

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,718 > 1,284$ ) atau nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ) maka dapat di simpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya Bukti Fisik berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna GO-JEK.

## b. Uji Kehandalan

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,074 > 1,284$ ) atau nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,039 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya Kehandalan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna GO-JEK.

## c. Uji Jaminan

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,314 < 1,284$ ) atau nilai signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,754 > 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya Jaminan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna GO-JEK.

## d. Uji Daya Tanggap

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,630 > 1,284$ ) atau nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,009 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya Daya Tanggap berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna GO-JEK.

## e. Uji Empati

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,624 < 1,284$ ) atau nilai signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,533 > 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa

Ho diterima dan Ha ditolak yang artinya Empati tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna GO-JEK.

#### 7. Korelasi dan Koefisien Determinasi Berganda

Tabel 59

Hasil Koefisiensi Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,384 <sup>a</sup>	,147	,131	5,929	1,093

a. Predictors: (Constant), EMPATI, BUKTI FISIK, JAMINAN, DAYA TANGGAP, KEHANDALAN

b. Dependent Variable: HARAPAN

Dari tabel diatas, dapat diketahui nilai R yang diperoleh adalah sebesar 0,147, yang artinya korelasi anantara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan. Hal ini berarti terjadi hubungan lemah karena nilai R berada pada 0,00 -0,199.

Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada hasil perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KD &= (0,384)^2 \times 100\% \\ &= 0,1475 \times 100\% \\ &= 14,75\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 14,75%. Hal ini menunjukkan bahwa 14,75% kualitas pelayanan berpengaruh dengan kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 61,6% dipengaruhi variabel lain yang diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.4 Interpretasi Hasil

Berdasarkan hasil penelitian pada pengguna GO-JEK tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil kuesioner tentang kualitas pelayanan menunjukkan bahwa 5 kriteria yaitu bukti fisik, kehandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati yang memiliki total rata-rata keseluruhan adalah sebesar 83,52% yang termasuk dalam kategori sangat baik.
2. Tingkat besar kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa 5 kriteria yaitu bukti fisik, kehandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati yang memiliki total rata-rata keseluruhan dari tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 81,68% yang termasuk dalam kategori sangat puas.
3. Hasil uji hipotesis dari indikator bukti fisik ternyata berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,718 > 1,284$ ) atau nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ).
4. Berdasarkan hasil uji hipotesis dari indikator kehandalan ternyata berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK. Hal ini dapat dibuktikan dari

nilai nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,074 > 1,284$ ) atau nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,039 < 0,05$ ).

5. Berdasarkan hasil uji hipotesis dari indikator jaminan ternyata tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,314 < 1,284$ ) atau nilai signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,754 > 0,05$ ).
6. Selain itu, hasil uji hipotesis dari indikator daya tanggap ternyata berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,630 > 1,284$ ) atau nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,009 < 0,05$ ).
7. Sedangkan hasil uji hipotesis dari indikator empati ternyata berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,624 < 1,284$ ) atau nilai signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,533 > 0,05$ ).

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, berikut ini kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian :

1. Berdasarkan hasil kuesioner tentang kualitas pelayanan menunjukkan bahwa 5 kriteria yaitu bukti fisik, kehandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati yang memiliki total rata-rata keseluruhan adalah sebesar 83,52% yang termasuk dalam kategori sangat baik.
2. Tingkat besar kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa 5 kriteria yaitu bukti fisik, kehandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati yang memiliki total rata-rata keseluruhan dari tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 81,68% yang termasuk dalam kategori sangat puas.
3. Hasil uji hipotesis dari indikator bukti fisik ternyata berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,718 > 1,284$ ) atau nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ). Selain itu, hasil regresi linier berganda di atas menunjukkan bahwa indikator bukti fisik, kehandalan, dan daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sedangkan dari indikator empati dan jaminan tidak berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.
4. Berdasarkan hasil uji hipotesis dari indikator kehandalan ternyata berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,074 > 1,284$ ) atau nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,039 < 0,05$ ).
5. Berdasarkan hasil uji hipotesis dari indikator jaminan ternyata tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,314 < 1,284$ ) atau nilai signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,754 > 0,05$ ).
6. Selain itu, hasil uji hipotesis dari indikator daya tanggap ternyata berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,630 > 1,284$ ) atau nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,009 < 0,05$ ).
7. Sedangkan hasil uji hipotesis dari indikator empati ternyata berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna GO-JEK. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,624 < 1,284$ ) atau nilai signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,533 > 0,05$ ).

