PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE GO-RIDE* DI KOTA PALEMBANG

Skripsi Oleh :

ARGANDIKI PERDANA
01011181419080

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2019

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE GO-RIDE* DI KOTA PALEMBANG

Disusun Oleh :

Nama : Argandiki Perdana

NIM : 01011181419080

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam melanjutkan ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal : 21 Mei 2019

Ketua

H.Dian Eka,S.E.,M.M
NIP. 196101061990031002

Tanggal : 22 Mei 2019

Anggota

Ahmad Maulana,S.E.,M.M
NIP. 197512252015041001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE GO-RIDE* DI KOTA PALEMBANG

Disusun Oleh :

Nama	: Argandiki Perdana
NIM	: 01011381419080
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komperehensif pada tanggal 2019 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Indralaya, 24 Mei 2019

Ketua

H.Dian Eka,S.E.,M.M
NIP. 196101061990031002

Anggota

Ahmad Maulana,S.E.,M.M
NIP. 197512252015041001

Anggota

Welly Nailis, S.E.,M.M
NIP.197407102008011011

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Isni Andriana, SE., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Argandiki Perdana

NIM : 01011381419080

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE GO-RIDE* DI KOTA PALEMBANG

Pembimbing

Ketua : H.Dian Eka,S.E.,M.M

Anggota : Ahmad Maulana,S.E.,M.M

Tanggal Ujian : 24 Mei 2019.

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesajarnaan.

Inderlaya, 24 Mei 2019

Pembuat Pernyataan

Argandiki Perdana

NIM. 01011181419080

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Allah tidak akan Merubah Nasib suatu Kaum jika bukan Kaum itu Sendiri yang Merubahnya

(QS.Ar-Ra'd ayat 11)

Mindset is Doa. Perjuangan adalah Seni.

(Ali Zainal Abidin)

Masa depan adalah Milik Mereka yang Percaya akan Indahnya Impian dan Tindakan

(Argandiki Perdana)

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Allah SWT
- Kedua Orang Tua
- Keluarga Tercinta
- Sahabat-sahabat tersayang
- Teman Seperjuangan
- Bangsa, Agama dan Almamater

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi *Online Go-Ride* di Kota Palembang**".Penulis menyusun skripsi ini untuk memenuhi persyaratan kelulusan dalam meraih gelar sarjana ekonomi Program Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas tentang pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek *online Go-Ride* di kota Palembang pada tahun 2019. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis membutuhkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk evaluasi di masa yang akan datang.

Palembang, 24 Mei 2019

Penulis,

Arganditki Perdana

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini, secara khusus penulis dengan setulus hati mengucapkan terima kasih, dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak atas doa, bimbingan, dukungan, motivasi, dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan Strata Satu (S1) ini, terutama kepada:

1. Allah SWT, atas segala berkat, rahmat, kemudahan, kelancaran dan petunjuk, yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Aswadi A.Gani dan Ibu Rusdiana tercinta yang selama ini menjadi penyemangat, yang senantiasa dengan tulus dan penuh kesabaran memberikan doa, cinta, kasih sayang, nasehat, dukungan moril dan materil, sepanjang perjalanan kehidupan penulis, selalu memberi dan menjadi penyemangat terbesar, semua ini tidak akan tercapai tanpa doa orangtua tercinta.
3. Bapak H.Dian Eka,S.E,.M.M selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan waktu, membimbing, mengoreksi, memberikan saran serta memotivasi kepada penulis selama penelitian dan penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Ahmad Maulana,S.E,.M.M selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan waktu, mengoreksi, dan memberikan saran kepada penulis selama penelitian dan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. H. Ishlahuddin Daud, M.M selaku dosen penguji pada saat seminar proposal yang telah menguji serta memberikan saran dalam perbaikan proposal maupun skripsi.
6. Ibu DR. Hj. Zunaidah, M.Si selaku pembimbing akademik yang telah membimbing penulis dalam mengambil keputusan di masa perkuliahan.
7. Bapak Welly Nailis,S.E.,M.M selaku dosen penguji pada saat ujian komprehensif.
8. Ibu Isni Andriana, SE., M.Fin., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

9. Bapak DR.Kms.M.Husni Thamrin,S.E.,M.M selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
10. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
11. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
12. Bapak/ Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, terima kasih atas ilmu pengetahuan yang telah kalian berikan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
13. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, yang telah membantu selama masa perkuliahan selama ini terutama Kak Helmi dan Mbak Ambarwati
14. Teman teman seperjuangan Putri Mayang Sari,Rahma Yolanda Putri, Mhd Iqbal Limbong, Fitri Maribet Simorangkir, Rutliani Tarigan yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam mencapai gelar sarjana ekonomi yang selama ini telah menjadi teman yang baik yang sudah penulis anggap sebagai keluarga kedua saya.
15. Adik-adiku tersayang Rahmat Dwian, Adi Muzakir, dan Sabrina Nakhwa terima kasih atas perhatian, doa, saran dan dukungan yang tak henti-hentinya dan doakan sukses selalu untuk kakakmu ini.
16. Keluarga besar PT Melia Sehat Sejahtera yang menjadi rumah kedua bagi penulis yang telah menjadi solusi kehidupan penulis untuk hidup lebih baik dan sumber pembiyaan pendidikan penulis. Terima kasih untuk Bapak Ir.Sukur Nababan, Bapak Roy Manik, Bapak Ali Zainal Abidin, Bapak Ahmad Kay, Bapak Muhammad Syarif, dan Bapak Muhammad Bagir
17. Teman Seperjuangan M Nanda Hayatullah, M Reza Niscahya, Pazrin, Papo Caniago, Linda Adelia, Yuniarti, M Iqbal Yushar,dan Rahmadi
18. Semua tim member penulis terutama Ring Argan yaitu Mayang Wulandari, Ria Ningrum, Bella Utari, Elvan Darusman, Fitrianto, Fitrianti, Nur Fitri Yanti, Ardiansyah, Ike Wulandari, Yoko Simanjuntak dan M Hafidzni Muttaqin.

19. Seluruh teman-teman Manajemen 2014 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya khususnya mahasiswa Manajemen Pemasaran yang bersama-sama melalui masa suka dan duka di perkuliahan. Semoga kita selalu bersama dan sukses untuk kedepannya .
20. Semua pihak yang telah membantu, yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu dengan tulus dan ikhlas membantu dan mendoakan penulis.

Penulis ini menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penulisan yang baik di masa yang akan datang. Penulis ini juga berharap agar laporan akhir ini bermanfaat bagi semua pihak membutuhkan. Amiiin.

Penulis.

Argandiki Perdana
NIM. 01011181419080

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE GO-RIDE* DI KOTA PALEMBANG

Oleh :

Argandiki Perdana
argandiki.perdana@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *on-line* . Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif. Tipe penelitian ini merupakan penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat anatara dua variabel atau lebih. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 96 orang pengguna jasa *Go-ride*. Hasil penelitian ini menunjukkan Kualitas layanan dan citra merek memiliki pengaruh terhadap Kepuasan pelanggan *Go-Ride*. Kualitas layanan memiliki pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan pelanggan *Go-Ride.* Bagi pihak Gojek agar dapat selalu meningkatkan kualitas, inovasi agar produk layanan yang dibeikan tetap menjaga dan menjadi pilihan utama para pelanggan ditengah persaingan yang semakin ketat

Kata kunci ***:*** Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

Palembang, 24 Mei 2019

Ketua	Anggota,
H.Dian Eka,S.E.,M.M	**Ahmad Maulana,S.E.,M.M**
NIP. 196101061990031002	**NIP. 197512252015041001**

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen,

Isni Andriana, SE., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

ABSTRACK

THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE AND BRAND IMAGE ON THE SATISFACTION OF GO-RIDE ONLINE TRANSPORTATION CUSTOMERS IN PALEMBANG CITY

Oleh :

Argandiki Perdana
argandiki.perdana@gmail.com

This study aims to influence product quality, brand image on customer satisfaction on-line transportation services. This study is a comparative causal study. This type of research is research with the characteristics of the problem in the form of a causal relationship between two or more variables. Data collection in this study used a questionnaire distributed to 96 Go-ride service users. The results of this study indicate service quality and brand image have an influence on Go-Ride customer satisfaction. Service quality has the most dominant influence on Go-Ride customer satisfaction. For Gojek to be able to always improve the quality, innovation so that service products are provided while maintaining and becoming the main choice of customers amid increasingly fierce competition

Keywords: Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction

Palembang, Mey 2019

Advisor I	*Vice Advisor II*
H.Dian Eka,S.E.,M.M	**Ahmad Maulana,S.E.,M.M**
NIP. 196101061990031002	**NIP. 197512252015041001**

Knowing,
Academic Manager Of Management Departement

Isni Andriana, SE., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN

Kami Dosen Pembimbing Skripsi menyatakan bahwa abstraks skripsi dari mahasiswa:

Nama	: Argandiki Perdana
NIM	: 01011181419080
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi *Online Go-Ride* di Kota Palembang. Telah kami periksa cara penulisan *grammar* maupun susunan *tenses* dan kami setujui untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Ketua,	Anggota,
H.Dian Eka,S.E.,M.M	**Ahmad Maulana,S.E.,M.M**
NIP. 196101061990031002	**NIP. 197512252015041001**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	:	Argandiki Perdana
Jenis Kelamin	:	Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir	:	Palembang, 2 Februari 1996
Agama	:	Islam
Status	:	Belum Menikah
Alamat Rumah	:	Jalan Silaberanti No.1 RT 30 Kelurahan Silaberanti, Kecamatan Seberang Ulu 1, Kota Palembang
Alamat E-mail/No. Hp	:	argandiki.perdana@gmail.com/089601160606
Pendidikan Formal	:	
SD	:	SD Negeri 97 Palembang
SMP	:	SMP Negeri 15 Palembang
SMA	:	SMA Negeri 8 Palembang
Pengalaman Organisasi	:	Anggota IKAMMA Unsri

DAFTAR ISI

JUDUL…… i

PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF..……..ii

PERSETUJUAN SKRIPSI……. ii

PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH …….……. iv

MOTTO…….....v

KATA PENGANTAR ……..... vi

UCAPAN TERIMA KASIH…….……. vii

ABSTRAK…… ix

ABSTRACT……. x

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK..... xi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP…….. xii

DAFTAR ISI …….. xiii

DAFTAR TABEL…….. xvi

DAFTAR GAMBAR…….. xvii

BAB I PENDAHULUAN..... **1**

1.1 LatarBelakangMasalah..... 1

1.2 RumusanMasalah 7

1.3 TujuanPenelitian 8

1.4 Manfaat Penelitian 8

BAB II STUDI KEPUSTAKAAN **9**

2.1 LandasanTeori..... 9

2.1.1 Kualitas Pelayanan 9

2.1.2 Citra Merek..... 12

2.1.3 Kepuasan Pelanggan..... 15

2.2 Penelitian Terdahulu 19

2.3 Kerangka Pemikiran..... 20

2.4 Hipotesis..... 21

BAB III METODE PENELITIAN 22

3.1 Ruang LingkupPenelitian 22
3.2 Rancangan Penelitian 22
3.3 Variabel Penelitian 22
3.4 Jenis dan Sumber Data 23
3.5 Teknik Pengumpulan Data 24
3.6 Populasi dan Sampel 25
3.7 Instrumen Penelitian 27
3.8 Teknik Analisa 30
3.9 Defenisi Operasional 32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 35

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 35
4.2 Analisa Data 42
4.2.1 Profil Responden 42
4.3 Analisa Frekuensi Tanggapan Responden 46
4.3.1 Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan 46
4.3.2 Jawaban Responden Variabel Citra Merek 51
4.3.3 Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan 54
4.4 Uji Instrumen Data 57
4.4.1 Uji Validasi 58
4.4.2 Uji Reliabilitas 60
4.5 Uji Hipotesis 61
4.5.1 Regresi Linear 61
4.5.2 Uji F 62
4.5.3 Uji t 63
4.6 Pembahasan 63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 66
5.1 Kesimpulan..... 66
5.2 Saran..... 66
DAFTAR PUSTAKA 67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1Keluhan Pelanggan Ojek *Online* hasil Survey YLKI 5
Perusahaan Properti BEITahun 2015-2017..... 4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 26
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... 42
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 43
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan. 43
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Citra Merek..... 44
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kualitas Layanan..... 45
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Kepuasan Pelanggan..... 45
Tabel 4.7-4.16 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan 45-50
Tabel 4.17-4.24. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Citra Merek…..51-53
Tabel 4.25-4.31Frekuensi Jawaban Responden Variabel …….
Kepuasan Pelanggan 54-57
Tabel 4.32 Hasil Uji Validasi Kualitas Layanan..... 58
Tabel 4.33 Hasil Uji Validasi Citra Merek 59
Tabel 4.34 Hasil Uji Validasi Kepuasan Pelanggan 59
Tabel 4.35 Hasil Uji Reabilitas 60
Tabel 4.36 Persamaan Regresi Linear..... 61
Tabel 4.37 Uji F 62
Tabel 4.38 Uji t 63

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Jumlah Kendara Bermotor Menurut Jenis Tahun 2015 2

Gambar 1.2 Rating dan Ulsan Go-Jek..... 4

Gambra 2.1 Penilaian Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan 9

Gambar 2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan ang Diraskan Pelanggan..... 12

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran..... 21

Gambar 3.1 Defesional Operasional 32

BAB I

PENDAHULUAN

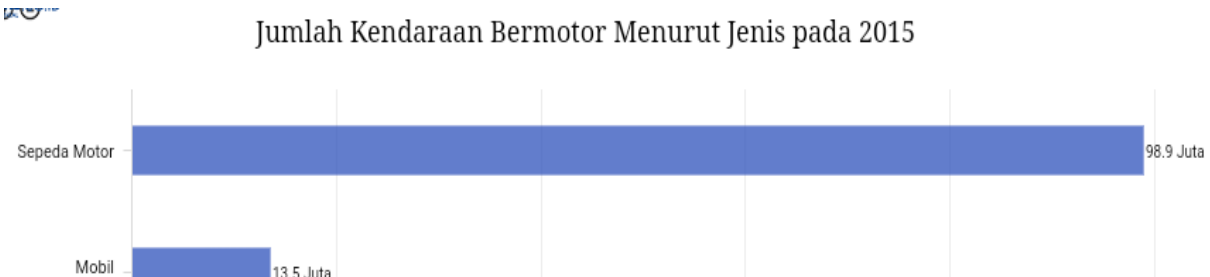
1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, bisnis jasa semakin beragam dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Menurut Setiyanto (2016) alat transportasi dan komunikasi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia karena dua hal tersebut sering digunakan untuk mempermudah segala pekerjaan manusia. Pemanfaatan teknologi bukan hanya di bidang komunikasi saja tetapi teknologi dimanfaatkan pada bidang pendidikan, ekonomi, pertanian, keamanan, dan transportasi.

Jasa transportasi saat ini dirasa penting terutama dengan bertambahnya jumlah penduduk suatu wilayah. Wilayah perkotaan misalnya, dengan populasi penduduk yang lebih banyak serta arus mobilitas orang yang tinggi dan juga terdapat persoalan kemacetan yang menjadikan alasan masyarakat lebih selektif memilih alat transportasi yang mampu bergerak meunju tujuan waktu yang lebih cepat, harga terjangkau, kualitas pelayanan baik, dan aman.

Salah satu jenis jasa transportasi yang populer dan banyak dijumpai di daerah perkotaan adalah ojek. Ojek merupakan sepeda motor yang memiliki fungsi sebagai kendaraan umum yang mengangkut orang atau barang yang memungut biaya yang disepakati. Moda transportasi ini berkembang juga dipengaruhi dengan perkembangan jumlah kendaraan bermotor yang meningkat tahun ke tahun dibandingkan dengan kendaraan lainnya.

`Jumlah kendaraan bermotor di Indonesia pada 2015 mencapai 121,39 juta unit. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, dari angka tersebut yang paling banyak adalah sepeda motor dengan jumlah 98,88 juta unit (81,5%) dari total kendaraan.



Sumber : www.databoks.katadata.co.id (diakses pada 23 Des 2018)

Gambar 1.1 Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis tahun 2015

Seiring dengan berkembangnya teknologi terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan dimana ojek yang dipesan dan dibayar secara sistem daring (*online*). Salah satu perusahaan penyedia jasa ojek secara *online* adalah PT Gojek Indonesia atau disebut dengan Go-jek.

Go-Jek didirikan pada tahun 2011 oleh putra Indonesia lulusan *Harvard University*, Nadiem Makarim. Pada Januari 2015, perusahaan ini meluncurkan aplikasi *mobile* Gojek berbasis *location-based search* untuk *smartphone* berbasis android dan iOS (apple). *Go*-jek telah beroperasi di 50 kota dari 30 provinsi di Indonesia. Adapun pesaing *Go*-Jek antara lain Grab yang juga penyedia transportasi online yang berasal dari Singapura, Uber yang berasal dari Eropa, dan ojek-ojek *online* lokal lainnya seperti Oke-Jack, Indo-Ojek, Tekno, AJO, dan lain-lain

Ditengah persaingan yang sangat ketat ini, perusahaan jasa transportasi berlomba-lomba memperoleh pangsa pasar (*market share*) yang sebesar-besarnya sehingga akan menjadi suatu jasa yang diharapkan dapat menjadi *market leader* atau pemimpin pasar di antara produk-produk.

Menurut data yang diungkapkan Robin Muliady yang merupakan *Media Director Consumen Choices Go*-Jek telah menjadi *market leader* transportasi berbasis aplikasi dengan jumlah armada 500.000 driver *Go*-Jek yang tersebar di seluruh Indonesa. Salah satu kunci utama dari kesuksesaan perusahaan adalah kepuasaan pelanggan karena saat ini pelanggan semakin selektif memilih salah satu diantara pilihan alternatif sesuai dengan yang diinginkan.

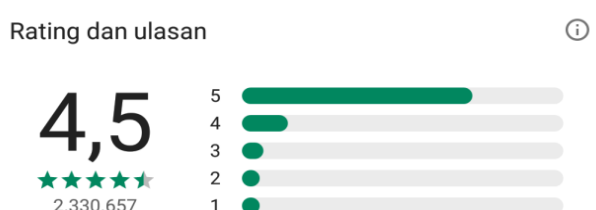
Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan di lingkuangan Universitas Sriwijaya Palembang diketahui bahwa 7 dari 10 orang yang menggunakan jasa transportasi ojek motor online memilih *Go-Ride* sebagai alat transportasi online nya, dengan berbagai alasan, diantaranya lebih aman, nyaman, murah dan cepat.

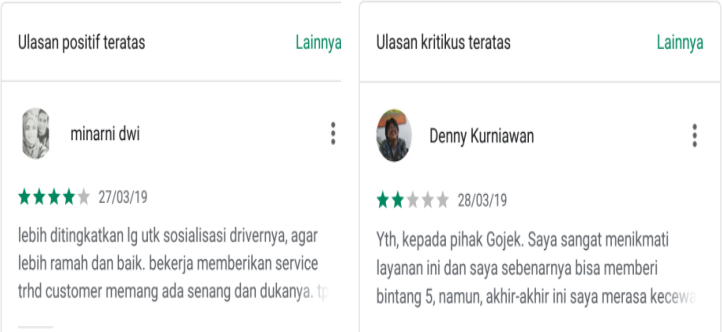
Menurut Kotler & Keller (2010) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terbentuk adalah "*The Expectancy Disconfirmation Model*" yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan dengan yang sesungguhnya diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan *Go*-Jek bisa disampaikan pelanggan dengan memberikan *rating* atau nilai kepada layanan *Go*-Jek yang telah memberikan layanan kepada pelanggan. *Rating* untuk layanan *Go*-Jek terdiri atas lima bintang yang dipilih oleh pelanggan. Semakin banyak bintang yang diberikan berarti layanan yang diberikan semakin memuaskan.

