

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI ONLINE GO-JEK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MASYARAKAT KABUPATEN PURWAKARTA

Rizky Fajar Ramdhani
Muhammad Ali Akbar

Dosen Teknik Industri, STT Wastukanacana Purwakarta
¹rizky@stt-wastukancana@gmail.com, ²maliakbar@stt-wastukancana.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Gojek Indonesia terhadap kepuasan pelanggan di kalangan masyarakat Kabupaten Purwakarta dengan jumlah responden sebanyak 100 orang masyarakat yang di deskripsikan menurut jenis kelamin, alamat dan umur. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independent (bebas) dengan menggunakan lima indikator penelitian, yaitu Bukti tampilan (Tangibles), Keandalan (Reliability), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), dan Empati (Empathy). Dan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel dependent (terikat) dengan menggunakan lima indikator penelitian, yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, dan Biaya. Persamaan regresi pada penelitian ini adalah $Y = 15,975 + 0,368X$. Berdasarkan hasil analisis korelasi sederhana didapatkan korelasi yakni 0,406 yang berarti terjadi hubungan yang sedang dengan hubungan yang positif karena nilai R positif. Sedangkan berdasarkan hasil indeks determinasi, persentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 16,5% yang berarti menunjukkan hubungan yang sangat kuat.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Hubungan, Indikator dan Kuantitatif

1. Pendahuluan

Transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan pada zaman sekarang, karena dengan adanya transportasi dapat mengefektifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Transportasi terbagi menjadi tiga bagian, yaitu : jalur darat, jalur laut, dan jalur 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 bisa berinteraksi dimanapun dan kapanpun. Dengan adanya internet, cara perusahaan melakukan transaksi berubah, dari cara lama yang prosesnya mengorbankan waktu dan biaya yang besar menjadi proses yang lebih cepat dan lebih mudah.

Era perkembangan internet di tengahnya pertumbuhan penduduk yang begitu pesat, internet sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktifitas 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 disetiap 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 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 dipanggil

jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek. Pemesanan melalui aplikasi Gojek sesuai kebutuhan. Gojek siap untuk melayani pelanggan yang berada dimana saja.

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 smartpone.

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 Masyarakat Kabupaten Purwakarta

2. Perumusan Masalah

Adapun permasalahan yang diangkat peneliti dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Global Knowledge Indonesia.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian survei yang merupakan salah satu bagian dari pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis statistik dengan menggunakan regresi linier sederhana.

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 350 responden. Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah salah satu teknik pada *nonprobability sampling* yaitu *insidental sampling*. Dalam menentukan ukuran sampel penelitian ini ditentukan dengan Teknik Slovin dan didapatkan hasil sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan kuisisioner google form ke lapangan dan media dan menyebarkan instrument penelitian berupa kuisisioner ke responden,

Tipe skala yang digunakan untuk mengukur kedua variabel pada penelitian ini adalah skala interval. Data-data yang diperoleh dari pengukuran dengan instrument 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 kuisisioner 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 kuisisioner telah terisi atau belum.

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

Tabulasi adalah proses pengelompokan 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 antara variabel-variabel yang ada.

Scoring adalah proses yang berupa pemberian Skor pada jawaban kuisisioner, 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 determinasi dan uji parsial (uji t).

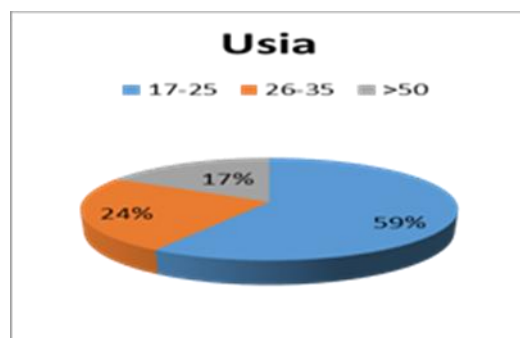
4. Hasil Dan Pembahasan

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

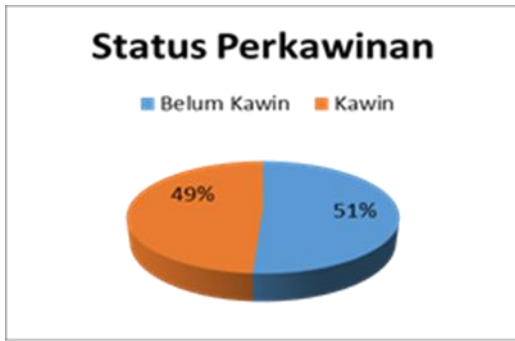
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



c. Karakteristik Responden Berdasarkan Status



d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan



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

Table 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Butir Instrumen	r hitung	r tabel	ket
1	0,631	0,195	VALID
2	0,252	0,195	VALID
3	0,689	0,195	VALID
4	0,468	0,195	VALID
5	0,356	0,195	VALID
6	0,304	0,195	VALID
7	0,689	0,195	VALID
8	0,631	0,195	VALID

Table 2. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Butir Instrumen	r hitung	r tabel	ket
1	0,475	0,195	VALID
2	0,408	0,195	VALID
3	0,72	0,195	VALID
4	0,4	0,195	VALID
5	0,39	0,195	VALID
6	0,26	0,195	VALID
7	0,475	0,195	VALID
8	0,72	0,195	VALID