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan pada pembahasan tersebut, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Perusahaan GO-JEK harus memperhatikan dari kualitas pelayanan untuk konsumen maupun pengguna GO-JEK agar pengguna merasa lebih baik lagi untuk produk maupun jasa dalam pelayanan yang diberikan
2. Pada tingkat kepuasan pelanggan pada perhitungan skor rata-rata sebelumnya dari para pelanggan pengguna GO-JEK ternyata pelanggan sudah merasa puas dan pelanggan akan merekomendasikan ke teman, keluarga agar memakai transportasi ojek online dari GO-JEK, maka dari itu perusahaan harus lebih ditingkatkan kualitas dari produk lainnya terutama produk go-ride agar pelanggan merasa sangat puas dan tidak beralih ke transportasi ojek online lainnya.
3. Perusahaan GO-JEK diharapkan harus lebih memperhatikan variabel dari kualitas pelayanan dan kepuasan pada indikator bukti fisik yaitu pada pernyataan aplikasi tidak sering terjadi eror agar lebih diperbaiki aplikasinya supaya pelanggan merasa puas karena aplikasi tidak terjadi eror lagi dari sebelumnya.
4. Variabel dari kualitas pelayanan pada indikator selanjutnya adalah kehandalan yaitu untuk driver dari GO-JEK dalam menggunakan GPS jika tidak tahu rute perjalanan sebaiknya driver harus menggunakan GPS di smartphonenya dan tidak selalu bertanya terus-terusan kepada pelanggan supaya perjalanan sampai ke tujuan. Sedangkan dari variabel kepuasan pada indikator kehandalan pada pernyataan ketepatan waktu dalam penjemputan sebaiknya driver harus lebih tepat waktu dan cepat pada saat menjemput pelanggan agar pelanggan tidak kelamaan untuk menunggu.
5. Pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan dari indikator jaminan pada pernyataan dapat mengetahui posisi dimana saja seharusnya perusahaan harus lebih memperhatikan Maps untuk pelanggan mengetahui posisi driver dan posisi dimana saja pada saat diperjalanan.
6. Variabel kualitas pelayanan untuk indikator dari daya tanggap untuk pihak GO-JEK harus lebih cepat dalam menangani setiap keluhan dari pelanggan agar pelanggan merasa puas. Sedangkan dari variabel kepuasan dari indikator daya tanggap pada pernyataan langsung menawarkan bantuan pada saat membawa barang bawaan banyak sebaiknya driver harus lebih tanggap dan menawarkan jika pelanggan membawa barang apapun apakah mau di taruh di depan barang bawanya supaya tidak ribet pelanggan jika sedang naik motor pada saat perjalanan.
7. Variabel kualitas pelayanan untuk indikator empati seharusnya driver memberitahu penggunaan helm yang benar sebaiknya helm itu seharusnya di klik tali pengaman pada helm agar lebih aman jika terjadi sesuatu pada kepala pelanggan. Sedangkan pada variabel kepuasan untuk indikator empati untuk bersikap ramah dan sopan dalam melayani sebaiknya driver harus lebih bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan jika pelanggan meminta bantuan kepada driver ojek online tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 2016, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Buchari Alma, 2009, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Buchari Alma, 2011, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Danang Sunyoto, 2012, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, CAPS, Yogyakarta.
- Danang Sunyoto, 2013, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, CAPS, Yogyakarta.
- Deliyanti Oentoro, 2012, *Manajemen Pemasaran*, LaksBang Pressindo, Yogyakarta.
- Fandy Ahmad, 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek Goreng H. Slamet Cabang Bantarjati Kota Bogor, Bogor, Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Pakuan.
- Fandy Tjiptono, 2011, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2014, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, CV Andi, Yogyakarta.
- Januar Efendi Penjaitan dan Ali Lili Yuliati, 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*, Bandung, Jurnal Manajemen, Vol. 11 No 2.
- Kotler, P., dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 2*, Penerbit PT Indeks, Jakarta.
- Kotler P., dan G, Amstrong, 2012, *Principles of Marketing*, New Jersey, Prentice Hall.
- Kotler P., dan Keller, 2015, *Manajemen Pemasara, Edisi 13, Jilid 3*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lovelock, C.H & L.K Wright, 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jilid Kedua, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Mullins J.,W., & Walker O.,C., 2013, *Marketing Management A Strategic Decision-Making Approach*, Eighth Edition, Penerbit Connect Learn Succeed, Singapore.
- Nandan Limakrisna, 2012, *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Rambat Lupiyoadi, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi ketiga, Salemba, Jakarta.

- Rambat Lupiyoadi, 2014, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Rifaldi dan Sulistyowati, 2016, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online GOJEK Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta*”, Jakarta, *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan* Vol. 13, No 2.
- Robbins S.P. & Jugde A., Timothy, 2008, *Perilaku Organisasi*, Edisi 12 Buku I, Salemba Empat, Jakarta.
- Sofjan Assauri, 2013, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Sudaryono, 2014, *Perilaku Konsumen*, Lentera Ilmu Cendekia, Jakarta.
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2017, *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- V. Wiratna Sujarweni, 2014, *SPSS Untuk Penelitian*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Tri Ulfa Wardani, 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi GO-JEK (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara), Medan, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Zeithaml, A Valarie, 2013, *Services Marketing- Integrating Customer Focus Across The Firm*, McGraw- Hill Education.
- <https://bekasikota.bps.go.id>, 2016
- [www.bekasikab.go.id](http://www.bekasikab.go.id), 2016
- <https://bekasikota.bps.go.id>, 2017
- <http://gojekid.blogspot.co.id/2016/09profil-perusahaan-gojek.html>
- [www.go-jek.com](http://www.go-jek.com), 2017
- <https://play.google.com/store>, 2017
- <https://twitter.com>, 2017

# LAMPIRAN

## Lampiran 1

**KUESIONER**

Dengan Hormat,

Saya Yuniar Lestari dengan NPM 021114239 dari Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Pakuan Bogor yang akan melakukan penelitian. Adapun maksud dan tujuan kuesioner ini adalah untuk mengumpulkan data bagi penelitian saya, tanpa ada kaitannya dengan yang lain.

Saya mengharapkan ketersediaan Anda untuk mengisi kuesioner saya dengan jujur dan apa adanya, guna memperlancar tugas akhir yang akan saya lakukan sehingga saya dapat memahami dan memperdalam ilmunya.

Atas perhatian dan kerjasama Anda untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

**A. Karakteristik Responden (Data Umum Responden)**

Petunjuk pengisian : Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberikan tanda silang (X) pada pilihan yang tersedia.

1. Tempat tinggal :
  - a. Kelurahan Harapan Jaya
  - b. Kelurahan Kaliabang Tengah
  - c. Kelurahan Perwira
  - d. Kelurahan Teluk Pucung
  - e. Kelurahan Harapan Baru
  - f. Kelurahan Marya Mulya
2. Umur
  - a. <20
  - b. 21-30
  - c. 35-40
  - d. >40
  - e. Lainnya ...
3. Jenis kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
4. Pekerjaan
  - a. Pelajar
  - b. Mahasiswa
  - c. PNS
  - d. Karyawan / Pegawai swasta
  - e. Ibu rumah tangga
  - f. Lainnya ...
5. Dalam satu minggu, seberapa sering Anda menggunakan layanan transportasi ojek *online*?
  - a. 1 – 2 kali
  - b. 3 - 6 kali
  - c. 7 - 10 kali
  - d. > 10 kali
  - e. Lainnya ...
6. Jenis pembayaran yang paling sering Anda gunakan?
  - a. Go-pay
  - b. Tunai (cash)
  - c. Lainnya ...

### A. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek Online

Petunjuk pengisian: Isilah pertanyaan di bawah ini dengan cara memberikan tanda centrang (√) pada kolom yang telah tersedia kriteria yang anda alami.

Kinerja :

5 : Sangat Baik

4 : Baik

3 : Kurang Baik

2 : Tidak Baik

1 : Sangat Tidak Baik

Harapan:

5 : Sangat Puas

4 : Puas

3 : Kurang Puas

2 : Tidak Puas

1 : Sangat Tidak Puas

Pernyataan	Kinerja					Harapan				
	SS	S	KS	TS	STS	SP	P	KP	TP	STP
	<b>A. Bukti Fisik (Tangible)</b>									
1. Perawatan perlengkapan seperti helm, masker, jas hujan										
2. Menggunakan seragam yang rapi										
3. Aplikasi tidak sering terjadi eror										
4. Aplikasi mudah dimengerti										
	<b>B. Kehandalan (Reliability)</b>									
1. Ketepatan waktu dalam penjemputan										
2. Menggunakan GPS smarthphone jika tidak tahu rute perjalanan yang ditempuh										
3. Menaati peraturan lalu lintas										
4. Langsung menghubungi dengan tepat waktu pada saat ada orderan										



Lampiran 3 : Tabel Isaac dan Michael Dalam Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	663	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja

No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	Kriteria
<b>Pernyataan Kualitas Pelayanan</b>			
<b>Bukti fisik (Tangible) &gt;0.361</b>			
	Perawatan perlengkapan (masker, helm, jas hujan)	>0.673	Valid
	Menggunakan seragam yang rapi dan bersih	>0.433	Valid
	Aplikasi tidak sering terjadi eror	>0.484	Valid
	Aplikasi mudah dimengerti	>0.617	Valid
<b>Kehandalan (Reability) &gt;0.361</b>			
	Ketepatan waktu dalam penjemputan	>0.660	Valid
	Menggunakan GPS smartphone jika tidak tahu rute perjalanan yang ditempuh	>0.439	Valid
	Mentaati peraturan lalu lintas	>0.524	Valid
	Langsung menghubungi dengan tepat waktu pada saat ada orderan masuk	>0.519	Valid
<b>Jaminan (Assurance) &gt;0.361</b>			
	Merasa aman dalam perjalanan yang akan di tuju	>0.555	Valid
	Pembayaran melalui Go-Pay sangat aman	>0.146	Tidak Valid
	Pengiriman paket menjadi lebih cepat dan aman	>0.299	Tidak Valid
	Dapat mengetahui posisi dimana saja	>0.602	Valid
<b>Daya Tanggap (Responsiveness) &gt;0.361</b>			
	Pihak perusahaan selalu memberikan tanggapan terhadap saran dan keluhan	>0.407	Valid
	Selalu cepat dalam menangani setiap keluhan	>0.425	Valid

	Langsung menawarkan bantuan pada saat membawa barang bawaan banyak	>0.690	Valid
	Langsung memberikan helm dan masker	>0.563	Valid
	Langsung menawarkan jas hujan ketika sedang turun hujan	>0.734	Valid
<b>Empati (Emphaty) &gt;0.361</b>			
	Bersikap ramah dan sopan dalam melayani	>0.654	Valid
	Memberitahukan penggunaan helm yang benar	>0.546	Valid
	Harga/tarif sesuai dengan yang ditentukan	>0.651	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS versi 20, 2018

#### Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan

No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	Kriteria
<b>Pernyataan Kualitas Pelayanan</b>			
<b>Bukti fisik (Tangible) &gt;0.361</b>			
	Perawatan perlengkapan (masker, helm, jas hujan)	>0.541	Valid
	Menggunakan seragam yang rapi dan bersih	>0.525	Valid
	Aplikasi tidak sering terjadi eror	>0.394	Valid
	Aplikasi mudah dimengerti	>0.559	Valid
<b>Kehandalan (Reability) &gt;0.361</b>			
	Ketepatan waktu dalam penjemputan	>0.507	Valid
	Menggunakan GPS smartphone jika tidak tahu rute perjalanan yang ditempuh	>0.404	Valid
	Mentaati peraturan lalu lintas	>0.499	Valid
	Langsung menghubungi dengan tepat waktu pada saat ada orderan masuk	>0.646	Valid
<b>Jaminan (Assurance) &gt;0.361</b>			
	Merasa aman dalam perjalanan yang akan di tuju	>0.524	Valid
	Pembayaran melalui Go-Pay sangat aman	>0.227	Tidak Valid
	Pengiriman paket menjadi lebih cepat dan aman	>0.111	Tidak Valid
	Dapat mengetahui posisi dimana saja	>0.437	Valid
<b>Daya Tanggap (Responsiveness) &gt;0.361</b>			
	Pihak perusahaan selalu memberikan tanggapan terhadap saran dan keluhan	>0.489	Valid
	Selalu cepat dalam menangani setiap keluhan	>0.571	Valid
	Langsung menawarkan bantuan pada saat membawa barang bawaan banyak	>0.481	Valid
	Langsung memberikan helm dan masker	>0.640	Valid
	Langsung menawarkan jas hujan ketika sedang turun hujan	>0.427	Valid
<b>Empati (Emphaty) &gt;0.361</b>			
	Bersikap ramah dan sopan dalam melayani	>0.388	Valid
	Memberitahukan penggunaan helm yang benar	>0.475	Valid
	Harga/tarif sesuai dengan yang ditentukan	>0.541	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS versi 20, 2018

## Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja

No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	Kriteria
<b>Pernyataan Kualitas Pelayanan</b>			
<b>Bukti fisik (Tangible) &gt;0.60</b>			
	Perawatan perlengkapan (masker, helm, jas hujan)	>0.891	Reliabel
	Menggunakan seragam yang rapi dan bersih	>0.899	Reliabel
	Aplikasi tidak sering terjadi eror	>0.896	Reliabel
	Aplikasi mudah dimengerti	>0.892	Reliabel
<b>Kehandalan (Reability) &gt;0.60</b>			
	Ketepatan waktu dalam penjemputan	>0.891	Reliabel
	Menggunakan GPS smartphone jika tidak tahu rute perjalanan yang ditempuh	>0.897	Reliabel
	Mentaati peraturan lalu lintas	>0.895	Reliabel
	Langsung menghubungi dengan tepat waktu pada saat ada orderan masuk	>0.895	Reliabel
<b>Jaminan (Assurance) &gt;0.60</b>			
	Merasa aman dalam perjalanan yang akan di tuju	>0.895	Reliabel
	Pembayaran melalui Go-Pay sangat aman	>0.903	Reliabel
	Pengiriman paket menjadi lebih cepat dan aman	>0.900	Reliabel
	Dapat mengetahui posisi dimana saja	>0.892	Reliabel
<b>Daya Tanggap (Responsiveness) &gt;0.60</b>			
	Pihak perusahaan selalu memberikan tanggapan terhadap saran dan keluhan	>0.897	Reliabel
	Selalu cepat dalam menangani setiap keluhan	>0.897	Reliabel
	Langsung menawarkan bantuan pada saat membawa barang bawaan banyak	>0.889	Reliabel
	Langsung memberikan helm dan masker	>0.893	Reliabel
	Langsung menawarkan jas hujan ketika sedang turun hujan	>0.888	Reliabel
<b>Empati (Emphaty) &gt;0.60</b>			
	Bersikap ramah dan sopan dalam melayani	>0.891	Reliabel
	Memberitahukan penggunaan helm yang benar	>0.894	Reliabel
	Harga/tarif sesuai dengan yang ditentukan	>0.891	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS versi 20, 2018

## Lampiran 7 :Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Harapan

No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	Kriteria
<b>Pernyataan Kualitas Pelayanan</b>			
<b>Bukti fisik (Tangible) &gt;0.361</b>			
	Perawatan perlengkapan (masker, helm, jas hujan)	>0.855	Reliabel
	Menggunakan seragam yang rapi dan bersih	>0.855	Reliabel
	Aplikasi tidak sering terjadi eror	>0.860	Reliabel
	Aplikasi mudah dimengerti	>0.853	Reliabel
<b>Kehandalan (Reability) &gt;0.361</b>			
	Ketepatan waktu dalam penjemputan	>0.855	Reliabel
	Menggunakan GPS smartphone jika tidak tahu rute perjalanan yang ditempuh	>0.866	Reliabel
	Mentaati peraturan lalu lintas	>0.856	Reliabel
	Langsung menghubungi dengan tepat waktu pada saat ada orderan masuk	>0.850	Reliabel
<b>Jaminan (Assurance) &gt;0.361</b>			
	Merasa aman dalam perjalanan yang akan di tuju	>0.855	Reliabel
	Pembayaran melalui Go-Pay sangat aman	>0.864	Reliabel
	Pengiriman paket menjadi lebih cepat dan aman	>0.871	Reliabel
	Dapat mengetahui posisi dimana saja	>0.858	Reliabel
<b>Daya Tanggap (Responsiveness) &gt;0.361</b>			
	Pihak perusahaan selalu memberikan tanggapan terhadap saran dan keluhan	>0.857	Reliabel
	Selalu cepat dalam menangani setiap keluhan	>0.853	Reliabel
	Langsung menawarkan bantuan pada saat membawa barang bawaan banyak	>0.857	Reliabel
	Langsung memberikan helm dan masker	>0.850	Reliabel
	Langsung menawarkan jas hujan ketika sedang turun hujan	>0.859	Reliabel
<b>Empati (Emphaty) &gt;0.361</b>			
	Bersikap ramah dan sopan dalam melayani	>0.860	Reliabel
	Memberitahukan penggunaan helm yang benar	>0.857	Reliabel
	Harga/tarif sesuai dengan yang ditentukan	>0.856	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS versi 20, 2018

## Lampiran 8 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		270
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	5,94355067
	Absolute	,058
Most Extreme Differences	Positive	,038
	Negative	-,058
Kolmogorov-Smirnov Z		,953
Asymp. Sig. (2-tailed)		,324

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	33,994	7,879		4,315	,000
	BUKTI FISIK	,789	,212	,229	3,718	,000
	KEHANDALAN	,712	,343	,134	2,074	,039
	JAMINAN	,177	,566	,020	,314	,754
	DAYA TANGGAP	,746	,284	,164	2,630	,009
	EMPATI	-,255	,408	-,036	-,624	,533

a. Dependent Variable: HARAPAN

## Lampiran 10 : Hasil Uji Hipotesis

**Tabel 97**  
**Hasil Uji Hipotesis**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	33,994	7,879		4,315	,000
	BUKTI FISIK	,789	,212	,229	3,718	,000
	KEHANDALAN	,712	,343	,134	2,074	,039
	JAMINAN	,177	,566	,020	,314	,754
	DAYA TANGGAP	,746	,284	,164	2,630	,009
	EMPATI	-,255	,408	-,036	-,624	,533

a. Dependent Variable: HARAPAN