Kepuasan pelanggan *Go*-Jek juga dapat dilihat di laman *playstore* untuk *handphone* seluler berbasis android. Pelanggan juga bisa memberikan *rating* dan ulasan terhadap layanan *Go*-Jek. Pengamatan yang dilakukan pada April 2019 memperlihatkan *rating* seperti gambar berikut ini:





sumber: playstore Android (diakses pada 5 April 2019)

Gambar 1.2. *Rating* dan Ulasan *Go*-Jek pada Playstore Andorid

Dari ulasan yang terdapat pada gambar 1.2. bahwa rating penilaian pelanggan *Go*-Jek berada pada angka 4,5 dari angka 5. Hal tersebut membuktikan bahwa tingkat kepuasan tinggi. Pada gambar 1.2. juga terdapat dua ulasan pelanggan mengenai layanan *Go*-Jek.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) melakukan survei terhadap pengguna jasa transportasi *online* (*ridehailing*) pada 5-16 April 2018 dengan melibatkan 4.668 responden yang tersebar di 7 kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Palembang, Makassar, dan Semarang. Responden terdiri dari 55% laki-laki dan 45% perempuan Hasil survei menyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terdapat 59% responden yang merasa puas sedangkan 41% lainnya pernah mengalami kekecewaan terhadap transportasi *online*.Berikut ini data yang menerangkan kekecewaan atau keluhan pelanggan terhadap ojek *online* menurut YLKI :

Tabel 1.1. Keluhan Pelanggan Ojek *Online* Survei YLKI

NO	Jenis Keluhan Pelanggan Ojek *Online*	Jumlah
1	*Driver* minta dibatalkan	22,30%
2	Sulit mendapatkan *driver*	21,19%
3	*Driver* membatalkan secara sepihak	18,72%
4	Aplikasi *map error*	16,00%
5	Plat nomor tidak sama dengan kendaraan dibawa	12.00%
6	*Driver* tidak datang	6,30%
7	Kondisi kendaraan kurang baik	6,00%

8	*Driver* tidak jujur pada konsumen	5,00%
9	*Driver* memulai perjalanan sebelum bertemu dengan konsumen	4,97%
10	*Driver* ugal-ugalan	4,70%
11	Kendaraan bau asap rokok	4,60%
12	*Driver* ngeyel	2,80%
13	*Driver* merokok saat berkendara	0,72%

Sumber:www.ylki.co.id (diakses pada 25 Maret 2019)

Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman et al, (2001) kualitas pelayanan mencakup beberapa aspek yang meliputi: 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 (*tangibles*).

Layanan yang ditawarkan Go-Jek sangat beragam seperti *Go-Food, Go-Send, Go-Life, Go-Tix, Go-Car, Go-Glam, Go-Bluebird, Go-Pulsa, Go-Massage, Go-Laundry, Go-Fix, Go-Clean, Go-Auto, Go-Glam, Go-Bills, Go-Shop, Go-Mart, Go-Box, Go-Daily, Go-Med, Go-Deals, Go-Points,* dan *Go-Nearby.* Penelitian ini membahas tentang kualitas layanan pada jasa layanan *Go-Ride* karena pada layanan tersebut pelanggan dapat merasakan layanan mulai dari pemesanan hingga sampai ke tempat tujuan

Faktor kedua yang ditambahkan peneliti dalam hal mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah citra merek. Citra yang baik akan memberikan keuntungan sedangkan citra yang jelek akan merugikan organisasi. Citra yang baik berarti pelanggan mempunyai kesan yang positif. Sutisna (2010). Merek adalah nama, istilah, tanda atau desain, atau kombinasi dari semua ini yang memperlihatkan identitas produk atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan membedakan produk itu dari produk pesaing. Kotler dan Keller (2010).

PT Gojek Indonesia sebagai perusahaan pelopor yang menggagas jasa transportasi ojek *online* mampu merebut pangsa pasar dan merek Go-Jek telah tertanam dalam benak masyarakat. Dengan adanya merek Go-Jek di benak masyarakat akan teringat ojek yang bernuansa hijau, sering terlihat dijalanan, dan bahkan sering dalam pengucapan, masyarakat sering menyebutkan Go-Jek padahal konsumen menggunakan jasa transportasi *online* yang lain

Perkembangan Go-Jek khusunya *Go-Ride* membuat penulis ingin meneliti dari prespektif pelanggan. Bagaimana seorang pelanggan menanggapi adanya transportasi *online* yang bernama Go-Jek, bagaimana seorang pelanggan mempertimbangkan kualitas pelayanan saat menggunakan jasa transportasi ini atau memang merek Go-Jek merupakan merek pelopor sehingga sangat sering diperbincangkan dan diperdengarkan oleh kebanyakan masyarakat dan telah menjadi pelopor atau *top of mind* dalam hal transportasi ojek *online* di Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul "PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE GO-RIDE* DI KOTA PALEMBANG"

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasaan pelanggan jasa transportasi *online Go-Ride* di Kota Palembang?
2. Variabel mana diantara kualitas layanan dan citra merek yang berpengaruh dominan terhadap kepuasaan pelanggan jasa transportasi *online Go-Ride* di Kota Palembang

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasaan pelanggan jasa transportasi *online Go-Ride* di Kota Palembang.
2. Variabel antara kualitas layanan dan citra merek yang berpengaruh dominan terhadap kepuasaan pelanggan jasa transportasi *online Go-Ride* di Kota Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai kualitas layanan, citra merek, dan kualitas layanan.
2. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.
3. Memberikan tambahan perbendaharaan kepustakaan khususnya yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, dan kepuasan pelanggan. jasa transportasi Gojek khususnya di Palembang sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan PT. Gojek Indonesia untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Adam, Muhammad (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: CV. Alfabeta

Arikunto, Suharsimi (2004). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek.* Bandung:Rineka Cipta

Bugin, Burhan (2004). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif.* Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Buttle, Francis. (2007). *Manajemen Hubungan Pelanggan*. Jakarta : Bayumedia

C. Mowen, Jhon.Michael. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga

Engel, James F dan Blackwell, Roger D dan Miniard, Paul W (1995). *Prilaku Konsumen. Jakarta : Binarupa Aksara*

Ghozali, Imam dan John Castellan (2002*). Statistik Non-Parametrik:Teori dan Aplikasidengan Program SPSS. Semarang*: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4th ed.).* Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang

Kertajaya, H. (2004). *On Marketing*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 14 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip dan Kevin Keller (2010). *Manajamen Pemasaran Edisi 13.* Jakarta : Erlangga

Lupiyoadi, Rahmat (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

Lupioyadi, Rambat, dan Hamdani, A (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakrta : Salemba Empat

Lupiyodi, Rambat (2013*). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, edisi ketiga*. Jakarta : Salemba Empat

Malhotra, Naresh K (2010*). Marketing Research: An Applied Orientation. (6th ed)*. New Jersey : Pearson Education

Mardikawati, Woro dan Farida, Naili (2013). *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efesiensi. Jurnal Administrasi Binis.* Semarang : Universitas Diponegoro

Pasuraman,A dan Zeithaml, V.A, dan Berry, L.L (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing Vol 49 (41-50)*

Pasuraman, A.Valerie (2001). *Delivering Quality Service.* New Yord : The Free Press

Santoso, Singgih (2001). *Latihan SPSS Statistik Non Parametrik.* Jakarta : PT Elex Media Komputindo

Sarwono, Jonathan (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Setiyanto, Danu Aris (2016). *Sebuah Catatan Sosial Tentang Ilmu, Islam, Dan Indonesia*. Yogjakarta: Deepublish

Simamora , B (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Rofitabel*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Simamora, B (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Rofitabel*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta

Sundayana, Rostina (2014). *Statistika Penelitian Pendidikan*. Bandung : CV Alfabeta

Surachman, S.A.(2008). *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang : Bayumedia Publishing

Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung : Rosda Karya

Tjiptono, Fandy (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi

Tjiptono, Fandy dkk (2016). *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia

Umar, Husein (2003). *Metodelogi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis.* Jakarta : PT Gramedia Pustaka

Yuliarmi, Ni Nyoman dan Riyasa, Putu (2007). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. Buletin Studi Ekonomi. Vol 12 No.1*

www.go-jek.com
www.top-brandaward.com
www.databoks.katadata.co.id
www.ylki.co.id