



## **Pengaruh Layanan Berbasis Protokol Kesehatan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Transportasi Grabcar Oleh Mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar**

**Widya Prisilia Yosafat\*, Daniel Lallo Pakiding, Westerini Lusdani**

*Universitas Atma Jaya Makassar, Universitas Kristen Indonesia Toraja*

*\*Corresponding author email address: widyaprisilia999@gmail.com*

---

<b>ARTICLE INFO</b>	<b>ABSTRACT</b>
<b>Keywords:</b> <b>Health</b> <b>Protocol-Based</b> <b>Services,</b> <b>Consumer</b> <b>Satisfaction</b>	<i>The purpose of this study is to analyze and examine the effect of health protocol-based services Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy for consumer satisfaction GrabCar transportation service during the covid-19 pandemic. This research uses associative method. Collecting data using a questionnaire distributed to the sample. The sample in this study amounted to 100 respondents who were students at the Atma Jaya Makassar University in the category of having used GrabCar based on health protocols or GrabCar Protect at least once. Data collection techniques using non-probability methods, the purposive sampling technique. The results of this study F test, show that the health protocol-based service variables consisting of Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy have a simultaneous effect on consumer satisfaction using GrabCar transportation services by Atma Jaya University Makassar students.</i>
<b>Kata Kunci:</b> <b>Layanan</b> <b>Berbasis</b> <b>Protokol</b> <b>Kesehatan,</b> <b>Kepuasan</b> <b>Konsumen</b>	<p>Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis dan menguji pengaruh layanan berbasis protokol kesehatan Bukti Fisik (Tangible), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), dan Empati (Empathy) terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar pada saat pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada sampel. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan mahasiswa universitas atma jaya makassar dengan kategori telah menggunakan GrabCar berbasis protokol kesehatan atau GrabCar Protect minimal satu kali. Teknik pengumpulan data menggunakan metode non probability, yaitu teknik purposive sampling. Hasil dari penelitian ini Uji F menunjukkan bahwa variabel layanan berbasis protokol kesehatan yang terdiri dari Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar oleh mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar.</p>

---

## Pendahuluan

Saat ini perkembangan teknologi membawa banyak perusahaan yang terinovasi untuk membuat model bisnis di bidang transportasi. Salah satu perkembangan saat ini yaitu transportasi online. Kebersihan dan kemudahan dalam pemesanan merupakan dua faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam menggunakan transportasi online sehingga dapat berpengaruh terhadap permintaan masyarakat yang memerlukan transportasi untuk aktivitas sehari-hari. Meningkatnya pengguna jasa transportasi online, maka diperlukan upaya untuk meningkatkan layanan. Dengan layanan yang baik maka konsumen tertarik untuk menggunakan jasa atau produk tersebut.

Covid-19 saat ini sedang melanda Indonesia. Covid-19 itu sendiri merupakan virus yang dapat menyerang pernapasan, virus menular yang ditimbulkan oleh virus SARSCoV-2 yang memberikan gejala demam, batuk, pilek, dan nyeri tenggorokan. Dikarenakan adanya pandemi covid-19, sehingga diterapkan protokol kesehatan oleh pemerintah yakni menggunakan masker, mencuci tangan, maupun menjaga jarak dengan yang lainnya. Mengacu pada UU No 9 tahun 2010, mengenai protokol kesehatan yang diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan peraturan yang perlu diikuti oleh semua orang, agar dapat beraktivitas dengan aman pada saat pandemi covid-19.

Layanan transportasi online saat ini sudah kembali mengaktifkan fitur angkutannya, baik motor maupun mobil, tetapi perlu diterapkan protokol kesehatan yang menjadi aturan baru bagi perusahaan. Dalam menjalankan kehidupan saat ini, pemerintah Indonesia melalui kementerian kesehatan mengeluarkan protokol kesehatan bagi transportasi guna mencegah dan pengendalian covid-19 untuk diterapkan. Berdasarkan Surat Edaran Menteri Perhubungan No. 11 tahun 2020, mengenai Standar Operasional Prosedur Kendaraan mobil penumpang yang menerapkan protokol kesehatan, sebagai berikut: a. Dilakukan penyemprotan disinfektan di bagian dalam dan luar mobil, b. Tidak berpergian apabila dalam keadaan yang kurang sehat, c. Mencuci tangan menggunakan hand sanitizer/sabun, d. Membatasi jumlah penumpang dari kapasitas tempat duduk dan melakukan penerapan jaga jarak fisik.

Saat pandemi covid-19 Grab telah memperkenalkan fitur layanan yang berbasis protokol kesehatan untuk meminimalisasi risiko terjadinya penyebaran virus covid-19. Salah satunya transportasi roda empat yang disebut GrabCar Protect. Layanan GrabCar Protect adalah transportasi roda empat khusus untuk mendukung penerapan protokol kesehatan dengan menyediakan layanan ekstra fasilitas pelindung dan siaga kebersihan bagi penumpang, seperti adanya maksimal kapasitas penumpang (3 orang) untuk jaga jarak aman, dilengkapi oleh partisi plastik sebagai penutup yang membatasi antara penumpang dan mitra pengemudi, dan menyediakan hand sanitizer disetiap kendaraan untuk konsumen. GrabCar Protect ini sebagai upaya melindungi mitra pengemudi dan konsumen dalam penggunaan layanan GrabCar. Dalam layanan GrabCar Protect, mitra pengemudi diwajibkan untuk menggunakan masker, sarung tangan, dan melakukan penyemprotan disinfektan terhadap kendaraannya secara berskala (Grab.com).

