

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA JASA TRANSPORTASI GO-JEK  
DI KOTA PALEMBANG**

*(studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)*



Skripsi Oleh:

**Reyva Angelia**

**01011381621165**

**Manajemen**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

2020

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN**  
**KONSUMEN PADA JASA TRANSPORTASI GO-JEK**  
**DI KOTA PALEMBANG**  
*(studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)*

Disusun Oleh :

Nama Mahasiswa : Reyva Angelia  
Nomor Induk Mahasiswa : 01011381621165  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Dosen Pembimbing  
Ketua,

Tanggal Persetujuan

15 Januari 2020



Drs. H. Nazaruddin, M.M  
NIP. 195706131985031002

Anggota,

Tanggal Persetujuan

20 Februari 2020



Dessy Yunita, SE, MM, MBA  
NIP. 198106302014092003

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA JASA TRANSPORTASI GO-JEK  
DI KOTA PALEMBANG**

*(studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)*

Disusun oleh:

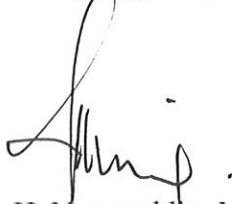
Nama : Reyva Angelia  
NIM : 01011381621165  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 14 Februari 2020 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 14 Februari 2020

Ketua



Drs. H. Nazaruddin, M.M  
NIP. 195706131985031002

Anggota



Dessy Yunita, S.E, M.M, M.B.A  
NIP.198106302014092003

Anggota



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

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D  
NIP. 197509011999032001

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Reyva Angelia  
NIM : 01011381621165  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA JASA TRANSPORTASI GO-JEK  
DI KOTA PALEMBANG**

*(studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)*

Pembimbing

Ketua : Drs. H. Nazaruddin, M.M  
Anggota : Dessy Yunita, S.E, M.M, M.B.A  
Tanggal Ujian : 14 Februari 2020

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 kesarjanaan.

Palembang, 14 Februari 2020

Pembuat pernyataan



Reyva Angelia

NIM. 01011381621165

## **KATA PENGANTAR**

Tiada kata yang paling indah selain puji dan rasa syukur kepada Allah swt, yang telah menentukan segala sesuatu berada di tangan-Nya, sehingga tidak ada setetes embun pun dan segelintir jiwa manusia yang dapat lepas dari ketentuan dan ketetapan-Nya. Alhamdulillah, atas kehendak dan ridha-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat kelulusan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menyampaikan manfaat sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan Go-jek dan sejenisnya dalam merumuskan upaya-upaya dalam menelaah kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dapat juga menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran yang bersifat membangun tentu dibutuhkan oleh penulis agar penelitian selanjutnya dapat menjadi lebih baik lagi. Demikianlah skripsi ini dibuat, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam progress pembuatan hingga penyelesaian skripsi ini.

Palembang, 14 Februari 2020

Penulis,

Reyva Angelia

**ABSTRACT**

***The Influence Of Service Quality on Consumer Satisfaction  
of Gojek Transportation Service  
in Palembang City  
(Case Study: Students in the Faculty of Economics, Sriwijaya University)***

*This study aimed to analyze the influence of Service Quality on Consumer Satisfaction of Gojek Transportation Service in Palembang City. The sampling technique used in this research was non-probability sampling with a purposive sampling method. The data were collected by questionnaire and distributed to 100 respondents. The data were analyzed with the F test, T test, and multiple linear regression analyses. The results of the F test indicate that Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy variable are simultaneously significant on consumer satisfaction. The results of the T test show that Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy are partially significant on consumer satisfaction while Tangibles variable is insignificant on consumer satisfaction. In the multiple linear regression analysis the dominant variable is Empathy (X5) variable with a significance value of 0.00 and is the largest beta value (0.499).*

***Keywords: Service Quality, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Consumer Satisfaction***

***Supervisor I***



**Drs. H. Nazaruddin, M.M**  
**NIP. 195706131985031002**

***Supervisor II***



**Dessy Yunita, S.E, M.M, M.B.A**  
**NIP. 198106302014092003**

***Head of Management Department***



**Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph. D**

**NIP. 197509011999032001**

## ABSTRAK

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen  
Pada Jasa Transportasi Go-jek  
Di Kota Palembang  
(studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Transportasi Go-jek di Kota Palembang. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah dengan uji F, uji T, dan analisis regresi linier berganda. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil dari uji T menunjukkan bahwa variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan untuk variabel lain yaitu *Tangibles* berpengaruh tapi tidak signifikan. Hasil dari analisis regresi berganda variabel yang dominan adalah variabel *Empathy* (X5) dengan nilai signifikansi 0.00 dan nilai beta terbesar (0,499).

**Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Kepuasan Konsumen**

**Pembimbing I**



**Drs. H. Nazaruddin, M.M**  
NIP. 195706131985031002

**Pembimbing II**



**Dessy Yunita, S.E, M.M, M.B.A**  
NIP. 198106302014092003

**Ketua Jurusan Manajemen**



**Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph. D**  
NIP. 197509011999032001

## SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : Reyva Angelia  
NIM : 01011381621165  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran,  
Judul Skripsi :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA JASA TRANSPORTASI GO-JEK  
DI KOTA PALEMBANG**  
*(studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)*

Telah kami periksa penulisan *grammar*, maupun susunan *tenses* nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi,

Ketua



Drs. H. Nazaruddin, M.M  
NIP. 195706131985031002

Anggota



Dessy Yunita, S.E, M.M, M.B.A  
NIP. 198106302014092003



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRACT .....	x
ABSTRAK .....	xi
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	xii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	14

2.1.1. Pengertian Jasa .....	14
2.1.2. Karakteristik Jasa .....	15
2.1.3. Pemasaran Jasa.....	18
2.1.4. Kualitas Pelayanan Jasa .....	20
2.1.5. Dimensi Service Quality (SERVQUAL) .....	21
2.1.6. Pengukuran Kualitas Pelayanan .....	22
2.1.7. Kepuasan Konsumen.....	24
2.1.8. Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	26
2.1.9. Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan .....	29
2.2. Penelitian Terdahulu .....	32
2.3. Kerangka Pikir .....	34
2.4. Hipotesis.....	36
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	38
3.2. Jenis Rancangan Penelitian .....	38
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	38
3.3.1. Jenis Data .....	38
3.3.2. Sumber Data.....	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1. Wawancara.....	39

3.4.2. Kuesioner (Angket) .....	40
3.4.3. Penelitian Kepustakaan ( <i>Library Research</i> ) .....	40
3.5. Populasi dan Sampel .....	40
3.5.1. Populasi .....	40
3.5.2. Sampel .....	41
3.5.3. Teknik Penentuan Sampel .....	41
3.6. Instrumen Penelitian .....	42
3.6.1. Uji Validitas .....	42
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	42
3.7. Teknik Analisis .....	43
3.7.1. Uji F (Simultan) .....	43
3.7.2. Uji t (Parsial) .....	44
3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	44
3.8. Definisi Operasional Variabel .....	45
3.8.1. Variabel Independen .....	46
3.8.2. Variabel Dependen .....	46
3.9. Pengukuran Instrumen Penelitian .....	49
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Hasil Uji Instrumen .....	50
4.1.1. Uji Validitas .....	50

4.1.2. Uji Reliabilitas .....	53
4.2. Gambaran Umum Responden .....	54
4.2.1. Profil dan Perilaku Responden.....	54
4.2.1.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
4.2.1.2. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	55
4.2.1.3. Karakteristik Berdasarkan Jurusan.....	56
4.2.1.4. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Menggunakan .....	57
4.2.1.5. Karakteristik Berdasarkan Pengaruh.....	58
4.2.1.6. Karakteristik Berdasarkan Layanan Yang Sering Digunakan .....	59
4.2.1.7. Karakteristik Berdasarkan Waktu Lamanya .....	60
4.2.1.8. Karakteristik Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran .....	61
4.3. Analisis Deskriptif Variabel.....	63
4.3.1. Variabel <i>Tangibles</i> / Bukti Fisik (X1).....	63
4.3.2. Variabel <i>Reliability</i> / Keandalan (X2).....	66
4.3.3. Variabel <i>Responsiveness</i> / Daya Tanggap (X3) .....	68
4.3.4. Variabel <i>Assurance</i> / Jaminan (X4) .....	71
4.3.5. Variabel <i>Empathy</i> / Empati (X5).....	73
4.3.6. Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	75
4.4. Hasil Teknik Analisis .....	78
4.4.1. Uji F (Simultan) .....	78