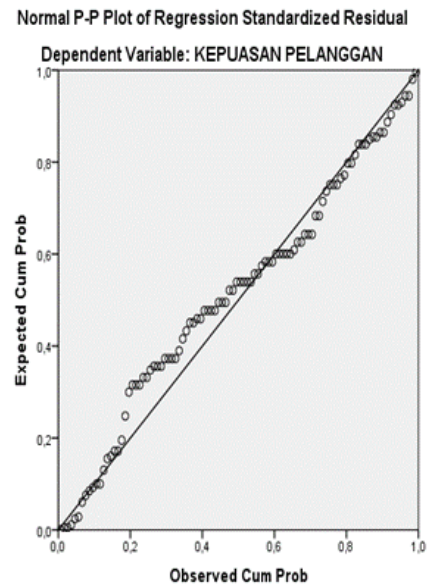
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka hasil uji realibilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas

No	Variable	Nilai Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha	Ket
1	Kualitas Pelayanan	0,537	0,500	R
2	Kepuasan Pelanggan	0,548	0,500	R

Dari hasil rekapitulasi data dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan adalah semua indikator dari masing-masing variabel dikarenakan 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 lineritas.



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.
KUALITAS PELAYANAN * KEPUASAN PELANGGAN	Between Groups	(Combined)	142,096	1	11,841	2,007	,033
		Linearity	107,835	1	107,835	18,280	,000
	Deviation from Linearity		34,261	1	3,115	,528	,879
	Within Groups		513,214	87	5,899		
	Total		655,310	99			

Signifikansi (linearity) yaitu sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 5% (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa antara variabel kualitas pelayan (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki hubungan yang linear.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,975	2,718		5,878	,000
	KUALITAS PELAYANAN	0,368	0,084	0,406	4,393	,000

Adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut : $Y = 15,975 + 0,368X$ Nilai 15,975 merupakan konstanta, artinya jika pelayanan kualitas pelayanan (X) nilainya adalah 0, maka kepuasan pelanggan (Y) nilainya adalah sebesar 15,975. Sedangkan nilai koefisien arah regresi adalah positif yaitu sebesar 0,368, artinya jika ada penambahan satu nilai atau angka pada kualitas pelayanan (X) maka akan ada kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,368.

Tabel 6. Hasil Uji Korelasi Sederhana

		KUALITAS PELAYANAN	KEPUASAN PELANGGAN
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	1	,406**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
KEPUASAN PELANGGAN	Pearson Correlation	,406**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

efisien korelasi (R) antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,406. Berdasarkan domain interpretasi korelasi yang telah dikemukakan oleh Sugiyono diatas, dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y).

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,406 ^a	,165	,156	2,364

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,406 dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,165 atau 16,5%. Angka ini diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi (0,406 x 0,406) dan selanjutnya dikalikan dengan 100%. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) menyumbangkan pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 16,5%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 83,5% 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		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,975	2,718		5,878	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,368	,084	,406	4,393	,000

Diperoleh nilai t hitung sebesar 4,393. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu 1,664. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dan H_0 diterima.

5. Kesimpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Hasil analisis regresi linear sederhana didapat persamaan perhitungan sebagai berikut : $Y = 15,975 + 0,368X$, dimana Y merupakan kepuasan pelanggan dan X merupakan kualitas pelayanan, yang artinya apabila pengaruh Kualitas Pelayanan (X) sama dengan nol (tidak ada perubahan), maka Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 15,975. Nilai 0,368 X merupakan koefisien regresi yang menunjukkan bahwa setiap penambahan satu nilai angka

pada kualitas pelayanan, maka akan ada kenaikan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,672.

b. Hasil analisis korelasi sederhana (R) sebesar 0,406. Hal ini menunjukkan bahwa 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 masyarakat Kabupaten Purwakarta.

c. Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,165. Menunjukkan Indeks Determinasi, yaitu persentase yang menyumbang pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 16,5% (0,165x100%). 83,5% (100%-16,5%) dipengaruhi oleh faktor lain seperti: fitur produk dan jasa, Emosi Pelanggan, Atribusi jasa, Persepsi terhadap kewajaran dan keadilan, dan Pelanggan lain. Dari data perhitungan diatas, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Gojek di masyarakat kabupaten Purwakarta menunjukkan hubungan yang rendah.

d. Hasil Uji T menunjukkan T_{hitung} sebesar 4,393 sedangkan T_{tabel} 1,664. Selain itu hasil perhitungan pada tabel signifikan menunjukkan hasil sebesar 0,000, ketentuan probabilitas signifikansi sebesar 0,05. Dapat diketahui jawaban hasil perhitungan diatas bahwa T_{hitung} > T_{tabel}, yaitu 4,393 > 1,664 yang berarti T_{hitung} bernilai positif dan $\rho < 0,05$ 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.

6. Daftar Pustaka

- 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.

Rifaldi. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta"

(<http://jurnal.pnj.ac.id/index.php/epigram/article/view/819> di akses pada bulan juni tahun 2019).

Ms Word Template. From International Journal of Science and Research (In Access in June year 2019)

Putri Zakiah 2017. Questionnaire rersearch "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pengguna Jasa Online Gojek Dikota Medan"