Fenomena yang dialami oleh mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar pada layanan GrabCar berbasis protokol kesehatan atau bisa disebut GrabCar Protect, pada kenyataannya tidak seluruhnya layanan berbasis protokol kesehatan atau GrabCar Protect dinilai memuaskan. Pada dimensi yang pertama yaitu bukti fisik, meskipun kendaraan yang disediakan oleh GrabCar Protect bersih, kelengkapan fasilitas protokol kesehatan atau yang ditawarkan GrabCar Protect lengkap, seperti partisi plastik dan hand sanitizer, serta kerapian driver yang selalu menggunakan maske tetapi beberapa pengguna mengatakan bahwa beberapa kendaraan GrabCar Protect masih kurang bersih, fasilitas protokol kesehatan yang disediakan di dalam kendaraan masih kurang lengkap seperti hand sanitizer, dan beberapa driver yang tidak menggunakan masker sehingga pengguna GrabCar Protect merasa tidak puas. Dimensi yang kedua yaitu keandalan, di mana GrabCar Protect memberikan layanan terpercaya pada masa pandemi covid-19 dengan menerapkan layanan berbasis protokol kesehatan, serta ketepatan waktu dalam menjemput konsumen sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen dalam menggunakan Grab pada saat pandemi covid-19. Dimensi yang ketiga yaitu daya tanggap, dimana driver memberikan penjelasan yang benar mengenai layanan yang berbasis protokol kesehatan atau GrabCar Protect yang tersedia kepada pengguna sehingga konsumen akan tetap merasa nyaman menggunakan Grab di masa pandemi. Dimensi yang keempat yaitu jaminan, konsumen merasa aman dalam menggunakan GrabCar Protect untuk berpergian di masa pandemi, sehingga konsumen merasa puas terhadap layanan GrabCar Protect. Dimensi kelima yaitu empati, dimana driver GrabCar Protect dapat berkomunikasi dengan baik untuk menyampaikan fasilitas keamanan dan kesehatan yang tersedia di dalam mobil seperti partisi plastik dan hand sanitizer yang dapat digunakan saat perjalanan.

Hasil penelitian yang dilakukan Utami (2015) mengemukakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Layanan dapat diukur dengan lima dimensi menurut Kotler (2012), yaitu sebagai berikut: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empaty*) yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas oleh peneliti, maka ditarik judul penelitian untuk menguji pengaruh yang terjadi antar variabel yaitu, "Pengaruh Layanan Berbasis Protokol Kesehatan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi GrabCar oleh Mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar"

## **Kajian Pustaka**

### **Pengertian Layanan**

Layanan yang baik berhubungan dengan kepuasan konsumen sehingga dapat memberikan hubungan yang kuat dan erat antara perusahaan dengan konsumen. Salah satu variabel yang dapat menentukan tercapainya sebuah kepuasan konsumen ialah layanan. Tjiptono (2011), mengatakan bahwa layanan dimulai dengan kebutuhan konsumen dan diakhiri dengan kepuasan konsumen serta kesan yang baik terhadap layanan. Menurut Wijaya (2011), layanan ialah tingkat seberapa baik suatu layanan dibandingkan dengan yang diharapkan

konsumen. Sedangkan Kotler (2008), mengatakan layanan merupakan penampilan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen sehingga dapat dirasakan oleh panca indra dan tidak memberikan kepemilikan apapun tetapi memberikan kepuasan.

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai layanan, sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan ialah penampilan yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen yang tidak memberikan kepemilikan tetapi memberikan kepuasan kepada konsumen.

### Dimensi Layanan

Layanan terbagi dalam beberapa dimensi yaitu sebagai berikut (Kotler, 2012):

1. Bukti Fisik (*tangibles*)

Bukti fisik adalah penampilan perusahaan yang berupa sarana dan prasarana fisik agar dapat digunakan oleh konsumen seperti fasilitas lengkap yang diberikan oleh pemberi jasa (Perusahaan). Indikator bukti fisik adalah:

- a. Kebersihan dan nyaman
- b. Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan
- c. Kerapian driver

2. Keandalan (*reliability*)

Keandalan ialah kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan sesuai dengan yang telah dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Indikator keandalan adalah:

- a. Ketepatan waktu
- b. Layanan yang terpercaya dan akurat
- c. Harga yang sesuai aplikasi

3. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Daya Tanggap ialah suatu kebijakan yang dapat membantu dan memberikan layanan secara cepat dan tepat kepada konsumen dengan informasi yang jelas. Indikator daya tanggap adalah:

- a. Keinginan untuk membantu konsumen
- b. Tanggap terhadap keluhan konsumen
- c. Memberikan informasi yang tepat

4. Jaminan (*assurance*)

Jaminan ialah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para karyawan perusahaan yang dapat memberikan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Indikator jaminan adalah:

