

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI ONLINE PT. GOJEK INDONESIA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG

Dwi Karsasih *)

Sri Murniati *)

Abstract

This research aims to understand the influence of the quality of services offered by pt.Gojek indonesia towards customer satisfaction among student Majoring in Management Faculty of Economics University Tridinanti palembang with the number of respondents as many as 82 students (of the 100 respondents sampled) in described according to sex, course of study, the first half, and the days of.This research using two variables, namely variable the quality of service as variable independent (freely with use of five indicators research, that is evidence of display (tangibles), the best thing of (reability), responsiveness (responsiveness), guarantee (assurance), danempati (emphaty). The regression equation is to research this is $y = 31,786 + 0,672x$.Based on the results of the analysis simple correlation obtained correlation namely 0,641 which means happened relationships and to relationships that are positive because the value of r positive. While based on the results of index determination, the percentage influence the quality of service for customer satisfaction of 41,1% which means showed a very strong.

Keywords : Service Quality, Consumers Satisfaction

A. PENDAHULUAN

Transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan pada zaman sekarang, karena dengan adanya transportasi dapat melancarkan semua pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Transportasi terbagi menjadi tiga bagian, yaitu : jalur darat, laut, dan udara. Mayoritas masyarakat lebih memilih jalur darat untuk memenuhi kebutuhannya. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi sangat tinggi, dengan alasan untuk mempersingkat waktu perjalanan.

Kemajuan yang sangat pesat di bidang teknologi informasi memberikan pengaruh

yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Pengaruh yang paling nyata terlihat pada perubahan mendasar terhadap cara orang melakukan transaksi, terutama dalam dunia bisnis. Salah satu hasil kemajuan teknologi informasi yang berkontribusi besar terhadap perubahan ini adalah internet. Internet adalah suatu jaringan yang dipasangkan dengan alat komunikasi sehingga kita dapat berinteraksi dimana saja, dengan siapa saja, dan kapan saja. Dengan adanya internet, cara perusahaan melakukan transaksi berubah, dari cara lama yang prosesnya memakan waktu dan biaya yang besar menjadi proses yang lebih cepat dan lebih mudah.

*) Dosen Fakultas Ekonomi UTP

Internet berkembang di tengah-tengah pertumbuhan penduduk yang begitu pesat, internet sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet pun sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktivitas secara cepat dan efisien. Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor atau yang dulu biasa disebut ojek. Jika dahulu ojek dikelola secara konvensional dan kepemilikan tunggal, sekarang muncul bisnis baru taxi motor yaitu suatu usaha komersial, yang menyediakan jasa transportasi bagi umum dan dikelola secara profesional.

Berawal dari banyaknya jasa transportasi yang bermunculan mengakibatkan semakin kuat pula persaingan yang dihadapi oleh para pengemudi ojek. Hampir di setiap sudut jalan besar dan area kampus banyak ditemui para pengemudi ini. Apabila dicermati ada banyak hal yang harus dibenahi dalam layanan ojek yang ada saat ini khususnya masalah keselamatan, kesopanan dan kewajaran harga layanan. Masalah harga yang paling sering menjadi ganjalan penumpang. Pengemudi ojek memasang tarif semau mereka sendiri. Tarif ojek untuk jarak dekat tidak terpaut jauh dengan taksi mobil biasa. Muncul ide

perusahaan taxi motor, dengan member value added yang berbeda dengan ojek umumnya. Dikelola secara profesional, dengan menyediakan call center dan kantor. Pelayanan yang diberikan memang lebih standar seperti standar keselamatan, etika kesopanan pengendara dan yang termasuk penting tarif yang sudah baku.

Perusahaan ojek online yang sedang meningkat pesat yaitu PT.Gojek, Gojek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada bulan Maret 2014, yang bertujuan untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan menjadi solusi kemacetan di ibukota. Cara kerja Gojek yaitu menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet. Para pelanggan tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek. Pemesanan melalui aplikasi Gojek sesuai kebutuhan. Gojek siap untuk melayani pelanggan yang berada dimana saja.