4.4.2. Uji t (Parsial).....	79
4.4.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	82
4.5 Pembahasan.....	86
4.5.1. Pengaruh <i>Tangibles</i> (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	87
4.5.2. Pengaruh <i>Reliability</i> (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	88
4.5.3. Pengaruh <i>Responsiveness</i> (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) ....	89
4.5.4. Pengaruh <i>Assurance</i> (X4) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	90
4.5.5. Pengaruh <i>Empathy</i> (X5) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) .....	91
4.5.6. Pengaruh (X1), (X2), (X3), (X4) dan (X5) Terhadap (Y) .....	92
4.5.7. Indikator Variabel (X) Yang Paling Dominan Terhadap (Y).....	93
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	95
5.2. Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Keluhan konsumen pada pelayanan perusahaan transportasi online .....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	54
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Usia Responden .....	55
Tabel 4.5	Karakteristik berdasarkan Asal Jurusan Responden .....	56
Tabel 4.6	Karakteristik berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Go-jek .....	57
Tabel 4.7	Karakteristik berdasarkan Pengaruh dalam Menggunakan Jasa Go-jek..	58
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Layanan Yang Sering Digunakan.....	59
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Waktu Lamanya Menggunakan Go-jek.....	60
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Rata-Rata Pengeluaran .....	62
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap (X1) .....	64
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap (X2) .....	66
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap (X3) .....	69
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap (X4) .....	71
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap (X5) .....	73
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap (Y) .....	76
Tabel 4.17	Hasil Uji F.....	78
Tabel 4.18	Hasil Uji t.....	79
Tabel 4.19	Hasil Regresi Linier Berganda .....	82

Tabel 4.20 Variabel <i>Entered/Removed</i> .....	85
Tabel 4.21 Model Summary.....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan jumlah pengguna aplikasi transportasi online .....	3
Gambar 1.2 Grafik pengguna aplikasi transportasi online.....	4
Gambar 2.1 Bagan Karakteristik Jasa .....	16
Gambar 2.2 Segitiga Pemasaran Jasa/Tiga Jenis Pemasaran Dalam Industri Jasa ...	18
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian .....	35
Gambar 3.1 <i>Skala Likert</i> .....	49
Gambar 4.1 <i>Skala Likert</i> yang digunakan dalam penelitian .....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 2	Reliabilitas dan <i>Item-Total Statistics Tangibles (X1)</i> N= 30.....	105
Lampiran 3	Reliabilitas dan <i>Item-Total Statistics Reliability (X2)</i> N= 30.....	106
Lampiran 4	Reliabilitas dan <i>Item-Total Statistics Responsiveness (X3)</i> N=30.....	107
Lampiran 5	Reliabilitas dan <i>Item-Total Statistics Assurance (X4)</i> N= 30.....	108
Lampiran 6	Reliabilitas dan <i>Item-Total Statistics Empathy (X5)</i> N= 30 .....	109
Lampiran 7	Reliabilitas dan <i>Item-Total Statistics Kepuasan Konsumen (Y)</i> N=30	110
Lampiran 8	Reliabilitas dan <i>Item-Total Statistics Tangibles (X1)</i> N= 100.....	111
Lampiran 9	Reliabilitas dan <i>Item-Total Statistics Reliability (X2)</i> N= 100.....	112
Lampiran10	Reliabilitas dan <i>Item-Total Statistics Responsiveness (X3)</i> N=100.....	113
Lampiran11	Reliabilitas dan <i>Item-Total Statistics Assurance (X4)</i> N= 100.....	114
Lampiran12	Reliabilitas dan <i>Item-Total Statistics Empathy (X5)</i> N= 100 .....	115
Lampiran 13	Reliabilitas dan <i>Item-Total Statistics Kepuasan Konsumen (Y)</i> N=100	116
Lampiran 14	Analisis Regresi Berganda.....	117

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia adalah suatu Negara kepulauan yang sangat luas karena memiliki belasan ribu pulau serta wilayah yang terdiri dari daratan dan lautan. Menurut data dari survey *The Spectator Index* tahun 2018 terkait 20 Negara dengan penduduk terbanyak di dunia, Indonesia di nobatkan sebagai Negara dengan penduduk terbanyak nomor empat di dunia dan tercatat memiliki populasi penduduk sebanyak 265 juta jiwa. Perkembangan jumlah populasi penduduk yang semakin bertambah telah mempengaruhi kebutuhan akan jasa transportasi yang semakin bertambah pula. Di Indonesia, transportasi merupakan salah satu dari sekian banyak penunjang yang sangat penting bagi masyarakat dalam kegiatan sehari-hari. Transportasi telah menjadi unsur yang berfungsi sebagai jantung kehidupan perkembangan ekonomi, sosial, politik, serta mobilitas penduduk yang tumbuh bersamaan mengikuti perkembangan dalam berbagai bidang dan sektor terutama di daerah perkotaan. Hal tersebut merupakan salah satu hal yang memicu perkembangan bisnis di sektor jasa transportasi Indonesia.