- a. Keramahan dan kesopanan terhadap konsumen
- b. Keamanan yang terjamin
- c. Pengetahuan yang luas

5. Empati (*empaty*)

Empati ialah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan upaya semaksimal mungkin dalam memahami keinginan konsumen. Indikator empati adalah:

- a. Tersedia layanan 24 jam

- b. Mampu berkomunikasi dengan baik
- c. Mampu membantu konsumen

### **Protokol Kesehatan**

Dalam menjalankan kehidupan pada saat pandemi covid-19, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia melakukan upaya kesehatan dengan mengeluarkan protokol kesehatan untuk menangani penyebaran virus covid-19 yang diterapkan di mana saja, seperti di tempat umum dan fasilitas umum. Mengacu pada UU No 9 tahun 2010, mengenai protokol kesehatan yang diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan peraturan yang perlu ditaati oleh semua orang, agar dapat beraktivitas dengan aman pada saat pandemi covid-19.

Saat Pandemi Grab melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan layanan yang mengacu pada Surat Edaran yang dikeluarkan Pemerintah pada saat pandemi covid-19, yakni untuk melayani konsumen agar beraktivitas dengan aman sehingga tetap memberikan layanan yang berkualitas. Dengan menerapkan protokol kesehatan perusahaan Grab berharap memberikan kepuasan bagi konsumen, sehingga dalam perjalanan menggunakan GrabCar Protect selama pandemi covid-19 konsumen akan merasa nyaman dan dapat meminimalisir risiko penularan covid-19.

### **Pengertian Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler (2014), kepuasan konsumen merupakan persepsi dimana konsumen merasa senang setelah merasakan layanan tersebut sudah sesuai dengan harapan. Jika hasil kinerja yang diharapkan tidak sesuai harapan, maka muncul rasa ketidakpuasan. Begitupun sebaliknya jika hasil kinerja yang diharapkan sesuai, maka akan timbul rasa puas. Sedangkan Tjiptono (2012), mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana konsumen yang memanfaatkan jasa menyadari keinginan dan kebutuhannya sesuai dengan yang diharapkan dan dapat dipenuhi secara tepat.

### **Indikator Kepuasan Konsumen**

Indikator yang dapat membentuk kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut (Tjiptono, 2014):

1. Kesesuaian harapan. Hasil jasa yang dirasakan oleh konsumen sudah sesuai harapan, yaitu sebagai berikut:
  - a. Produk dan jasa yang didapatkan sudah sesuai atau melebihi harapan.
  - b. Pelayanan yang diberikan driver yang diterima konsumen sesuai atau melebihi yang diharapkan.
  - c. Fasilitas yang memenuhi atau melebihi dengan yang diharapkan.
2. Bersedia untuk menggunakan kembali. Konsumen berminat untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa, yaitu sebagai berikut:
  - a. Berminat menggunakan kembali karena pelayanan driver memberikan kepuasan.
  - b. Berminat menggunakan kembali karena keuntungan yang didapatkan setelah memakai produk atau menggunakan jasa.

- c. Berminat menggunakan kembali karena fasilitas yang disediakan sudah sesuai.
3. Bersedia memberikan rekomendasi. Artinya konsumen bersedia untuk merekomendasikan jasa yang sudah sesuai dengan harapan kepada teman ataupun keluarga, yaitu sebagai berikut:
  - a. Menyarankan ke teman ataupun keluarga untuk memakai produk atau menggunakan jasa karena pelayanannya memberikan kepuasan.
  - b. Menyarankan ke teman atau keluarga untuk memakai produk atau menggunakan jasa sebab fasilitas yang disediakan memberikan kepuasan.
  - c. Menyarankan ke teman atau keluarga untuk menggunakan produk atau menggunakan jasa karena manfaat yang diperoleh sesudah memakai produk atau menggunakan jasa.

### Kerangka Teoritis

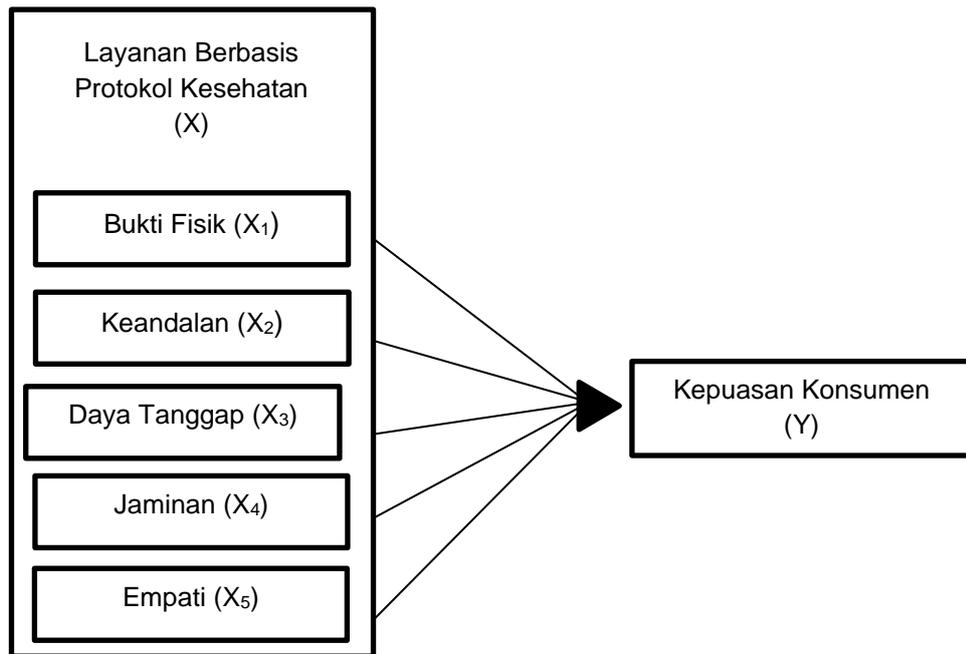
Layanan yang disediakan oleh perusahaan dikatakan berkualitas jika layanan tersebut memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Menurut Kotler (2014), kepuasan konsumen merupakan persepsi dimana konsumen merasa senang setelah merasakan layanan tersebut sudah sesuai dengan harapan.

