PENGARUH PELAYANAN DRIVER TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI MASA NEW NORMAL

Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

THOURIQ AL JIHAD
B100170138

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH PELAYANAN DRIVER TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI MASA NEW NORMAL

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

THOURIQ AL JIHAD
B100170138

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing

(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E, M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PELAYANAN DRIVER TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI MASA NEW NORMAL

OLEH
THOURIQ AL JIHAD
B100170138

Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Kamis 14 Juni 2021
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Dewan Penguji:

1. **Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E, M.Si** ( )
   (Ketua Dewan Penguji)
2. **Imron Rosyadi, S.E, M.Si** ( )
   (Anggota I Dewan Penguji)
3. **Drs. Sri Padmantyo, MBA.** ( )
   (Anggota II Dewan Penguji)

Dekan,

Dr. H. Sofyan Siddiq, M.M
NIK/NIP. 195 0217 1986 031 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dala m pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 14 Juni 2021

Penulis

THOURIQ AL JIHAD
B100170138

PENGARUH PELAYANAN DRIVER TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI MASA NEW NORMAL

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan gojek di masa new normal. Pemerintah berencana menangguhkan ojek konvensional di masa new normal. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan dimensi *tangible, reability, responsiveness, dan emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara dimensi *assurance* tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *tangible, reability, responsiveness, assurance, emphaty*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

Abstract

This study aims to analyze the dimensions of service quality on Gojek customer satisfaction in the new normal period. The government plans to suspend conventional motorcycle taxis during the new normal period. The technique used in sampling in this study was purposive sampling with a sample of 100 respondents. The research method used is multiple linear regression analysis. The results showed that the dimensions of tangible, reliability, responsiveness, and empathy had a significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, the assurance dimension has no effect on customer satisfaction.

Keyword: tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, service quality, and customer satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Pemerintah berencana menangguhkan pengoperasian ojek online di masa tatanan kehidupan new normal, salah satu perusahaan ojek online gojek mengaku siap untuk mengikuti aturan pemerintah. Nila Marita selaku Chief Corporate Affairs Gojek, siap mendukung keputusan pemerintah terkait pelaksanaan new normal di tengah wabah virus corona ini. Nila mengaku sudah mempersiapkan pelayanan gojek di era new normal, dengan program protokol J3K (jaga kesehatan, kebersihan, dan keamanan).

Kesehatan dan keselamatan mitra driver merupakan prioritas gojek dan gojek juga demi mewujudkan hal tersebut antara lain Penyediaan Posko Aman J3K. Secara bertahap, mitra driver diwajibkan untuk datang ke Posko Aman J3K yang tersebar di berbagai kota. Di posko ini, mitra akan mendapat tiga jenis layanan.

Strategi dan pelayanan yang tepat merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kualitas produk kepada konsumen. Pelayanan sangat berpengaruh terhadap karakteristik produk dan kebijakan pemasaran yang dilaksanakan.

Kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui kualitas pelayanan yang baik. Persepsi pelanggan terhadap tingkat kualitas pelayanan dapat terbentuk dari tingkat pengetahuan, pengalaman serta tingkat kebutuhan pelanggan atas pelayanan yang disediakan oleh perusahaan. Kualitas

Pelayanan yang prima terbangun dari sebuah komunikasi antar pihak yang terlibat dalam pemberian pelayanan, baik secara koordinasi tentang lapangan juga interaksi antar individu, juga dengan pelanggan. Komunikasi yang baik antar pihak yang terlibat dalam sebuah pemberian pelayanan diharapkan akan memberikan kontribusi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan serta diharapkan akan tercapai sebuah kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan.

Elemen- elemen kualitas pelayanan seperti kemampuan memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan (*reliability*); keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap (*responsiveness*); kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya para karyawan (*assurance*); kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, serta perhatian yang tulus kepada pelanggan (*empathy*); dan evaluasi fasilitas fisik (*tangible*s) menurut Parasuraman et al, 1985, yang dikutip Lupiyoadi (2001).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Puspita (2019) menunjukkan seluruh dimensi kualitas pelayanan secara bersama sama kepuasan pelanggan PT. Samudra Bintang Angkasa Tour and Travel.

Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Pelayanan Driver Gojek di Masa New Normal”. Pelayanan merupakan suatu usaha pemberian bantuan atau pertolongan pada orang lain, baik itu berupa materi atau non materi agar orang tersebut dapat mengatasi masalahnya itu sendiri.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu,

pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Analisis regresi berganda dengan menggunakan uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua indikator variabel kualitas pelayanan yang meliputi*: Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (sig<0,05) maka model regresi signifikan secara statistik. Berikut penjelasannya:

Tabel 1. Hasil Uji Ketepatan Model F

Model	*Sum of Squares*	Df	*Mean Square*	F	Sig.
Regression	1257,203	5	251,441	67,571	0,000
Residual	349,787	94	3,721		
Total	1606,990	99			

Sumber: hasil olah data primer 2021

Berdasarkan penjelasan dari tabel 4.16 diperoleh F hitung sebesar 67,571 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai sig lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan "Terdapat pengaruh dimensi kualitas pelayanan secara bersama sama terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi gojek di masa new normal" **diterima.**

Koefisien determinasi adalah alat untuk mengukuer besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Berikut tabel hasil pengukuran koefisien determinasi (R2).

Tabel 2. Hasil Uji R2

Model	R	R Square	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	0,844	0,782	0,771	1,92902

Sumber: Hasil olah data primer 2021

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan besarnya koefisien determinasi (R2) sebesar 0,782. Hal ini sebesar 78,2% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh semua dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reability, responsiveness, assurance, emphaty*. Selebihnya dari penelitian ini adalah 21,8%

yang dapat dijelaskan oleh varianel lainnya dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

3.2 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seluruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reability, responsiveness, assurance, emphaty* secara bersama sama terhadap kepuasan pelanggan pengguna gojek di masa new normal. Pembahasan hasil penelitian disajikan sebagai berikut:

Hasil penelitian ini menunjukkan dimensi tangible variabel kualitas pelayanan memperoleh t hitung sebesar 2,358 dengan nilai signifikansi sebesar 0,020 lebih kecil dari 0,05 (0,020 <0,05). Maka penelitian ini menunjukkan hipotesis pertama yang menyatakan "Terdapat Pengaruh Dimensi *Tangible* Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Masa New Normal" **diterima**.

Hasil penelitian ini didukung penelitian penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puspita (2019) dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Samudra Bintang Angkasa Tour and Travel Banjarmasin". Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *tangible* kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan dimensi *reability* variabel kualitas pelayanan memperoleh t hitung sebesar 3,441 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 (0,001<0,05). Maka penelitian ini menunjukkan hipotesis kedua yang menyatakan "Terdapat Pengaruh Dimensi *Reability* Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Masa New Normal" diterima.

Hasil penelitian ini didukung penelitian penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puspita (2019) dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Samudra Bintang Angkasa Tour and Travel Banjarmasin". Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *reability* kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan dimensi responsiveness variabel kualitas pelayanan memperoleh t hitung sebesar 2,998 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 (0,003<0,05) Maka penelitian ini menunjukkan hipotesis ketiga yang menyatakan "Terdapat Pengaruh Dimensi *Responsiveness* Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Masa New Normal" diterima.

Hasil penelitian ini didukung penelitian penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puspita (2019) dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Samudra Bintang Angkasa Tour and Travel Banjarmasin". Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *Responsiveness* kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan dimensi *assurance* variabel kualitas pelayanan memperoleh t hitung sebesar 1,469 dengan nilai signifikansi sebesar 0,145 lebih besar dari 0,05 (0,145>0,05) Maka penelitian ini tidak menunjukkan hipotesis ke empat yang menyatakan "Terdapat Pengaruh Dimensi *Assurance* Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Masa New Normal" ditolak.

Hasil penelitian ini didukung penelitian penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puspita (2019) dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Samudra Bintang Angkasa Tour and Travel Banjarmasin". Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *assurance* kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan dimensi *emphaty* variabel kualitas pelayanan memperoleh t hitung sebesar 5,131 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (0,000<0,05) Maka penelitian ini menunjukkan hipotesis kelima yang menyatakan "Terdapat Pengaruh Dimensi *Emphaty* Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Masa New Normal" diterima.

Hasil penelitian ini didukung penelitian penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puspita (2019) dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Samudra Bintang Angkasa Tour and Travel Banjarmasin". Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *emphaty* kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 65,571 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05) maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil menunjukkan hipotesis ke enam yang menyatakan "Terdapat Pengaruh Dimensi *Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance,* dan *Emphaty* variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Masa New Normal" diterima. Hasil penelitian ini didukung penelitian penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puspita (2019) dalam penelitian yang

berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Samudra Bintang Angkasa Tour and Travel Banjarmasin”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (*tangible, reability, responsiveness, assurance, emphaty*) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bab sebelumnya, maka kesimpulan yang didapat dari peneliti mengnai dimensi pengaruh kualitas pelayanan driver terhadap kepuasan pelanggan yaitu: 1. Terdapat pengaruh positif dimensi tangible kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan gojek di masa new normal. Hal ini didukung dari nilai t hitung sebesar 2,358, 2. Terdapat pengaruh positif dimensi reability kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan gojek di masa new normal. Hal ini didukung dari nilai t hitung sebesar 3,441, Terdapat pengaruh positif dimensi responsiveness kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan gojek di masa new normal. Hal ini didukung dari nilai t hitung sebesar 2,998. Terdapat pengaruh negative dimensi assurance kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan gojek di masa new normal. Hal ini didukung dari nilai t hitung sebesar 1,469. Terdapat pengaruh positif dimensi emphaty kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan gojek di masa new normal. Hal ini didukung dari nilai t hitung sebesar 5,131. Terdapat pengaruh dimensi tangible, reability, responsiveness, assurance, dan emphaty variabel kualitas pelayanan secara bersama sama terhadap kepuasan pelanggan gojek di masa new normal. Hal ini didukung dengan nilai F hitung sebesar 67,571 dengan nilai signifikansi 0,000<0,05.

4.2 Saran

Bagi Penelitian Selanjutnya, Diharapkan untuk memperluas obyek penelitian dengan melibatkan lebih banyak sampel, sehingga hasil penelitian dapat digunakan untuk pengalian lebih dalam pada dimensi kualitas pelayanan. Diharapkan untuk menambahkan variabel independent yang lain yang berkaitan atau mempengaruhi variabel dependen. Sehingga penelitian mampu memberikan cakupan yang lengkap mengenai variabel yang ada. Bagi Perusahaan, Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa emphaty mempunyai nilai yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan gojek di masa new normal. Sehingga perusahaan dan driver atau mitra

harus mampu mempertahankan bahkan meningkatkan faktor emphaty dalam hal mengedukasi pelanggan, cara berkomunikasi dengan pelanggan dan lain lain. Selain memperhatikan emphaty perusahaan juga harus memperhatikan hal lainnya seperti tangible, reability, responsiveness, dan yang paling penting faktir assurance. Di faktor assurance tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pe rusahaan harus mampu meyakinkan pelanggan agar mereka yakin menggunakan aplikasi gojek di masa new normal.

DAFTAR PUSTAKA

Chonsalasin, Dissakoon, Sajjakaj Jomnonkwao, and Vatanavongs Ratanavaraha. 2020. "Measurement Model of Passengers' Expectations of Airport Service Quality." *International Journal of Transportation Science and Technology* (xxxx):1–11. doi: 10.1016/j.ijtst.2020.11.001.

Colvin, Charlotte, Gretchen De Silva, Celine Garfin, Soumya Alva, Suzanne Cloutier, D. Gaviola, Kola Oyediran, Tito Rodrigo, and Jeanne Chauffour. 2019. "Quality of TB Services Assessment: The Unique Contribution of Patient and Provider Perspectives in Identifying and Addressing Gaps in the Quality of TB Services." *Journal of Clinical Tuberculosis and Other Mycobacterial Diseases* 17. doi: 10.1016/j.jctube.2019.100117.

Hair, J.F., Black, B., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tathram, R. L. 2006. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.

Hamdani, Nizar Alam, and Maulida Agustianus Zaman. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasaan Konsumen Pada Pizza Express Jakarta Nizar." *Jurnal Wacana Ekonomi* 16(02):1–7.

Imam, Ghozali. 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos 22.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler dan Keller, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: PT. Indeks.

Le, Duc Nha, Hong Thi Nguyen, and Phuc Hoang Truong. 2020. "Port Logistics Service Quality and Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Vietnam." *Asian Journal of Shipping and Logistics* 36(2):89–103. doi: 10.1016/j.ajsl.2019.10.003.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktek*. 1st ed. Jakarta: Salemba Empat.

Molina, Consuegra. .. D. 2007. *An Integrated Model of Prices, Satisfaction and Loyality: An Empirical Analysis in Service Sector*.

Purba, Fauzanolo, Haniza Haniza, and Ninny Siregar. 2019. "Analisa Kapuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan PDAM Tirtanadi Cabang Padang

Bulan." *Journal of Industrial and Manufacture Engineering* 2(1):24. doi: 10.31289/jime.v2i1.2427.

Puspita, Dini. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Samudra Bintang Angkasa Tour and Travel Banjarmasin." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 5(1):143–50. doi: 10.35972/jieb.v5i1.265.

Salazar-Cabrera, Ricardo, Álvaro Pachón de la Cruz, and Juan Manuel Madrid Molina. 2020. "Sustainable Transit Vehicle Tracking Service, Using Intelligent Transportation System Services and Emerging Communication Technologies: A Review." *Journal of Traffic and Transportation Engineering (English Edition)* 7(6):729–47. doi: 10.1016/j.jtte.2020.07.003.

Soenaryo, Jason, Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra, and Jl Siwalankerto. 2015. "Analisis Pengaruh Responsiveness , Reliability , Assurance , Emphaty , Dan Tangible Agen Pt Aj Sequislife Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cabang Surabaya - Trusty." 3(1):23–28.

Sricharoenpramong, Sittichai. 2018. "Service Quality Improvement of Ground Staff at Don Mueang International Airport." *Kasetsart Journal of Social Sciences* 39(1):15–21. doi: 10.1016/j.kjss.2017.12.001.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alpabeta.

Suparlan. 2000. *Asas Manajemen*. Jakarta. Salemba Empat

Tiza, Mohd, and Febsri Susanti. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi Kasus Pada Perusahaan JNE Cabang Padang." 1–8. doi: 10.31227/osf.io/hx87m.

Zeithaml, V. A. . M. J. Bitner. 2003. *Service Marketing*. New York: Cornell University: South-Western.