Hal lain yang memicu perkembangan bisnis di sektor jasa transportasi Indonesia adalah masalah kemacetan yang disebabkan oleh semakin banyaknya pengendara mobil dan motor pribadi. Kemacetan menjadi permasalahan bagi individu karena jumlah kendaraan yang kian begitu banyak dan akhirnya membuat mereka beralih ke jasa transportasi umum untuk mengatasi hal tersebut. Sehingga, mereka membutuhkan penyedia jasa transportasi yang menjanjikan

pelayanan berbeda dan lebih baik serta inovatif dari jasa transportasi umum lainnya. Seiring dengan berjalannya waktu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi semakin canggih. Para penyedia jasa transportasi telah diarahkan untuk lebih beradaptasi akan perkembangan teknologi dan dapat merubah cara kerja transportasi yang dulunya tradisional menjadi lebih modern. Adanya perkembangan teknologi di bidang jasa transportasi tersebut juga telah mempermudah aktivitas manusia dalam berbagai bidang.

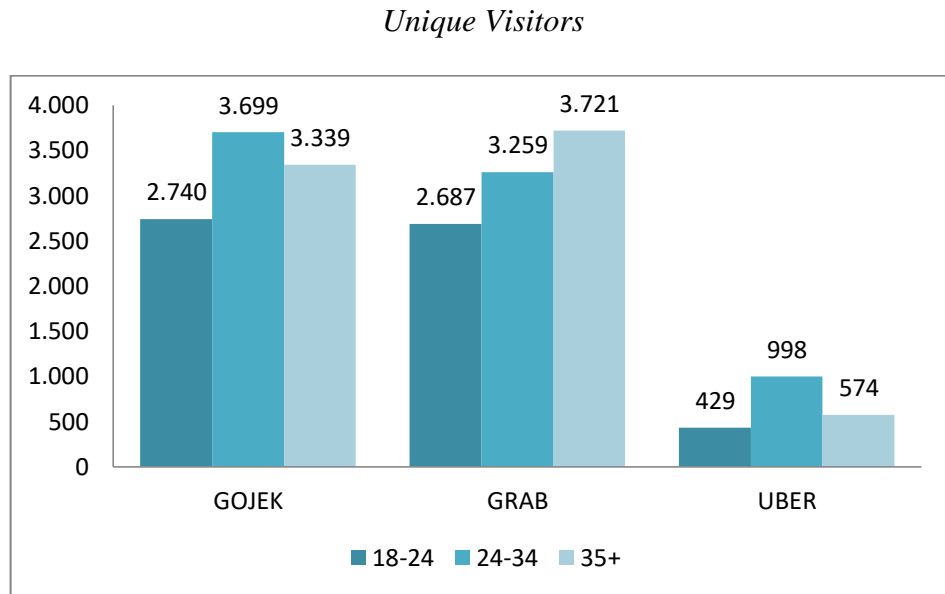
Saat ini, beberapa penyedia jasa transportasi memfasilitasi penggunaan dan penerapan layanan mobilitas dengan menggunakan sistem komunikasi elektronik dan nirkabel. Teknologi informasi dan komunikasi telah semakin canggih sehingga teknologi untuk transportasi pun juga tak kalah canggihnya. Terutama di Indonesia, sekarang telah banyak bermunculan jasa transportasi online seperti Go-jek, Grab, Uber dan lain-lain.

Menurut data dari *comScore Mobile Matrix* per Desember 2017 mengenai total pengguna aplikasi transportasi online di Indonesia, tercatat 15,73 juta orang memakai aplikasi transportasi online di ponsel mereka. Diantaranya merupakan Go-jek, Grab, dan Uber, yaitu sebanyak 29,6 persen dari seluruh pemakai aplikasi seluler. Yang artinya, satu dari empat pengguna internet di Indonesia mempunyai aplikasi transportasi online di dalam ponsel mereka.