Tjiptono (2011), mengatakan bahwa layanan dimulai dengan kebutuhan konsumen dan diakhiri dengan kepuasan konsumen serta kesan yang baik terhadap layanan. Adapun dimensi layanan menurut Kotler (2012), sebagai berikut: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empaty*) di mana dimensi tersebut dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan Surat Edaran Pemerintah Nomor H.K.02.01/MENKES-/202/2020 terdapat protokol kesehatan yang perlu dilaksanakan oleh masyarakat selama pandemi covid-19, yaitu:

- a. Penggunaan masker sebagai pelindung wajah selama masa pandemi covid-19.
- b. Mencuci tangan menggunakan air mengalir untuk mencegah penularan virus covid-19.
- c. Menggunakan *hand sanitizer*, sehingga mencegah penyebaran virus covid-19.
- d. *Social distancing*, menjaga jarak satu sama lain sejauh 1 meter sebagai bentuk meminimalisir penyebaran virus covid-19.

Berdasarkan uraian yang sudah dikemukakan di atas, sehingga penelitian ini untuk menganalisis dan menguji layanan sebagai variabel bebas (X) yang meliputi bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5) terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y). Maka digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1.** Kerangka Penelitian

### Pengembangan Hipotesis

Bukti fisik ialah penampilan sarana dan prasarana fisik, seperti Kebersihan, kenyamanan, kelengkapan fasilitas yang ditawarkan, kerapian driver. Penampilan fisik merupakan hal pertama sebelum konsumen menggunakan jasa tersebut.

**H1:** Bukti Fisik berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar

Keandalan ialah kemampuan perusahaan dalam menyediakan layanan sesuai dengan yang telah dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Seperti kemampuan yang memberikan pelayanan yang sesuai membuat konsumen percaya pada layanan yang diberikan perusahaan.

**H2:** Keandalan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar

Daya Tanggap ialah suatu kebijakan yang dapat membantu dan memberikan layanan secara cepat dan tepat kepada konsumen dengan informasi yang jelas., meliputi keinginan yang dapat membantu konsumen, tanggap terhadap keluhan konsumen, memberikan informasi yang tepat. Keinginan driver membantu konsumen dan dapat memberikan layanan yang tepat akan membuat kepuasan konsumen meningkat.

**H3:** Daya Tanggap berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar

Jaminan ialah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para karyawan perusahaan yang dapat memberikan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, seperti keramahan ataupun kesopanan terhadap konsumen, keamanan yang terjamin, dan pengetahuan yang luas. Keramahan maupun keamanan yang diberikan perusahaan akan membuat konsumen untuk menggunakan layanan tersebut.

**H4:** Jaminan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar

Empati ialah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan upaya semaksimal mungkin dalam memahami keinginan konsumen, seperti layanan yang tersedia 24 jam, dapat berkomunikasi dengan baik, dapat membantu konsumen. Dimensi ini membuat perusahaan berusaha memberikan komunikasi yang baik kepada konsumen sehingga dapat mengetahui keluhan yang dialami oleh konsumen, misalnya memakai penilaian yang ada dalam aplikasi agar konsumen dapat memberikan masukan untuk perusahaan dalam upaya peningkatan layanan bagi konsumen.

**H5:** Empati berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar

Adapun dimensi layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen

**H6:** Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa transportasi GrabCar.

## **Metode Penelitian**

### **Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian menurut tingkat eksplanasi dengan metode asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengukur pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016).

### **Populasi**

Sugiyono (2014), mengemukakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang termasuk obyek atau subjek yang memiliki karakteristik khusus yang digunakan untuk menarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini terbatas yaitu para mahasiswa di Universitas Atma Jaya Makassar. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Biro Administrasi dan Kemahasiswaan (BAA) Jumlah keseluruhan mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar yaitu 1.441 mahasiswa.

### **Sampel**

Pengukuran sampel dilakukan untuk memperoleh besarnya sampel dalam melakukan suatu objek dengan menggunakan metode *nonprobability*, dengan teknik *purposive sampling*.