Perusahaan yang menyediakan transportasi berbasis online tersebut memberikan pelayanan utama yaitu GO-Ride melayani pengantaran penumpang dengan menggunakan sepeda motor, GoCar melayani pengantaran penumpang dengan mobil. Selain pengantaran penumpang, Gojek juga memberikan pelayanan seperti GO-Send melayani pengiriman barang, GO-Food melayani pemesanan makanan,

GO-Mart melayani pemesanan di outlet seperti Indomaret, AlfaMart dan sejenisnya, GO-Box melayani pengiriman barang dengan skala yang besar, Go Clean melayani pembersihan rumah atau kantor, serta GO-Massage melayani pijatan. Pada saat ini, Gojek sudah beroperasi di seluruh kota di Indonesia, dengan pengendara ojek yg berjumlah melebihi 250000 orang, untuk kota Palembang sudah lebih dari 20 000 orang (go ride dan go car).

Dari jumlah tersebut iantaranya ada driver perempuan. Setiap pengendara gojek akan mendapatkan masing-masing dua buah jaket, helm, dan perlengkapan masker serta helm untuk penumpang. Pada hari kamis, para pengendara gojek dibagi kelompok dan dijadwalkan untuk mengikuti pelatihan tertib lalu lintas yang diberikan oleh Polda

Pelanggan dapat menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran, kemudian tampil tarif yang perlu dibayar untuk layanan ini. Tarif yang ditetapkan juga tidak terlalu berbeda dengan tarif ojek pada umumnya. Dengan ditampilkannya tarif langsung saat memesan, maka pelanggan akan lebih mudah dan tahu berapa biaya yang harus disiapkan. Berbeda dengan tukang ojek pangkalan, dimana tukang ojek pangkalan sering memasang tarif yang terlalu tinggi dan harus ditawar beberapa lama baru

dapat turun, yang jelas memakan waktu dan biaya.

Gojek telah dipercaya beragam pelanggan dalam membantu aktifitas. Sebagai perusahaan yang sedang berkembang pesat, Gojek sedang meningkatkan pelayanan dengan cara memberikan promosi harga yang terjangkau. Setiap waktu yang telah ditentukan oleh pihak Gojek termasuk jam ramai atau tidak akan memiliki perbedaan harga dan adanya fitur baru Gojek Credit yang mudah diakses oleh pelanggan melalui aplikasi yang Gojek yang ada di smartphone.

Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan hasil kinerja akan sangat mempengaruhi image perusahaan, sehingga hal ini menjadi perhatian penting bagi perusahaan yang sedang berkembang pesat seperti Gojek. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, Penulis memilih judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online GOJEK Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa Program Sudi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang

B. RUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pelanggan pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif karena teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis statistik dengan menggunakan regresi linier sederhana.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan tahun 2015 dan 2016 sebanyak 620 orang, yang akan digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah salah satu teknik pada *nonprobability sampling* yaitu *insidental sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi ke lapangan dan menyebarkan instrument penelitian berupa kuesioner ke responden, Tipe skala yang digunakan untuk mengukur kedua variabel pada penelitian ini adalah skala interval. Data-data yang diperoleh dari pengukuran dari instrumen sikap dengan skala likert misalnya adalah berbentuk data interval. Penggunaan skala interval dalam penelitian ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui seberapa kuat responden setuju atau tidak setuju dengan

pernyataan yang ada dalam kuesioner melalui skala likert atau skala 5 titik.

Teknik pengolahan data melalui tahapan berikut:

Editing adalah proses yang dilakukan setelah semua data terkumpul untuk melihat apakah jawaban-jawab kuesioner telah terisi atau belum.

Coding adalah proses pemberian kode tertentu terhadap aneka ragam kuesioner yang sama. Pada penelitian ini peneliti membuat kode dalam kuesioner.

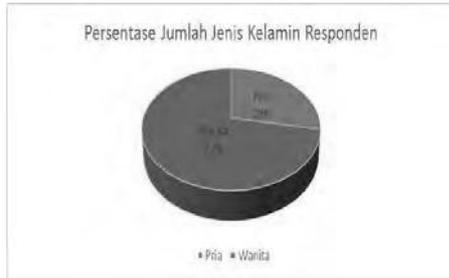
Tabulasi adalah proses pengelompokkan data atas semua jawaban-jawaban dengan teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai terwujud dalam bentuk tabel yang berguna dan berdasar tabel untuk mendapatkan hubungan-hubungan anatara variabel-variabel yang ada.

Scoring adalah proses yang berupa pemberian Skor pada jawaban kuesioner, dalam penelitian ini menggunakan skala 5 tingkat (Likert). Untuk uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan realibilitas. Untuk uji hipotesis asosiatif/hubungan yang datanya berbentuk interval menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana, analisis korelasi sederhana, uji determinas dan uji parsial (uji t)

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka hasil rekapitulasi data dapat dipaparkan seperti berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Butir Instrumen	r hitung	r tabel	Ket
1	0,556	0,286	VALID
2	0,656	0,286	VALID
3	0,642	0,286	VALID
4	0,498	0,286	VALID
5	0,516	0,286	VALID
6	0,659	0,286	VALID
7	0,590	0,286	VALID
8	0,607	0,286	VALID
9	0,569	0,286	VALID
10	0,705	0,286	VALID
11	0,601	0,286	VALID
12	0,530	0,286	VALID
13	0,574	0,286	VALID
14	0,638	0,286	VALID
15	0,645	0,286	VALID
16	0,651	0,286	VALID

17	0,715	0,286	VALID
18	0,546	0,286	VALID
19	0,575	0,286	VALID
20	0,495	0,286	VALID
21	0,551	0,286	VALID
22	0,569	0,286	VALID
23	0,584	0,286	VALID

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

24	0,358	0,286	VALID
25	0,232	0,286	TIDAK VALID
26	0,532	0,286	VALID
27	0,593	0,286	VALID
28	0,695	0,286	VALID
29	0,655	0,286	VALID
30	0,686	0,286	VALID
31	0,755	0,286	VALID
32	0,680	0,286	VALID
33	0,683	0,286	VALID
34	0,640	0,286	VALID
35	0,598	0,286	VALID
36	0,580	0,286	VALID
37	0,591	0,286	VALID
38	0,502	0,286	VALID
39	0,490	0,286	VALID
40	0,678	0,286	VALID
41	0,683	0,286	VALID
42	0,640	0,286	VALID
43	0,655	0,286	VALID
44	0,695	0,286	VALID
45	0,655	0,286	VALID
46	0,686	0,286	VALID

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka hasil uji realibilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

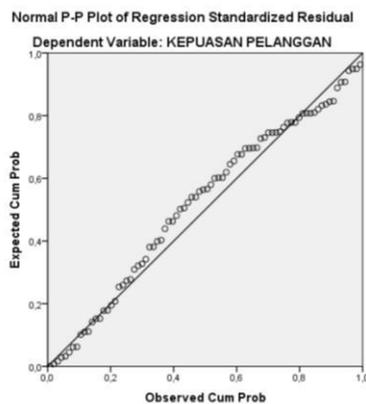
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha Cronbach's	Alpha Cronbach's	Ket
1	Kualitas Pelayanan	0,915	0,70	R
2	Kepuasan Pelanggan	0,921	0,70	R

Dari hasil rekapitulasi data dapat diketahui faktor -faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa dan

kepuasan pelanggan adalah semua indikator dari masing-masing variabel, hal ini disebabkan semua indikator memperlihatkan nilai persentase jawaban responden dalam kuesioner dengan mayoritas tanggapan sangat setuju dan setuju. Berdasarkan tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan jasa di PT Gojek Indonesia maka faktor yang paling besar pengaruhnya adalah kehandalan dan jaminan.

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji persyaratan data yaitu uji normalitas dan uji linieritas.



Grafik P-P Plot, dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya. Dengan demikian, model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4. ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combine d)	3421,065	28	122,181	2,743	,001
KEPUASAN	2377,313	1	2377,313	53,367	,000
PELANGGAN * KUALITAS PELAYANAN	1043,752	27	38,657	,868	,649
Within Groups	2360,983	53	44,547		
Total	5782,049	81			

Signifikansi (*linearity*) yaitu sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi penelitian yaitu 10% (0,10). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa antara variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki hubungan yang linear.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	31,786	9,185		3,461	,001
1 KUALITAS PELAYANAN	,672	,090	,641	7,474	,000

Adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 31,786 + 0,672X$$

Nilai 31,786 merupakan konstanta, artinya jika kualitas pelayanan (X) nilainya adalah 0, maka kepuasan pelanggan (Y) nilainya adalah sebesar 31,786. Sedangkan nilai koefisien arah regresi adalah positif yaitu sebesar 0,672, artinya jika ada penambahan satu nilai

atau angka pada kualitas pelayanan (X) maka akan ada kenaikan pada variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,672.

Tabel 6. Hasil Uji Korelasi Sederhana

		KUALITAS PELAYANA	KEPUASAN PELANGGA
		N	N
KUALITAS PELAYANA	Pearson Correlation	1	,641
	Sig. (2-tailed)		,000
KEPUASAN PELANGGA	N	82	82
	Pearson Correlation	,641	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	82	82

Koefisien korelasi (R) antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,641. Berdasarkan pedoman interpretasi korelasi yang telah dikemukakan oleh Sugiyono di atas, dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y).

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,641 ^a	,411	,404	6,524

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,641 dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,411 atau 41,1%. Angka ini diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi (0,641

x 0,641) dan selanjutnya dikalikan dengan 100%. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) menyumbangkan pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 41,1%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 58,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Sehingga dari perhitungan dari data di atas menunjukkan bahwa antara kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki hubungan yang positif dan signifikan.

Tabel 8. Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	31,786	9,185		3,461	,001
1 KUALITAS PELAYANAN	,672	,090	,641	7,474	,000

Diperoleh nilai *t* hitung sebesar 7,474. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan *t* tabel yaitu 1,294. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dan H_a diterima.

E. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Hasil analisis regresi linear sederhana didapat persamaan perhitungan sebagai berikut : $Y = 31,786 + 0,672X$, dimana Y merupakan kepuasan pelanggan dan X merupakan kepuasan pelanggan, yang artinya apabila pengaruh Kualitas Pelayanan (X) sama dengan nol (tidak ada perubahan), maka Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 31,786. Nilai $0,672X$ merupakan koefisien regresi yang menunjukkan bahwa setiap pertambahan satu nilai angka pada kualitas pelayanan, maka akan ada kenaikan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,672.
- b. Hasil analisis korelasi sederhana (R) sebesar 0,641. Hal ini menunjukkan bawa hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan masuk pada tingkatan kuat (0,60 – 0,799). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan positif karena nilai R positif, semakin baik pengaruh kualitas pelayanan, semakin baik pula kepuasan pelanggan gojek di Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
- c. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,411. Menunjukkan Indeks Determinasi, yaitu persentase yang menyumbangkan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 41,1% ($0,411 \times 100\%$). Sedangkan sebesar 58,9% ($100\% - 41,1\%$) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dari data perhitungan diatas, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan Gojek di Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang, menunjukkan hubungan yang rendah.
- d. Hasil Uji t menunjukkan T_{Hitung} sebesar 7,474 sedangkan T_{Tabel} 1,294. Selain itu hasil perhitungan pada tabel signifikan menunjukkan hasil sebesar 0,000, ketentuan probabilitas signifikasi sebesar 0,05. Dapat diketahui jawaban hasil perhitungan diatas bahwa $T_{Hitung} > T_{Tabel}$, yaitu $7,474 > 1,292$ yang berarti T_{Hitung} bernilai positif dan $p < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$.
- Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan saran untuk PT Gojek Indonesia yaitu sebagai berikut:

- a. Pihak Gojek harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan memperhatikan kepuasan pelanggan agar para pelanggan menjadi setia menggunakan jasa Gojek.
- b. Para pelanggan gojek hendaknya memberikan masukan yang obyektif kepada pihak Gojek demi kemajuan Gojek.

DAFTAR RUJUKAN

Buku

- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Irawan, Handi. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, M.N. 2008. *Afanajemen Mutu Terpadu (Fotal Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing.
- Zeithaml, Valerie A, Mary Jo Bitner, dan Dwayne D. Gremler. 2006. *Service Marketing-Integrating Customer Focus Across The Firm 4th Edition*. New York: McGraw Hill.

Jurnal

- Bandu, Muh. Yunus. 2012. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat" (<http://repository.unhas.ac.id/> diakses pada tanggal 25 Maret 2016).
- Kurniawan, Adi. 2012. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pos Express di PT. POS Indonesia" (<http://ejurnal.stkipjb.ac.id/> diakses pada tanggal 25 Maret 2016).
- Permana, Arif Bagus. 2012. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Airlines" (<http://eprints.upnjatim.ac.id/> diakses pada tanggal 25 Maret 2016)