Persaingan ketat antara tiga pemain besar jasa transportasi ojek online Indonesia, yaitu Go-jek, Grab dan Uber terlihat sangat jelas sampai akhir tahun 2017. Ketiganya memperlihatkan pergerakan signifikan yang bisa dilihat dari grafis ini:

**Gambar 1.1**

Perbandingan jumlah pengguna aplikasi transportasi online Go-jek, Grab dan Uber selama periode Agustus - Desember 2017 (dalam skala juta jiwa)



*Sumber: comScore, Mobile Matrix, Desember 2017-Indonesia*

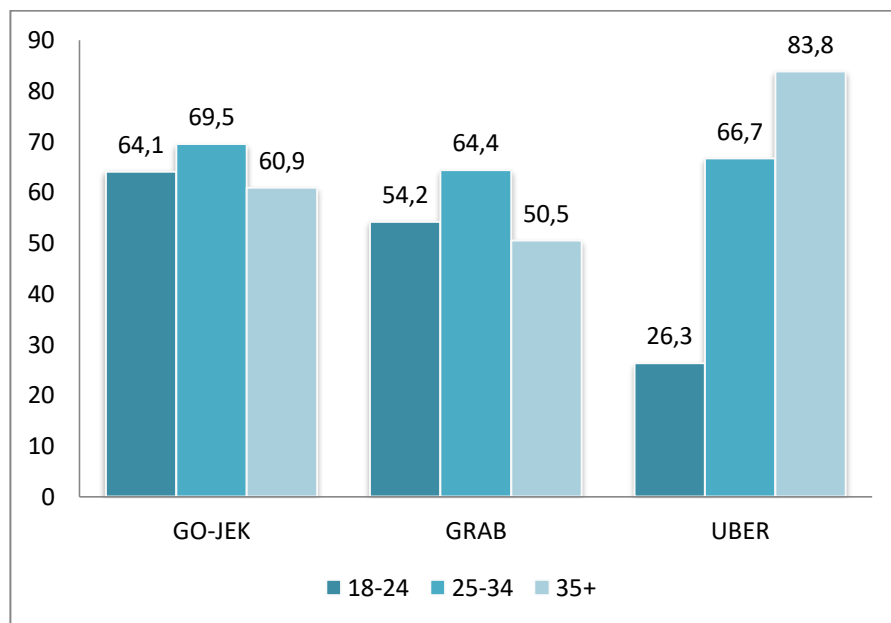
*ilmuOne Data* sudah melangsungkan analisis sejak Agustus 2017 untuk mencari tahu perbandingan pengguna jasa transportasi online Go-jek, Grab, dan Uber. Hasil analisisnya, pada Desember 2017 tercatat total 9,7 juta pengunjung (*unique visitors*) mengakses Go-jek. Jumlah ini kemudian diikuti oleh Grab dengan total 9,6 juta orang, dan Uber dengan total 2 juta pengguna.

Data di atas memperlihatkan perkembangan jumlah pengguna Go-jek dan Grab sejak Agustus 2017. Sedangkan, pengguna Uber turun dari 2,3 juta menjadi 2 juta orang. Tapi, data ini hanya untuk pengguna ponsel Android saja.

**Gambar 1.2**

Grafik pengguna aplikasi transportasi online Go-jek, Grab dan Uber dari segi usia dan durasi penggunaan pada tahun 2017 (dalam skala usia dan menit)

Menit rata-rata per Pengguna untuk Desember 2017



*Sumber: comScore, Mobile Matrix, Desember 2017-Indonesia*

Sebagian besar pengunjung dan pengguna aplikasi Go-jek berusia kisaran antara 25-34 tahun (37,8 persen dari total pengunjung). Rata-rata pemakaian 69,5 menit per orang. Sedangkan, aplikasi Grab paling banyak dikunjungi dan digunakan oleh orang berusia 35 tahun ke atas (38,5 persen komposisi pengunjung). Tetapi, penggunanya didominasi oleh pengunjung yang berusia 24-34 tahun dengan durasi penggunaan 64,4 menit per orang.

Lain halnya dengan pengunjung aplikasi Uber, rata-rata berusia kisaran 25-34 tahun. Tapi, penggunanya justru dari kalangan usia 35 tahun ke atas dengan

waktu penggunaan 83,8 menit per orang. Basis pemakai dari seluruh aplikasi yang diteliti lebih banyak ke arah perempuan. Go-jek dengan total 58,9 persen, Grab 53 persen, dan Uber 62,3 persen.

Data pada survey yang dilakukan oleh *comScore Mobile Matrix* per tahun 2017 juga menunjukkan bahwa kebanyakan orang menginstall lebih dari satu aplikasi di ponsel mereka. Seperti Go-jek dan Grab yang berbagi pengguna hingga 4,2 juta orang. Yang berarti, mayoritas pengguna Go-jek juga menggunakan Grab, begitu pula sebaliknya. Selain itu, 10,1 persen pengunjung Go-jek dan 13,6 persen pengunjung Grab ternyata juga menggunakan Uber. Sedangkan, 65,7 persen pengunjung Uber juga menggunakan Grab dan 49 persen pengunjung Uber lainnya menggunakan Go-jek.