*Purposive sampling* merupakan teknik yang menentukan sampel yang dengan berbagai pertimbangan. Alasan peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dikarenakan sampel memiliki kriteria tertentu yaitu mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar yang telah menggunakan layanan transportasi GrabCar yang berbasis protokol kesehatan atau GrabCar Protect minimal 1 kali Dengan mengingat objek telah ditentukan dari awal, maka untuk memperoleh jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Slovin menurut Umar (2013) sebanyak 100 responden.

### Sumber Data

Data primer ialah data yang diperoleh dari sumber pertama (individu) seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner (Umar, 2013). Peneliti ini menggunakan data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada responden.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu aspek penting dalam penelitian, karena metode pengumpulan data adalah cara yang perlu dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data (Sudaryono, 2019). Peneliti menggunakan metode survei dengan membagikan kuesioner kepada responden agar memperoleh data.

### Definisi Operasional Variabel

**Tabel 1.** Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Definisi Operasional	Indikator
Layanan berbasis protokol kesehatan (X)	1. Bukti Fisik/ <i>Tangibles</i> ( $X_1$ )	penampilan sarana dan prasarana fisik yang diberikan GrabCar Protect	a. Kebersihan dan kenyamanan b. Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan c. Kerapian driver Kotler (2012)
	2. Keandalan/ <i>Reliability</i> ( $X_2$ )	kemampuan driver GrabCar yang menyediakan layanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat saat pandemi covid-19	a. ketepatan waktu b. layanan yang akurat dan terpercaya. c. Harga yang sesuai Kotler (2012)
	3. Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i> ( $X_3$ )	kemampuan driver GrabCar Protect membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat dengan menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen	a. keinginan untuk membantu konsumen. b. tanggap terhadap keluhan konsumen. c. Memberikan informasi yang tepat. Kotler (2012)
	4. Jaminan/ <i>Assurance</i> ( $X_4$ )	kemampuan driver GrabCar agar dapat menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen pada saat pandemi covid-19.	a. Keramahan dan kesopanan terhadap konsumen. b. Keamanan yang terjamin. c. Pengetahuan yang luas. Kotler (2012)

5. Empati/ Empaty ( $X_5$ )	Driver memberikan perhatian kepada konsumen dengan memahami kebutuhan konsumen selama pandemi covid-19.	GrabCar perhatian konsumen upaya kebutuhan selama	a. Tersedia layanan 24 jam. b. Mampu berkomunikasi dengan baik. c. Mampu memahami kebutuhan konsumen. Kotler (2012)
Kepuasan Konsumen(Y)	Penilaian terhadap layanan yang berbasis protokol kesehatan yang diberikan oleh Grab kepada pelanggan pengguna GrabCar Protect.		a. Kesesuaian Harapan. b. Minat Menggunakan Kembali. c. Kesiediaan Merekomendasikan Tjiptono (2012)

### Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk menentukan nilai suatu variabel yang akan diteliti untuk memperoleh data kuantitatif yang diterangkan kedalam angka agar lebih akurat, efisien, dan komunikatif. Ada 5 kategori pengukuran skala *likert* yang dapat digunakan dalam kuesioner .

**Tabel 2.** Skala *Likert*

Pilihan	Skor
Sangat tidak puas	1
Tidak puas	2
Cukup puas	3
Puas	4
Sangat puas	5

Sumber: Sugiyono,2013

### Hasil Dan Pembahasan

#### Karakteristik Responden

Karakteristik responden yaitu menggambarkan profil responden secara deksriptif. Responden berjumlah 100 orang dan peneliti hanya menjadikan mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar yang pernah menggunakan layanan GrabCar Protect minimal 1 kali dalam aplikasi transportasi online Grab. Dan memiliki karakteristik responden yang dibagi menjadi jenis kelamin, fakultas, angkatan dan pernah menggunakan GrabCar Protect.

**Tabel 3.** Karakteristik Responden

Karakteristik	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	38	38%
	Perempuan	62	62%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
Fakultas	Ekonomi dan Bisnis	40	40%
	Hukum	18	18%
	Teknik	17	17%
	Psikologi	12	12%
	Teknik Informasi	13	13%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
	Angkatan	2017	56
2018		16	16%
2019		10	10%
2020		18	18%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>
Pernah Menggunakan Grabcar Protect	Pernah	100	100%
	Belum Pernah	0	0%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah ,2021

### Deskriptif Item Variabel

#### Item Variabel Bukti Fisik/ Tangible (X<sub>1</sub>)

Berikut ini hasil dari pengolahan data berdasarkan jawaban responden, variabel bukti fisik diukur menggunakan tiga item pernyataan. Tabel 4 memperlihatkan bahwa item pernyataan yang mengukur variabel bukti fisik mempunyai rata-rata tanggapan 3,89 (cenderung puas) dan standar deviasi 0,814.

