



P-ISSN: xxx-xxx
E-ISSN: xxx-xxx

JM: Jurnal Manageable

Homepage: <https://jurnal.alungcipta.com/index.php/jm>

Vol. XX No. X, XXXXX (XXXX), XX-XX

Doi:



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DRIVER OJEK ONLINE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT GO-JEK INDONESIA DI SAMARINDA

Sattar)1, Moh. Romadloni)2, Riduansah)3, Akhmad Iliasya)4

STIMI Samarinda

sattar170368@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan tingkat disiplin kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan PT Bhakti Karya Distribusi Indonesia. Manfaat penelitian ini bagi perusahaan sebagai bahan masukan dalam mengelola kinerja dengan menggunakan disiplin kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan dan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan langkah selanjutnya dalam sistem kinerja karyawan di masa mendatang. Metode penelitian yang digunakan adalah data-data bersifat kuantitatif asosiatif, berupa karyawan PT. Bhakti Karya Distribusi Indonesia. Sedangkan populasi pada penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Bhakti Karya Distribusi Indonesia yang berjumlah 87 orang. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling jenuh, dikatakan sample jenuh karena semua anggota populasi digunakan sebagai sample. Penelitian ini menggunakan Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik. Analisis untuk melihat pengaruh variabel menggunakan Analisis Regresi Linear, Analisis Korelasi, Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T) dan Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F). Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (Uji T) disiplin kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, dibuktikan dengan hasil perhitungan disiplin kerja memiliki nilai dengan probabilitas signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05 dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara parsial variabel lingkungan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, dibuktikan dengan hasil lingkungan kerja memiliki nilai sebesar 0,002 lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05 dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 12,606 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,11. Sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan probabilitas tingkat signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara disiplin kerja dan lingkungan kerja secara simultan terhadap kinerja karyawan.

Kata kunci: : Disiplin Kerja, Lingkungan Kerja, Kinerja Karyawan

Abstract

This study aims to determine the effect of partially and simultaneously the level of work discipline and work environment on the performance of employees of PT Bhakti Karya Distribution Indonesia. The benefits of this research for the company as input in managing performance by using work discipline and work environment on employee performance and as consideration for determining the next steps in the employee performance system in the future. The research method used is quantitative associative data, in the form of employees of PT. Bhakti Karya Distribution Indonesia. While the population in this study were all employees of PT. Bhakti Karya Distribution Indonesia, totaling 87 people. The sampling technique in this study uses saturated sampling, it is said to be saturated sample because all members of the population are used as samples. This research uses Instrument Test, Classical Assumption Test. Analysis to see the effect of variables using Linear Regression Analysis, Correlation Analysis, Coefficient of Determination Test and Partial Hypothesis Testing (T Test) and Simultaneous Hypothesis Testing (F Test). The results of this study indicate that partially (T-test) work discipline has a positive effect on employee performance, as evidenced by the results of the calculation of work discipline having

a value with a significant probability of 0.002 which is smaller than the predetermined significant level of 0.05, thus H_0 is rejected. and H_a accepted. Partially the work environment variable has a positive effect on employee performance, as evidenced by the results of the work environment having a value of 0.002 which is smaller than the predetermined significant level of 0.05, thus H_0 is rejected and H_a is accepted. The F_{count} value obtained is 12.606 and the F_{table} value is 3.11. So that $F_{count} > F_{table}$ with a significant probability level of 0.002, which is smaller than the predetermined significant level of 0.05. Thus, H_0 is rejected and H_a is accepted so that it can be concluded that there is a significant influence between work discipline and work environment simultaneously on employee performance.

Keywords: *Work Discipline. Work Environment, Employee Performance*

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya jaman yang semakin cepat dan kemajuan dalam pendidikan serta perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih, sarana transportasi dan komunikasi pun semakin mudah sehingga membuat aktivitas manusia semakin cepat dan praktis.

“Di era modern seperti saat ini alat transportasi dan komunikasi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Karena dua hal tersebut sering digunakan untuk mempermudah segala pekerjaan manusia. Kecanggihan alat transportasi di abad 21 tidak dapat terbendung lagi. Hal ini terbukti dengan adanya berbagai bidang seperti dari bidang komunikasi. Pemanfaatan teknologi bukan hanya di bidang komunikasi saja tetapi teknologi dimanfaatkan pada bidang pendidikan, ekonomi, pertanian, keamanan, transportasi dan lain-lain” (Setiyanto, 2016: 105)

Perkembangan jaman yang makin pesat, semakin hari manusia semakin kreatif dan inovatif menciptakan bisnis baru, terutama bisnis yang menyediakan jasa transportasi. Karena manusia pada jaman sekarang membutuhkan transportasi yang cepat, nyaman, aman dan mudah ditemukan. Di daerah perkotaan seperti kota Samarinda yang cukup luas dan penduduknya yang lumayan padat, kemacetan sering terjadi dan masyarakat banyak yang menggunakan kendaraan pribadi sehingga memicu kemacetan tersebut. Dan untuk masyarakat yang menggunakan transportasi umum lebih jenuh ketika menghadapi kemacetan yang terjadi.

Dengan bermunculan berbagai masalah transportasi, semakin banyak pula bisnis sektor jasa transportasi yang berpeluang untuk berbisnis, seperti bisnis dalam skala besar taxi, bus sampai skala kecil becak, motor, angkot ataupun ojek pangkalan. Untuk memenuhi kebutuhan akan jasa transportasi tersebut, perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan

yang baik dan inovatif. Inovasi bukanlah hanya sekedar proses penciptaan sesuatu yang baru, tetapi dia juga merupakan produk actual atau outcome (hasil). Bagi bisnis penghasil jasa, outcome bukan hasil output, akan tetapi modifikasi dari pelayanan yang sudah ada. Sehingga perusahaan jasa transportasi membuat inovasi yang mempermudah masyarakat serta mempersingkat waktu perjalanan (Nasfi. et.al., 2020).

Jasa transportasi yang memiliki pelayanan yang cepat dari segi komunikasi untuk pemesanan, sehingga masyarakat lebih memilih jasa tersebut karena cukup mudah dan cepat. Untuk mendapatkan loyalitas para pelanggan perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat agar mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan yang didapatkan dan dirasakan oleh pelanggan, nilai yang difikirkan pelanggan (Ramadonna. et.al., 2019).

Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjual jasa berarti menjual produknya dalam bentuk kepercayaan.

“Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya” (Sofjan Assauri, 2015: 214).

Loyalitas pelanggan juga dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan adalah perasaan senang ataupun kecewa yang

muncul setelah menggunakan jasa tersebut. Pelanggan akan merasa senang dan kecewa setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Dalam artian lain, seseorang merasa puas apabila hasil yang didapat minimal mampu memenuhi harapannya sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hasil yang didapat tidak mampu memenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku pengguna kembali secara terus-menerus sehingga terbentuklah loyalitas.

GO-JEK adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi. Bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang. Perusahaan ini berdiri pertama kali di kota Jakarta pada tahun 2011. GO-JEK merupakan perusahaan yang berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi. Karena efektifitas tujuan perusahaan ini yang bermitra kepada pengendara ojek yang berpengalaman semakin baik dan meningkatnya peminat pelanggan sehingga GO-JEK dikembangkan di kota-kota besar lainnya seperti khususnya daerah JABODETABEK, Bandung, Medan, Surabaya, Bali dan kota-kota lainnya.

Kehadiran PT GO-JEK Indonesia di kota Samarinda pada tanggal 26 Mei 2016 lalu, sejak kehadiran GO-JEK di kota Samarinda menjadi alat alternative masyarakat untuk berpergian. Kantor pusatnya beralamat di Jl. Wahid Hasim II No. 27. GO-JEK menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan. Berkiprah di kota Samarinda lebih kurang 4 tahun. Konsumen merasa lebih mudah dan cepat memakai GO-JEK dengan harga terjangkau.

Aplikasi GO-JEK juga dapat diunduh pada smartphone yang memiliki sistem operasi IOS ataupun Android. Dengan menggunakan aplikasinya di smartphone pelanggan dapat diantar dan dijemput sesuai tujuan. Untuk saat ini GO-JEK tidak asing lagi ditelinga masyarakat perkotaan khususnya kota Samarinda, sehingga

penyedia jasa ini ingin membuat pelanggannya merasa nyaman dan puas. Jika konsumen puas dan nyaman, maka mereka akan menggunakan jasa ini berulang kali sampai bisa menjadi pelanggan setia sehingga perusahaan GO-JEK menjadi market leader dan perusahaan ini menjadi perusahaan yang maju serta dipercaya oleh pelanggan di Indonesia.

Seorang konsumen bernama Mirza Wahyu karyawan minimarket mengaku sering menggunakan GO-JEK dengan layanan GO-RIDE dan ia merasa puas, dia mengatakan bahwa driver lebih memprioritaskan konsumennya. Ketika hujan turun driver memberikan mantel kepada konsumen terlebih dahulu, kemudian dia singgah ke minimarket membeli mantel untuknya. Konsumen lain yang bernama Arpani mahasiswa IAIN semester VI mengaku pernah menggunakan GOJEK, salah satu fasilitas layanan yang sering ia gunakan adalah GO-FOOD. Awalnya Arpani hanya mencoba aplikasi GO-FOOD, karena lebih praktis, simple, drivernya cepat merespon pesanan konsumen dan cepat juga mengantar makanan. Kemudian Arpani sering memesan makanan dari layanan GO-FOOD. Kemudian konsumen lain bernama Stevan mengaku sering menggunakan GO-JEK dengan layanan GO-RIDE dan dia merasa puas, karena ketepatan waktu dari driver cepat tanggap, merasa nyaman karena terjamin keamanannya, drivernya yang ramah dan harganya yang terjangkau. Dan konsumen lain bernama Dewi Purwanti mahasiswa UWGM semester VI, dia mengatakan puas dengan pelayanan GO-JEK karena layanannya aman dan terpercaya, walaupun dia pernah mengalami masalah karena driver yang telat mengantarkan pesannya. Tetapi hal tersebut tidak mengurangi rasa kepuasannya dengan transportasi modern ini. Kemudian mahasiswa POLTEKES Iis Herlina mahasiswa semester IV yang pernah menjadi konsumen, dari pengalaman beliau pernah sekali driver GO-JEK tidak tepat menuju alamat pelanggan sehingga membuat konsumen menunggu terlalu lama dan

konsumen memutuskan untuk membatalkan pemesanan.

Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan. Salah satu untuk merebut pangsa pasar adalah memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Kenyamanan dan keamanan juga menjadi faktor dalam meraih konsumen. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Konsumen yang merasa puas dan menjadi konsumen setia akan merekomendasikan dari mulut ke mulut.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk membuat penelitian berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. GO-JEK Indonesia di Kota Samarinda".

Dengan melihat hal-hal yang berkaitan tentang latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka penulis ingin mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan driver ojek online terhadap kepuasan pelanggan pada PT. GO-JEK Indonesia di Kota Samarinda?

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan Driver Ojek Onlen Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pada setiap penelitian yang di lakukan pada umumnya disertai suatu harapan akan mempunyai manfaat. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah (1) Sebagai bahan informasi ilmiah bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini; (2) Untuk menambah pengetahuan penulis serta untuk melatih diri bersikap dan berpikir ilmiah untuk bisa di terapkan di masa mendatang.

LANDASAN TEORI

Jasa merupakan aktivitas menawarkan produk yang tak berwujud namun dapat dirasakan hasilnya.

Sebagaimana Kotler (2008) bahwa jasa merupakan tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada

dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan atas sesuatu. Kemudian Nasution (2001), bahwa jasa adalah sebagai kegiatan yang didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat tak memiliki wujud (*intangible*), yang merupakan pemenuhan kebutuhan yang tidak terikat pada penjualan atau jasa lainnya.

Selanjutnya Edvarson. et.al. (2000) bahwa kualitas merupakan bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang menciptakan nilai bagi konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai tersebut. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus mendapat perhatian yang serius dari manajemen organisasi jasa. Untuk menetapkan kualitas pelayanan yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi jasa, terlebih dahulu organisasi tersebut harus mempunyai tujuan yang jelas.

Kemudian Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011: 232) terdapat lima dimensi kualitas jasa yaitu (1) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Artinya perusahaan memberikan pelayanan yang sesuai dengan janjinya kepada konsumen; (2) Responsivitas yaitu kesedian membantu pelanggan dan layanan dengan segera. Artinya kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan; (3) Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan. Artinya karyawan memiliki pengetahuan yang tepat terhadap produk atau jasa, ramah, sopan, dan bisa menanamkan kepercayaan kepada pelanggan; (4) Empati yaitu suatu usaha untuk memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Artinya perusahaan mudah dihubungi, adanya layanan *customer care* dan usaha perusahaan memahami pelanggan; (5) Bukti fisik (*tangible*) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan komunikasi, seperti gedung *office*, atribut yang dikenakan karyawan, peralatan untuk menyalurkan jasa.

Kemudian Kottler dan Keller (2018) kepuasan konsumen merupakan “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (ekspektasi). Konsumen membentuk ekspektasi mereka dari pengalaman sebelumnya, seperti mempertanyakan kepada rekan atau teman yang sudah membeli atau menggunakan produk yang sudah ditawarkan, serta informasi penawaran dari perusahaan tersebut. Apabila perusahaan berekspektasi terlalu tinggi, maka konsumen akan kecewa. Demikian sebaliknya apabila ekspektasi yang ditawarkan oleh perusahaan terlalu rendah, maka konsumen tidak akan tertarik dengan produk yang ditawarkan” (Kottler, 2008: 139)

METODE

Penelitian ini di mulai bulan Agustus 2020 sampai dengan Oktober 2020. Adapun tempat penelitian dilakukan di Kota Samarinda pada pengguna Driver Ojek Online PT GO-JEK Indonesia. Definisi operasional variabel diperlukan untuk menjelaskan variabel yang diidentifikasi sebagai upaya pemahaman dalam penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama yang diteliti yaitu Kualitas pelayanan sebagai Variabel bebas dan Kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

Untuk memperoleh data yang subjektif pada penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data (1) Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut; (2) Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Adapun angket ini akan diberikan kepada responden yang terpilih secara acak di dalam sampel penelitian ini;

(3) Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data-data yang diperoleh dalam bentuk catatan-catatan atau gambar yang dapat memberikan keterangan yang lebih lengkap sehubungan dengan data yang dibutuhkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan driver ojek online terhadap kepuasan pelanggan PT GO-JEK Indonesia. Maka dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebar angket kepada responden dan mengumpulkan kembali. Peneliti menggunakan pengujian analisis data dengan menggunakan program *SPSS versi 26*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan driver ojek online terhadap kepuasan pelanggan PT GO-JEK Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistic *thitung* sebesar 3,153 dengan signifikan (*sig*) sebesar 0.002. Oleh karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$), maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa “diduga ada pengaruh kualitas pelayanan driver ojek online terhadap kepuasan pelanggan”.

Hasil uji determinan R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai determinan R^2 sebesar 0,113 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 11,3% dan sisanya dijelaskan variable lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT GO-JEK Indonesia. Dari rumusan masalah, maka analisis data yang diajukan dalam pembahasan sebelumnya, maka dari itu dapat ditarik kesimpulan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT GO-JEK Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistic *thitung* sebesar 3,153 lebih besar

dari nilai t_{tabel} 1,990 ($3,153 > 1,990$) dan nilai signifikan (Sig.) sebesar 0,002. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran: (1) Agar memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada pelanggannya pihak GO-JEK harus memperhatikan kehandalan yang diberikan, mempertahankan kehandalan dan meningkatkan kualitas layanan dari segi waktu tempuh perjalanan. Karena alasan pelanggan memilih GO-JEK sebagai transportasi adalah waktu yang diberikan lebih cepat dari angkutan umum. Dalam hal ini pihak GO-JEK harus lebih memperhatikan pelayanan dari segi kehandalan yang mampu meningkatkan mutu pelayanan GO-JEK serta dapat menciptakan kepercayaan pelanggan agar pelanggan puas dan loyal. Adanya pengaruh dari kualitas kehandalan ini menunjukkan bahwa pihak GO-JEK dapat dipercaya menjaga keselamatan konsumen, mengantar konsumen dengan tepat waktu dan konsisten dalam melayani pelanggan; (2) GO-JEK harus tetap memberikan pelayanan yang baik pada dimensi-dimensi lainnya. Dari segi kualitas fisik GO-JEK seperti atribut pendukung saat berkendara seperti masker dan jas hujan. Dari segi kualitas daya tanggap pihak GO-JEK memberikan informasi yang jelas pada pelanggan, dan tanggap dengan pemesanan yang dilakukan konsumen. Dari segi kualitas jaminan, pihak GO-JEK tetap memperhatikan etika driver saat melayani konsumen seperti memberikan senyuman juga ramah, dan memberikan rasa aman kepada pelanggan. Dari segi kualitas empati, pihak GO-JEK tetap menerima masukan ataupun keluhan dari konsumen ketika mengalami permasalahan pemesanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., Astuti, E., & Prasetya, A. (2016). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EMPLOYEE ENGAGEMENT GENERASI Y (Studi Pada Karyawan PT Unilever Indonesia Tbk-Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis* *SI Universitas Brawijaya*, 37(2), 183–191.
- Ayu, I. G., Ratna, K., Bagus, I., & Surya, K. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Komitmen Organisasional Dan Organizational Silence Pada Pt. Pln (Persero) Rayon Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 6(1), 289–316.
- Debby Siswono, S. (2016). Pengaruh Employee Engagement terhadap Kinerja Karyawan di Rodex Travel Surabaya. *Agora*, 4(2), 374–380.
- Giantari, I., & Riana, I. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Dan Kinerja Karyawan Klumpu Bali Resort Sanur. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(12), 245565.
- Handoyo, A., & Setiawan, R. (2017). Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Tirta Rejeki Dewata. *Agora*, 5(1), 1–8.
- Huda, N. (2020). PERSEPSI DUKUNGAN ORGANISASI TERHADAP PERILAKU ORGANISASI KEWARGANEGARAAN: TINJAUAN META-ANALISIS. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Jang, J., & Juliana. (2020). Pengaruh Persepsi Dukungan Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Kerja Dan Organizational Citizenship Behavior Generasi Milenial Di Industri Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 4(1), 141–160.
- Kemie, S. S., & Purba, S. D. (2019). EFEK MEDIASI KEPUASAN KERJA PADA PENGARUH KETERIKATAN KERJA DAN MANAJEMEN KARIR TERHADAP KEINGINAN UNTUK TETAP TINGGAL DI DALAM ORGANISASI (Studi Terhadap Para Pengajar di Akademi ATCKR). *Jurnal Ekonomi- Manajemen-Akuntansi*, 15(1).
- Krisnaldy, K., Pasaribu, V. L. D., & Senen, S. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja Dan Iklim Organisasi Terhadap Motivasi Pegawai Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Kerja. *JURNAL SeMaRaK*, 2(2), 164–179. <https://doi.org/10.32493/smk.v2i2.2936>
- Meilina, R. (2017). Pelayanan Publik dalam

- Perspektif MSDM (Tinjauan dari Dimensi OCB, Kepuasan Kerja, dan Komitmen Organisasi). *Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri*.
- Munawir Nasir, Jafar Basalamah, M. Z. M. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Situasional, Budaya Organisasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja. *Jurnal Ekonomi*, 23(3), 319. <https://doi.org/10.24912/je.v23i3.416>
- Pesek Ardiana Putra, I. M., & Riana, I. G. (2017). *Kerja Terhadap Komitmen Organisasional Pada Karyawan Bounty Hotel-Bali*. 6(8), 4422–4451.
- Rahmi, A., & Mulyadi. (2018). Pengaruh Keterlibatan Karyawan, Budaya Organisasi dan Kepemimpinan Transformasional terhadap Komitmen Organisasional Karyawan pada PT. PLN Banda Aceh Amelia. *Jurnal Ilman*, 6(1), 68–76. <http://journals.synthesispublication.org/index.php/Ilman/article/view/7>
- Robinson. (2010). *human resource management*.
- Salma, P., Qurrota, R., & Dwiyanti, R. (2021). *Keterikatan kerja ditinjau dari persepsi dukungan organisasi dan etos kerja islami pada karyawan muslim work engagement in terms of perceived organizational support and islamic work ethic on muslim employees*. 19, 199–211.
- Samuel, S., Setyadi, D., & Tricahyadinata, I. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Komitmen Organisasional Afektif yang Dimediasi oleh Kepercayaan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 16(2), 94–114. <https://doi.org/10.23960/jbm.v16i2.69>
- Shinta Nento. (2021). Kontribusi Locus of Control Dan Kepuasan Kerja. *JIVA: Journal of Behavior and Mental Health*, 2(1), 76–90.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian*.
- Sukiyanto, S., & Maulidah, T. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Budaya Organisasi terhadap Motivasi Guru Amirin, T. M. (2011). *Populasi dan Sampel Penelitian 4. Ukuran Sampel Rumus Slovin*, 2-3.
- Assauri, P. D. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT raja Grafindo Persada.
- Chandra, F. T. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Publisher.
- Muhammad Adam, S. M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Enquist, B, Edvardsson, Sebhatu, S, P. 2007. *Values-based service quality for sustainable business*. *Managing Service Quality: An International Journal*. 17(4):385-403.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Jogjakarta: Cups Publishing.
- Keller, P. K. (2008). *Manajemen Pemasaran (ed 13)*. Jakarta: Erlangga.
- M.N. Nasution. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prayatno, D. (2011). *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*. Yogyakarta: Medikom.
- Priyatno, D. (2005). *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Alalisis data dan Statistik)*. Yogyakarta: Mediacom.
- Sofjan, Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Setiyanto, D. A. (2016). *Sebuah Catatan Sosial Tentang Ilmu, Islam dan Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2015). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
-(2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tangkilisan, H. N. (2005). *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. 2014: Andi.
- Wardini, T. U, (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi*. Medan
- Wikipedia. (2021, Januari 15). Retrieved from GOJEK: <https://id.wikipedia.org/>
- Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*

Perbankan Syariah. Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies, 4(1), 19–38.
<https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3146>

Ramadonna, Y., Nasfi, N., & Aziz, Z. (2019). *The Effect Of Customer Relationship Management And Customer Value On Customer Satisfsaction Of Service And Its Impact on Customer Loyalty In PT. BPR Rangkiang Aur. Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 5(1).<https://doi.org/https://doi.org/10.31869/me.v5i1.1277>