Fenomena transportasi online seperti Go-jek, Grab, Uber dan lain-lain memang sedang sangat mewabah di Indonesia. Kehadiran aplikasi yang mudah di akses ini benar-benar telah mengubah cara pandang masyarakat dalam menggunakan dan memesan jasa transportasi. Sekarang masyarakat bisa memesan transportasi dari jauh hanya dengan bermodalkan perangkat *smartphone* yang membuat pemesanan transportasi lebih mudah, cepat dan efisien. Bahkan, transportasi online atau ojek online telah kian bertransformasi menjadi transportasi andalan oleh banyak masyarakat Indonesia saat ini.

Di Indonesia, Go-jek, Uber, dan Grab merupakan tiga pemain utama dalam penyedia layanan jasa transportasi online. Kemunculan aplikasi Go-jek pertama kali pada 2015, menjadi awal mula maraknya transportasi online di Indonesia. Go-jek adalah salah satu dari sekian banyak penyedia jasa transportasi online

(Srikandi Rahayu, 2015). Go-jek merupakan perusahaan pertama yang mendominasi revolusi industri pada transportasi umum seperti halnya ojek pangkalan. Go-jek bermitra dengan para pengemudi ojek pangkalan yang telah berpengalaman. Go-jek saat ini telah menjadi solusi utama bagi masyarakat dalam berbagai hal. Misalnya berpergian di tengah kemacetan, mengirim barang, pesan antar makanan, bahkan berbelanja online. Go-jek memanfaatkan media komunikasi elektronik, sehingga akses layanan untuk memesan jasa ojek lebih mudah bagi konsumen. Aplikasi Go-jek bisa diakses pada ponsel yang memiliki sistem operasi iOS dan Android. Pengemudi Go-jek akan menjemput dan mengantar konsumen mereka ke tempat tujuan dengan memakai aplikasi di ponsel tersebut. Tak hanya antar jemput konsumen, Go-jek juga menyediakan layanan lain seperti *Go-food* yang dapat digunakan untuk memesan makanan secara online dari restoran yang konsumen inginkan. Kemudian ada juga *Go-mart*, yaitu layanan Go-jek yang dapat membelikan kebutuhan konsumen jika konsumen tidak bisa pergi ke toko ataupun *super market* secara langsung, ada juga *Go-shop* dan *Go-box* yang merupakan layanan kurir instan, dan masih banyak lagi layanan-layanan jasa yang diinovasikan oleh Go-jek Indonesia.

Meskipun Go-jek tidak asing lagi di berbagai golongan masyarakat khususnya kota Palembang, penyedia jasa transportasi ini harus tetap menaruh perhatian penuh pada aspek keamanan, kenyamanan, serta kepuasan konsumennya. Karena jika konsumen puas terhadap pelayanan yang sudah diberikan oleh pihak Go-jek, maka konsumen tersebut akan memakai jasa Go-jek secara berulang (*repeat buying*) yang kemudian konsumen tersebut dapat menjadi

pelanggan yang setia (*loyal customer*) sehingga perusahaan Go-jek Indonesia akan berpeluang besar untuk menjadi *market leader* di bidang ini, serta hal ini akan membangun perusahaan untuk menjadi semakin maju dan dapat diberikan kepercayaan penuh oleh para pelanggan di Indonesia, khususnya di kota Palembang.

Beberapa ragam keluhan konsumen terhadap pelayanan perusahaan transportasi online di Indonesia pada survey yang dilakukan oleh *Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)* mengenai kepuasan masyarakat akan pelayanan transportasi online antara lain:

**Tabel 1.1**

Tabel keluhan konsumen terhadap pelayanan perusahaan transportasi online di Indonesia

<b>Keluhan</b>	<b>Responden</b>
Pengemudi meminta untuk dibatalkan	1.041 responden (22,3 persen)
Susah mendapatkan pengemudi	989 responden (21,19 persen)
Pengemudi membatalkan orderan secara sepihak	757 responden (16,22 persen)
Map dalam aplikasi rusak/error	612 responden (13,11 persen)
Pengemudi tidak kunjung datang	296 responden (6,34 persen)
Kondisi kendaraan kurang baik	282 responden (6,04 persen)
Pengemudi ugal-ugalan	221 responden (4,73 persen)
Kendaraan bau asap rokok	215 responden (4,61 persen)
Pengemudi merokok pada saat mengemudi	35 responden (0,75 persen)