**Tabel 4.** Item Variabel Bukti Fisik/ *Tangible*

Item	Jawaban Responden					Mean	Std. Deviasi
	STP	TP	CP	P	SP		
BF1	3 (3%)	3 (3%)	18 (18%)	57 (57%)	19 (19%)	3,86	0,865
BF2	4 (4%)	4 (4%)	21 (21%)	37 (37%)	34 (34%)	3,93	1,037
BF3	3 (3%)	4 (4%)	22 (22%)	44 (44%)	27 (27%)	3,88	0,956
	Rata-rata					3,89	0,814

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

#### Item Variabel Keandalan/ Reliability (X<sub>2</sub>)

Hasil dari pengolahan data berdasarkan jawaban responden, variabel keandalan diukur menggunakan tiga item pernyataan. Tabel 5 memperlihatkan

bahwa item pernyataan yang mengukur variabel keandalan mempunyai rata-rata tanggapan 3,84 (cenderung puas) dan standar deviasi 0,765.

**Tabel 5.** Item Variabel Keandalan/ *Reliability*

Item	Jawaban Responden					Mean	Std. Deviasi
	STP	TP	CP	P	SP		
K1	3 (3%)	5 (5%)	26 (26%)	44 (44%)	22 (22%)	3,77	0,952
K2	2 (2%)	2 (2%)	20 (20%)	51 (51%)	25 (25%)	3,95	0,845
K3	3 (3%)	4 (4%)	25 (25%)	45 (45%)	23 (23%)	3,81	0,940
	Rata-rata					3,84	0,765

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

#### Item Variabel Daya Tanggap/ *Responsiveness* ( $X_3$ )

Berikut ini hasil dari pengolahan data berdasarkan jawaban responden, variabel daya tanggap diukur menggunakan tiga item pernyataan. Tabel 6 memperlihatkan bahwa item pernyataan yang mengukur variabel daya tanggap mempunyai rata-rata tanggapan 3,69 (cenderung cukup puas) dan standar deviasi 0,780.

**Tabel 6.** Item Variabel Daya Tanggap/ *Responsiveness*

Item	Jawaban Responden					Mean	Std. Deviasi
	STP	TP	CP	P	SP		
DT1	1 (1%)	16 (16%)	27 (27%)	38 (38%)	18 (18%)	3,56	0,998
DT2	1 (1%)	6 (6%)	27 (27%)	45 (45%)	21 (21%)	3,79	0,880
DT3	1 (1%)	9 (9%)	30 (30%)	38 (38%)	22 (22%)	3,71	0,946
	Rata-rata					3,69	0,780

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

#### Item Variabel Jaminan/ *Assurance* ( $X_4$ )

Pengolahan data berdasarkan jawaban responden, variabel jaminan diukur menggunakan tiga item pernyataan. Pada Tabel 7 memperlihatkan bahwa item pernyataan yang mengukur variabel jaminan mempunyai rata-rata 3,88 (cenderung cukup puas) dan standar deviasi 0,783.

**Tabel 7.** Item Variabel Jaminan/ Assurance

Item	Jawaban Responden					Mean	Std. Deviasi
	STP	TP	CP	P	SP		
J1	3 (3%)	5 (5%)	29 (29%)	39 (39%)	24 (24%)	3,76	0,976
J2	2 (2%)	3 (3%)	27 (27%)	42 (42%)	26 (26%)	3,87	0,906
J3	1 (1%)	3 (3%)	22 (22%)	41 (41%)	33 (33%)	4,02	0,876
Rata-rata						3,88	0,783

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

#### Item Variabel Empati/ Empaty ( $X_5$ )

Berikut ini hasil dari pengolahan data berdasarkan jawaban responden, variabel empati diukur menggunakan tiga item pernyataan. Pada Tabel 8 memperlihatkan bahwa item pernyataan yang mengukur variabel empati mempunyai rata-rata tanggapan 3,87 (cenderung cukup puas) dan standar deviasi 0,776.

**Tabel 8.** Item Variabel Empati/ Empaty

Item	Jawaban Responden					Mean	Std. Deviasi
	STP	TP	CP	P	SP		
E1	1 (1%)	6 (6%)	22 (22%)	48 (48%)	23 (23%)	3,86	0,876
E2	4 (4%)	1 (1%)	23 (23%)	37 (37%)	35 (35%)	3,98	0,995
E3	2 (2%)	4 (4%)	28 (28%)	48 (48%)	18 (18%)	3,76	0,866
Rata-rata						3,87	0,776

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

#### Item Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil dari pengolahan data berdasarkan jawaban responden, variabel kepuasan konsumen diukur menggunakan tiga item pernyataan. Tabel 9 memperlihatkan bahwa item pernyataan yang mengukur variabel kepuasan konsumen mempunyai rata-rata tanggapan 3,94 (cenderung cukup puas) dan standar deviasi 0,761.

**Tabel 9.** Item Variabel Kepuasan Konsumen

Item	Jawaban Responden					Mean	Std. Deviasi
	STP	TP	CP	P	SP		
KK1	3 (3%)	2 (2%)	19 (19%)	51 (51%)	25 (25%)	3,93	0,891
KK2	3 (3%)	5 (5%)	15 (15%)	47 (47%)	30 (30%)	3,96	0,963
KK3	3 (3%)	4 (4%)	18 (18%)	46 (46%)	29 (29%)	3,94	0,952
Rata-rata						3,94	0,761

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memastikan dan membuktikan bahwa indikator pada kuesioner yang digunakan bersifat valid atau sah. Jika nilai korelasi tiap item pernyataan lebih besar dari 0,30 maka item tersebut dapat dipastikan valid (Sugiyono, 2013).

**Tabel 10.** Hasil Uji Validitas

Variabel		<i>Pearson Corelation</i>	$r > 0,30$	Keterangan
Bukti Fisik/ $X_1$	BF 1	0,834	0,30	Valid
	BF 2	0,840	0,30	
	BF 3	0,887	0,30	
Keandalan/ $X_2$	K 1	0,866	0,30	Valid
	K 2	0,769	0,30	
	K 3	0,872	0,30	
Daya Tanggap/ $X_3$	DT 1	0,842	0,30	Valid
	DT 2	0,836	0,30	
	DT 3	0,807	0,30	
Jaminan/ $X_4$	J 1	0,875	0,30	Valid
	J 2	0,846	0,30	
	J 3	0,833	0,30	
Empati/ $X_5$	E 1	0,854	0,30	Valid
	E 2	0,874	0,30	
	E 3	0,819	0,30	
Kepuasan Konsumen (Y)	KK 1	0,814	0,30	Valid
	KK 2	0,819	0,30	
	KK 3	0,809	0,30	

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

Pada Tabel 10 memperlihatkan hasil dari uji validitas dengan nilai *pearson corelation* di atas 0,30, maka semua item pernyataan dikatakan valid dari variabel bebas yang terdiri atas Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), dan Empati ( $X_5$ ) maupun variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen.

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi dari alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten apabila pengukuran tersebut diulang. Reliabilitas dapat diuji menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan nilai  $\geq 0,60$ , maka item dapat dikatakan *reliabel* (Ghozali, 2018).

**Tabel 11.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Cronbach's <i>alpha</i>	Cronbach' <i>alpha</i> $\geq$ 0,60	Keterangan
Bukti Fisik/ $X_1$	3	0,811	0,60	Reliabel
Keandalan/ $X_2$	3	0,786	0,60	Reliabel
Daya Tanggap/ $X_3$	3	0,769	0,60	Reliabel
Jaminan/ $X_4$	3	0,810	0,60	Reliabel
Empati/ $X_5$	3	0,805	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	3	0,744	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

Pada Tabel 11 memperlihatkan hasil dari uji reliabilitas dengan *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60, maka semua item pernyataan dikatakan reliabel dari variabel bebas yang terdiri atas Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), Empati ( $X_5$ ) maupun variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen.

### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel bebas dan variabel keduanya berdistribusi normal atau tidak. Maka dilakukan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan melihat nilai signifikansi yang bernilai  $> 0,05$  artinya residual berdistribusi normal (Ghozali, 2018).

**Tabel 12.** Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
0,716	Berdistribusi Normal

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

Pada Tabel 12 memperlihatkan hasil dari uji normalitas dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,716, maka disimpulkan bahwa model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan yang kuat antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah model regresi berganda. Jika nilai *Tolerance*  $> 0,10$  dan nilai *VIF*  $< 10$ , maka dapat disimpulkan data bebas dari multikolinieritas (Ghozali, 2018).

**Tabel 13.** Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Bukti Fisik	0,477	2,096	Tidak ada gejala multikolinieritas
Keandalan	0,304	3,289	Tidak ada gejala multikolinieritas
Daya Tanggap	0,442	2,261	Tidak ada gejala multikolinieritas
Jaminan	0,413	2,420	Tidak ada gejala multikolinieritas
Empati	0,465	2,151	Tidak ada gejala multikolinieritas

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

Pada Tabel 13 memperlihatkan hasil dari uji multikolinieritas dengan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 yakni, pada variabel Bukti Fisik ( $X_1$ ) diperoleh nilai *tolerance* yaitu sebesar 0,477 dengan nilai VIF sebesar 2,096, variabel Keandalan ( $X_2$ ) diperoleh nilai *tolerance* yaitu sebesar 0,304 dengan nilai VIF sebesar 3,289, variabel Daya Tanggap ( $X_3$ ) diperoleh nilai *tolerance* yaitu sebesar 0,442 dengan nilai VIF sebesar 2,261, variabel Jaminan ( $X_4$ ) diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,413 dengan nilai VIF sebesar 2,420, dan variabel Empati ( $X_5$ ) diperoleh nilai *tolerance* yaitu sebesar 0,465 dengan nilai VIF sebesar 2,151, sehingga dapat dikatakan bahwa hasil multikolinieritas untuk semua variabel bebas di atas tidak ada gejala multikolinieritas.

### Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan pola dan mengukur pengaruh antara Layanan Berbasis Protokol Kesehatan (X) yang terdiri dari bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen.

**Tabel 14.** Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficient	Std. Error	Coefficient		
	B		Beta		
(Constant)	0,108	0,698		0,154	0,878
Bukti Fisik ( $X_1$ )	0,190	0,068	0,204	2,801	0,006
Keandalan ( $X_2$ )	0,318	0,091	0,319	3,505	0,001
Daya Tanggap ( $X_3$ )	0,183	0,074	0,188	2,485	0,015
Jaminan ( $X_4$ )	0,158	0,076	0,162	2,077	0,041
Empati ( $X_5$ )	0,170	0,072	0,174	2,359	0,020
Variabel dependen: Kepuasan Konsumen (Y)					
F = 60,560			R-Square= 0,763		
Sig= 0,000			R= 0,874		
n = 100					

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

Pada Tabel 14 memperlihatkan hasil analisis regresi berganda yang akan dijabarkan dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,108 + 0,190X_1 + 0,318X_2 + 0,183X_3 + 0,158X_4 + 0,170X_5$$

Pada hasil persamaan di atas, dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1.  $a$  sebesar 0,108 menunjukkan bahwa apabila variabel bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) bernilai nol atau konstan, maka nilai kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar akan tetap sebesar 0,108 satuan.
2.  $b_1$  sebesar 0,190, apabila variabel bukti fisik meningkat satu-satuan, maka dapat diikuti peningkatan kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar sebesar 0,190 satuan dengan asumsi keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ ) bernilai nol atau konstan.
3.  $b_2$  sebesar 0,318, apabila variabel keandalan meningkat satu-satuan, maka dapat diikuti peningkatan kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi

GrabCar sebesar 0,318 satuan dengan asumsi bukti fisik ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ ) bernilai nol atau konstan.

4.  $b_3$  sebesar 0,183, apabila variabel daya tanggap meningkat satu-satuan, maka dapat diikuti peningkatan kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar sebesar 0,183 satuan dengan asumsi bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ ) bernilai nol atau konstan.
5.  $b_4$  sebesar 0,158, apabila variabel jaminan meningkat satu-satuan, maka dapat diikuti peningkatan kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar sebesar 0,158 satuan dengan asumsi bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), dan empati ( $X_5$ ) bernilai nol atau konstan.
6.  $b_5$  sebesar 0,170, apabila variabel empati meningkat satu-satuan, maka dapat diikuti peningkatan kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar sebesar 0,170 satuan dengan asumsi bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), dan jaminan ( $X_4$ ) bernilai nol atau konstan.

### Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial atau individu variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila nilai signifikansi  $<0,05$ , maka disimpulkan secara individu variabel bebas berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel terikat. Pada Tabel 14 memperlihatkan hasil dari uji parsial yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Bukti Fisik ( $X_1$ ) menunjukkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,006 artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan  $X_1$  berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar.
2. Keandalan ( $X_2$ ) menunjukkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,001 artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan  $X_2$  berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar.
3. Daya Tanggap ( $X_3$ ) menunjukkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,015 artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan  $X_3$  berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar.
4. Jaminan ( $X_4$ ) menunjukkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,041 artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan  $X_4$  berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar.
5. Empati ( $X_5$ ) menunjukkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,020 artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan  $X_5$  berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar.

### Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan atau bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila nilai signifikansi  $<0,05$  disimpulkan bahwa secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018).

Pada Tabel 14 memperlihatkan hasil dari uji simultan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa variabel layanan berbasis protokol kesehatan yang terdiri dari bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan dan positif secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar ( $Y$ ).

### Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan pengaruh nilai suatu variabel bebas (X) terhadap naik atau turunnya (variasi) nilai variabel terikat (Y). Apabila nilai mengarah ke satu dapat disimpulkan bahwa hampir memberikan semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2018).

Pada Tabel 14 memperlihatkan hasil dari koefisien determinasi memiliki nilai *R square* 0,763 atau 76,3%, artinya sebesar 76,3% kemampuan variabel bebas yang terdiri dari bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), empati ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan sisanya akan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijadikan variabel yang tidak diteliti oleh peneliti.

### Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan di atas mengenai “Pengaruh Layanan Berbasis Protokol Kesehatan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi GrabCar oleh Mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari uji validitas dan uji reliabilitas menyatakan semua item pernyataan valid dan reliabel.
2. Berdasarkan hasil dari uji T yang sudah diolah menggunakan spss, menunjukkan variabel layanan berbasis protokol kesehatan yang dipisahkan menjadi bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), empati ( $X_5$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar oleh mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar.
3. Hasil dari uji F yang sudah diolah menggunakan spss, menyatakan bahwa variabel layanan berbasis protokol kesehatan yang dipisahkan menjadi bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), empati ( $X_5$ ) secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar oleh mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar.
4. Koefisien Korelasi yang sudah diolah menggunakan spss, menyatakan nilai R yang diperoleh sebesar 0,874, artinya layanan berbasis protokol kesehatan memperlihatkan adanya hubungan yang sangat kuat dan searah dengan kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi GrabCar oleh mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar.
5. Koefisien Determinasi yang sudah diolah menggunakan spss, menyatakan nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,763 atau 76,3% kemampuan variabel bebas yaitu layanan berbasis protokol kesehatan yang terdiri dari bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), empati ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijadikan variabel oleh peneliti.

## Daftar Pustaka

- Grab.com. (2020). Aman dan Tenang Jalan Lagi Dengan Grab Protect. <https://www.grab.com/id/blog/Grabsiapjalanlagi/> diakses 21 Februari 2021
- Imam, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Indeks.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2011). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali.
- Utami, I. A. I. S., & Jatra, I. M. (2015). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur." *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(7).
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa* (1st ed.). PT Indeks.