*Sumber: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dengan melibatkan 4668 responden*



Dari data di atas, dapat diketahui poin ketidakpuasan pelanggan dengan responden terbesar ada di keluhan pengemudi minta dibatalkan dengan responden sebanyak 1.041 orang (22,3 persen) dan poin ketidakpuasan pelanggan dengan respon terkecil ada di keluhan pengemudi merokok saat mengemudi dengan responden sebanyak 35 orang (0,75 persen). Dari data diatas dapat diketahui juga bahwa ketidakpuasan pelanggan akan pelayanan perusahaan jasa transportasi online disebabkan oleh indikator-indikator kualitas pelayanan yang tidak diterapkan dengan baik oleh perusahaan.

Peneliti juga telah melakukan *pra-survey* secara acak terhadap 50 responden pengguna Go-jek di Kota Palembang agar dapat mengetahui keluhan mereka terhadap kualitas pelayanan Go-jek yang terdiri dari aspek *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* untuk menambah serta memperkuat fenomena dari penelitian. Hasil dari *pra-survey* ini mengatakan bahwa 32 persen responden memiliki keluhan pada aspek *reliability* (*keandalan*), 24 persen pada aspek *tangibles* (*bukti fisik*), 24 persen pada aspek *empathy* (*empati*), 10 persen *assurance* (*jaminan*) dan 10 persen pada aspek *responsiveness* (*daya tanggap*). Hal tersebut menunjukkan bahwa belum tercapainya hasil secara maksimal atas kinerja perusahaan Go-jek dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan.

Pada dasarnya, kualitas pelayanan dipengaruhi oleh beberapa dimensi (Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman, 1990). Diantaranya:

1. *Tangibles (bukti fisik)*

Terdiri dari fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai serta sarana komunikasi dan kendaraan operasional. Bukti langsung atau wujud adalah satu indikator yang paling konkrit. Wujudnya dapat berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.

2. *Reliability (keandalan)*

Terdiri dari dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) serta kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Artinya, perusahaan harus bisa memberikan pelayanannya secara tepat sejak saat pertama (*right in the first time*). Karena perusahaan akan dilihat sebagai perusahaan yang kredibel, dapat menepati janji dan berkomitmen kepada publiknya.

3. *Responsiveness (daya tanggap)*

Pelayanan yang baik harus diiringi oleh tingkat keikutsertaan atau keterlibatan dan daya adaptasi yang tinggi. Seperti misalnya sikap tanggap pegawai dalam menyampaikan pelayanan yang dibutuhkan serta diinginkan dan dapat menyelesaikannya dengan cepat. Kecepatan serta ketepatan pelayanan yang diberikan adalah sikap tanggap dari petugas dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini adalah suatu akibat akal dan pikiran yang diperlihatkan kepada pelanggan.

#### 4. *Assurance (Jaminan)*

Meliputi kemampuan, kesopanan dan pengetahuan serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh pegawai, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan. Jaminan adalah upaya perlindungan yang diberikan oleh perusahaan untuk masyarakat terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan bisa memberikan dampak gangguan pada struktur kehidupan yang normal.

#### 5. *Empathy (Empati)*

Mencakup kemudahan pada saat melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati adalah *individualized attention to customer*. Empati adalah perhatian yang diberikan secara pribadi atau individu kepada pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah situasi yang diperlihatkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang mereka harapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono, 2014). Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan (Philip Kotler & Kevin lane Keller, 2016). Menurut pendapat Kotler yang lain mengenai kepuasan, kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*).

Kualitas pelayanan adalah standar dalam memutuskan puas atau tidaknya seorang pengguna jasa atau konsumen. Karena, melalui kualitas pelayanan konsumen bisa menilai kinerja dan menentukan apakah mereka merasakan puas atau tidak terhadap layanan yang diberikan oleh para penyedia jasa. Apabila

kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka konsumen akan merasa sangat puas.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Tresiya, Djunaidi, & Subagyo, 2019) berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-jek Di Kota Kediri)*" memperlihatkan bahwa (1) Kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa ojek online Go-jek di Kota Kediri (2) Kenyamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa ojek online Go-jek di Kota Kediri (3) Kualitas pelayanan dan Kenyamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa ojek online Go-jek di Kota Kediri

Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh (Wardani, 2017) berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Transportasi Go-jek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)*" menunjukkan dimensi *tangible*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian-penelitian diatas tersebut menunjukkan hasil yang berbeda-beda mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, diantaranya ditemukan bahwa beberapa indikator dalam kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen atau memiliki hasil negatif, dan penelitian yang lain menyatakan hal yang sebaliknya maka dari itu berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang

berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA TRANSPORTASI GO-JEK DI KOTA PALEMBANG** (*studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya*)”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan diatas, penulis menemukan beberapa masalah, diantaranya sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa transportasi Go-jek di Kota Palembang?
2. Dimensi Kualitas Pelayanan manakah yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa transportasi Go-jek di Kota Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sebagaimana latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa transportasi Go-jek di Kota Palembang
2. Untuk mengetahui dimensi Kualitas Pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa transportasi Go-jek di Kota Palembang

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan agar penulis mendapatkan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis
  - a. Bagi konsumen, penelitian ini dapat menjadi pertimbangan untuk melakukan pembelian jasa pertama kali dan pembelian ulang (*repeat buying*), yaitu dengan memeriksa apakah ada pengaruh positif dari dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh secara signifikan saat ingin menentukan akan menggunakan jasa transportasi online.
  - b. Bagi perusahaan, PT. Go-jek Indonesia terutama wilayah Palembang, penelitian ini diharapkan dapat menyampaikan manfaat sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan upaya-upaya dalam menelaah kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta mengetahui tingkat kepentingan, dilihat dari segi kualitas pelayanan yang diberikan sehingga dapat memenuhi harapan bagi kepuasan pelanggan
2. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menjadi hasil karya untuk memperbanyak wawasan pengetahuan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam bisnis jasa.
  - b. Kegunaan teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak studi mengenai manajemen, menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai pertimbangan bagi organisasi ataupun bisnis yang menghadapi masalah serupa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Payne. (2008). *The Essence Of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Aspiani. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online di Kota Makassar*.
- Daryanto. (2011). Pengertian Jasa.Pdf. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, 278.
- Filipa Fonseca, Sofia Pinto, C. B. (2016). Service quality and customer satisfaction in public transport operations. *International Journal of Services and Operations Management*, 25(4), 531–549. <https://doi.org/10.1504/IJSOM.2016.080279>
- Horsu, E. N., & Yeboah, S. T. (2015). Influence of Service Quality on Customer Satisfaction: A Study of Minicab Taxi Services in Cape Coast, Ghana. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, III(5), 1451–1464. Retrieved from <http://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2015/05/3595.pdf>
- K Douglas Hoffman & John E. G Bateson. (2013). *Service Marketing*. USA: South Western Cengage Learning.
- Kazimzuri, M. H. V. (2017). *The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction in Intercity Public Transportation: A Case of a Alsaedy High Class Bus Service*.
- Manullang, I. (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan Pt. Garuda Indonesia Airlines Di Bandara Polonia Medan. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan Pt. Garuda Indonesia Airlines Di Bandara Polonia Medan*, 95.
- Marismiati, H. H. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa BRT Transmusi Palembang*. (81617).
- McCarthy dan Perreault. (1995). *Pemasaran, Sebuah Ancangan Manajerial Global* ((Alih Bahasa: Maulana A), Ed.). Jakarta: Binarupa Alisara.
- Moenir. (1995). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nyongesa Murambi, D., & M. Bwisa, P. H. (2014). Service Quality and Customer Satisfaction in Public Transport Sector of Kenya: A Survey of Shuttle Travelers in Kitale Terminus. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(9), 402–412. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v4-i9/1167>

- Philip Kotler & Kevin lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Srikandi Rahayu. (2015). Pengertian Gojek.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanti, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi Terhadap Kepuasan Konsumen Armada Bus Transzentrum Madu Kismo Di Kabupaten Grobongan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Andi Offset , Yogyakarta.
- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.310>
- Uma Sekaran. (2016). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis* (Edisi 4, B). Jakarta: Salemba Empat.
- Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman, L. L. B. (1990). *Delivering Quality Service* (1st ed.). New York: The Free Press.
- Valarie A. Zeithaml, M. J. B. (1996). *Services Marketing* (1st ed.). New York: The McGRAW-HILL COMPANIES, INC.
- Wardani, T. U. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Transportasi Gojek*.
- Wikaningtyas, S. U. (1998). *Menciptakan Kepuasan Dalam Organisasi Jasa*. Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha.