

Analisis Kepuasan Pelanggan Gojek Di Pandaan Menggunakan Metode *Structural Equation Modelling* (SEM)

Rion Prihans Pamungkas¹, Wiwik Sulistiyowati²,

^{1,1}Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
E-mail: ¹[*¹rionprihan@gmail.com](mailto:rionprihan@gmail.com), ²Wiwik@Umsida.ac.id,

Abstrak – Perusahaan jasa pelayanan yang saat ini berkembang adalah perusahaan angkutan roda dua dikenal dengan sebutan gojek. Gojek merupakan penyedia layanan jasa ojek online yang selalu meningkatkan kualitas layanan serta menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan layanan transportasi lainnya. Namun gojek memiliki permasalahan yang terkait dengan persoalan pelayanan. Pelayanan berbasis online ini hanya dibatasi untuk pengguna ponsel android, sehingga pelanggan hanya dibatasi oleh kalangan tertentu. Jika diperhatikan ada banyak hal yang harus diperbaiki dalam layanan Gojek yang saat ini terutama masalah keselamatan, kenyamanan dan ketetapan untuk kejadian nyata untuk keluhan tentang keselamatan banyak yang mengeluh mengenai tidak diberikan helm, tidak diberikan jas hujan dan driver mengebut saat mengemudi. Untuk keluhan kenyamanan banyak keluhan tentang keramahan, kebersihan *driver* dan kebersihan kendaraan. Untuk keluhan mengenai ketetapan banyak keluhan mengenai estimasi waktu diaplikasi tidak sesuai dengan kenyataan dan juga tarif tidak pasti. Tujuan dari peneliti ini adalah untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan oleh gojek di pandaan, maka menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*). SEM adalah teknik analisis multivariat yang dibangun berdasarkan teori yang mendukung penelitian. Permodelan ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara konstruk kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen. Hasil dari penelitian ini hanya dari tiga variabel saja yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen dalam model dan hipotesa yang diterima hanya tiga dari lima hipotesa yang ditentukan, yaitu bukti fisik, ketanggapan, dan jaminan.

Kata Kunci — Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan *Structural Equation Modelling* (SEM)

1. PENDAHULUAN

Transportasi merupakan moda yang sangat penting untuk menunjang aktivitas manusia dalam melakukan mobilitas sehari-hari, dengan itu harus mempersiapkan secara baik dan aman karena dapat mempengaruhi aktivitas seperti perekonomian, angkutan barang atau jasa, angkutan penumpang. Kemajuan serta penggunaan teknologi saat ini sebagian besar telah mempengaruhi setiap bidang pada sektor pelayanan yang kini semakin beragam untuk dapat memenuhi setiap kebutuhan hidup masyarakat. Perusahaan jasa pelayanan yang saat ini berkembang adalah perusahaan angkutan roda dua dikenal dengan sebutan gojek. Gojek merupakan penyedia layanan jasa ojek online yang selalu meningkatkan kualitas layanan serta menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan layanan transportasi lainnya.

Pelanggan yang menggunakan pelayanan Gojek juga terus berkembang setiap hari, terutama dengan sistem pembayaran Gopay yang mudah digunakan. Meskipun Gojek menjadi acuan keuntungan layanan ojek berbasis mobile, transportasi ojek online semacam ini tidak lepas dari persoalan yang menjadi kendala dalam beroperasi. Permasalahan yang dialami oleh Gojek terkait dengan persoalan pelayanan. Pelayanan berbasis online ini hanya dibatasi untuk pengguna ponsel android, sehingga pelanggan hanya dibatasi oleh kalangan tertentu. Jika diperhatikan ada banyak hal yang harus diperbaiki dalam layanan Gojek yang saat ini terutama masalah keselamatan kenyamanan dan ketetapan untuk

kejadian nyata untuk keluhan tentang keselamatan banyak yang mengeluh mengenai tidak diberikan helm, tidak diberikan jas hujan dan driver mengebut saat mengemudi. Untuk keluhan kenyamanan banyak keluhan tentang keramahan, kebersihan *driver* dan kebersihan kendaraan. Untuk keluhan mengenai ketetapan banyak keluhan mengenai estimasi waktu diaplikasi tidak sesuai dengan kenyataan dan juga tarif tidak pasti. Dari keluhan tersebut menyebabkan ketidakpuasan pelanggan yang mengakibatkan pembatalan dan penurunan penilaian dari konsumen. Konsumen gojek mengeluhkan layanan yang mereka gunakan dengan berbagai alasan. Dengan hal tersebut *driver* gojek harus mempertahankan nilai yang baik agar mereka mendapatkan rating yang cukup baik sehingga tidak terjadinya pemutusan mitra kerja.

Dalam penelitian ini, analisis kualitas layanan menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) merupakan metode analisis multivariat berdasarkan teori yang mendasari penelitian dengan melakukan olah data regresi atau analisis jalur. Sem terdapat tiga kegiatan secara bersamaan, yaitu pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrument (*confirmatory factor analysis*), pengujian model hubungan antara variabel (*path analysis*), dan mendapatkan model yang cocok untuk prediksi (analisis model struktural dan analisis regresi). Model ini digunakan untuk menggambarkan hubungan antara konsep kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

Dengan menggunakan Metode *Structural Equation Modelling* Hasil yang di harapkan mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan juga

mengetahui indikator yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen serta mengetahui model kepuasan konsumen.

1.1. Transportasi Online

Transportasi merupakan bidang yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, mengingat kebutuhan masyarakat Indonesia akan transportasi sangat tinggi. Dewasa ini, bidang transportasi di Indonesia sedang digencarkan dengan munculnya transportasi berbasis aplikasi atau biasa disebut dengan transportasi online. Transportasi online merupakan transportasi yang memanfaatkan aplikasi sebagai media pemesanan untuk memudahkan konsumen dalam hal pemenuhan kebutuhan transportasi, penggabungan bisnis penyedia jasa transportasi [1]

1.2. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. [2]

1.3. Dimensi Kepuasan Konsumen

Kualitas adalah kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Mengungkapkan bahwa ada lima dimensi kualitas jasa. Kelima dimensi tersebut adalah *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (produk-produk fisik). Berikut merupakan pengukuran kepuasan dalam melayani konsumen adalah:

- a. Bukti Langsung (*Tangibles*)
Yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi yang dapat dilihat dan diapresiasi dengan baik.
- b. Empati (*Empathy*)
Yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, perhatian peribadi dan memahami tentang kebutuhan

individual pelanggan, serta pengetahuan untuk dihubungi.

- c. Ketanggapan (*Responsiveness*)
Yaitu kemampuan untuk memolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
- d. Keandalan (*Reliability*)
Yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan memberikan layanan dengan cepat, akurat, konsisten, serta memuaskan.
- e. Jaminan (*Assurance*)
Yaitu mencakup informasi, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang memiliki para staff yang memiliki hubungan dengan jaminan yang telah diberikan, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.[3]

1.4. Kuesioner

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian melalui kuesioner (angket). Kuesioner (angket) adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan kepada responden untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti. Kuesioner penelitian terdiri dari 3 bagian, yaitu:

1. Identitas Responden, bertujuan untuk mengetahui data diri responden sehingga dapat digunakan sebagai pengklasifikasian jawaban.
2. Tingkat Kepentingan, yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang tingkat kepentingan terhadap atribut-atribut pelayanan.
3. Tingkat harapan dan tingkat kepuasan, yang bertujuan untuk mengetahui tingkat harapan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut pelayanan [4]

1.5 Skala Pengukuran

Terdapat berbagai macam skala pengukuran yang dapat digunakan dalam penelitian. Skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Skala ini merupakan suatu skala psikometrik yang biasa diaplikasikan dalam angket dan paling sering digunakan untuk riset yang berupa survei, termasuk dalam penelitian survey [5]. Indikator-indikator diukur dengan skala penilaian Likert yang memiliki lima tingkat preferensi jawaban yang masing-masing mempunyai nilai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS) = Bobot 1
2. Tidak Setuju (TS) = Bobot 2
3. Cukup Setuju (CS) = Bobot 3
4. Setuju (S) = Bobot 4
5. Sangat Setuju (SS) = Bobot 5

1.6 Metode *Structural Equation Modeling* (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan metode yang teknik analisis statistika mendukung dalam pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit selama menganalisis. SEM menggunakan metode statistik untuk menyajikan data dalam pencapaian tujuan penelitian dan dapat menerapkan banyak model dalam menjawab rumusan masalah penelitian. *Structural equation modelling* (SEM) adalah mempunyai satu teknik analisis statistik juga dapat digunakan untuk membangun serta menguji model statistik dalam bentuk model-model sebab akibat. SEM digunakan untuk menganalisis data dengan cara memeriksa serta membenarkan suatu model. Model yang dimaksud diantaranya adalah analisis regresi (*regression analysis*), analisis jalur (*path analysis*), dan analisis faktor konfirmatori (*confirmatory factor analysis*). [6]

2 METODE PENELITIAN

2.1 Tahap Pengumpulan Data

Metode penelitian menggunakan metode *Struktural Equation Modeling* dengan beberapa tahapan proses penelitian untuk memperoleh proses penelitian yang berjalan sistematis, berikut ini langkah langkah yang digunakan yaitu dengan proses pengumpulan data dan pengolahan data:

1. Observasi
Observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah melakukan pengamatan serta peninjauan secara langsung terhadap objek serta bagian dari kegiatan di lapangan serta juga melakukan survey secara langsung di wilayah pandaan agar dapat mengetahui langsung bagaimana kegiatan yang terjadi di wilayah pandaan.
2. Wawancara
Metode wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara acak baik terstruktur maupun tidak terstruktur dengan tujuan untuk memperoleh informasi secara luas dan akurat mengenai ojek penelitian. Wawancara yang dilakukan pada saat penelitian ini dilakukan secara terstruktur dengan tanya jawab melalui pertanyaan yang sudah disiapkan kemudian melakukan wawancara langsung kepada para pengendara transportasi online (Gojek) atau tokoh masyarakat dan pelanggan gojek.
3. Kuesioner
Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memberikan deretan pertanyaan yang akan diisi pada kertas atau melalui *website* secara *online* dan didampingi dalam melakukan pengisiannya agar isi dari kuesioner sesuai dengan apa yang dirasakan oleh responden. Terdapat dua macam kuesioner, yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner tertutup, pada kuesioner

tersebut sudah tersedia pilihan jawabannya sehingga memudahkan responden untuk memilih dan menjawab pertanyaan yang telah disiapkan secara langsung. Kuesioner ini ditujukan kepada pengguna layanan gojek.

2.2 Indikator Penelitian

Variabel laten yang terbentuk dalam kerangka teoritis penelitian masih belum dapat dikatakan sebagai variabel yang terukur sehingga membutuhkan variabel indikator sebagai dasar modal pengukurannya. Tabel 1 berikut ini menunjukkan variabel dan indikator penelitian yang menjadi bahan penyusunan question research penelitian.

Tabel 1 Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Bukti Fisik (X1)	Gojek menggunakan sepeda motor yang layak jalan dan tidak di modifikasi.(X1.1)
	Gojek memberikan perlengkapan keamanan berkendara seperti helm.(X1.2)
	Gojek menggunakan identitas perusahaan berupa jaket berwarna hijau dengan logo gojek.(X1.3)
	<i>Driver</i> gojek berpakaian dengan rapi.(X1.4)
	Kendaraan dan plat motor sesuai aplikasi(X1.5)
Empati (X2)	Gojek memberikan rasa nyaman terhadap pelanggan (X2.1)
	<i>Driver</i> gojek mengucapkan salam pembuka (selamat pagi/siang/malam) pada awal pelayanan (X2.2)
	Memperhatikan keselamatan (X2.3)
	kepada pelanggan(X2.4) <i>Driver</i> Gojek memberitahu-kan penggunaan helm yang benar
	<i>Driver</i> gojek membantu pelanggan pada saat akan menaiki sepeda motor (X2.5)
Kehandalan (X3)	Ada pemberitahuan dengan jelas apabila terjadi keterlambatan pelayanan kepada pelanggan(X3.1)
	Gojek mengemudikan motor dengan menaati peraturan tata tertib berlalu lintas(X3.2)
	Gojek mengenakan tarif sesuai dengan harga yang tertera pada aplikasi gojek(X3.3)
	Gojek memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan(X3.4)
	Gojek memberikan pelayanan selama 24 jam(X3.5)
	<i>Driver</i> gojek segera datang setelah pelanggan melakukan

Ketanggapan (X4)	order melalui aplikasi gojek(X4.1)
	Kesediaan <i>driver</i> dalam membantu konsumen dengan cepat (X4.2)
	<i>Driver</i> cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan (X4.3)
	Gojek mengkonfirmasi order konsumen secara cepat dengan menelfon konsumen untuk memastikan (X4.4)
	<i>Driver</i> gojek membantu membawahi barang konsumen (X4.5)
Jaminan (X5)	Gojek menyediakan layanan pengaduan yang tersedia pada aplikasi gojek (X5.1)
	Gojek menjaga kerahasiaan data nomor ponsel pribadi pengguna jasa gojek (X5.2)
	<i>Driver</i> gojek mempunyai pengetahuan informasi jalan/alamat yang akan dituju (X5.3)
	Keramahan <i>driver</i> dalam memberikan pelayanan(X5.4)
	<i>Driver</i> gojek menjamin penumpang selamat sampai tujuan (X5.5)
Kepuasan Konsumen (Y1)	Pelayanan yang diberikan gojek sesuai dengan keinginan saya(Y1.1)
	Gojek memberikan pelayanan yang baik (Y1.2)
	Pelanggan percaya bahwa menggunakan jasa gojek biasanya merupakan pengalaman memuaskan (Y1.3)
	Saya puas dengan layanan gojek dibandingkan dengan penyedia layanan transportasi ojek online lain (Y1.4)
	Pelayanan yang di berikan gojek cepat dan tepat sesuai dengan harapan saya(Y1.5)

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum

Pada penelitian kualitas pelayanan pada pelayan *Gojek* di pndaan memiliki jumlah responden sebanyak 150 responden untuk mengisi kuesioner yang telah di sebar. Ukuran sampel penelitian ini mengacu bahwa jumlah sampel dapat di hitung dengan besarnya parameter dikali 5 sampai dengan 10, yang telah disebarkan kepada responden yang diharapkan dapat mewakili seluruh populasi masyarakat umum.

3.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur validitas instrumen, yaitu suatu intsrumen pengukur dikatakan valid jika intsrumen tersebut mengukur apa

yang seharusnya diukur. Validitas penunjukan tingkat ketepatan antara data yang diteliti oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	Keterangan
Bukti Fisik	X1.1	0,515	Valid
	X1.2	0,831	Valid
	X1.3	0,787	Valid
	X1.4	0,795	Valid
	X1.5	0,746	Valid
Empati	X2.1	0,880	Valid
	X2.2	0,830	Valid
	X2.3	0,868	Valid
	X2.4	0,836	Valid
	X2.5	0,737	Valid
Kehandalan	X3.1	0,764	Valid
	X3.2	0,725	Valid
	X3.3	0,726	Valid
	X3.4	0,838	Valid
	X3.5	0,828	Valid
Ketanggapan	X4.1	0,864	Valid
	X4.2	0,869	Valid
	X4.3	0,847	Valid
	X4.4	0,833	Valid
	X4.5	0,764	Valid
Jaminan	X5.1	0,770	Valid
	X5.2	0,841	Valid
	X5.3	0,661	Valid
	X5.4	0,818	Valid
	X5.5	0,866	Valid
Kepuasan Konsumen	Y1.1	0,759	Valid
	Y1.2	0,884	Valid
	Y1.3	0,886	Valid
	Y1.4	0,847	Valid
	Y1.5	0,867	Valid

Hasil olah data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi dari masing-masing indikator memiliki nilai lebih besar dari 0,3 ($r \geq 0,30$), hal ini menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian yang digunakan adalah valid.

3.3 Uji Reliabilitas

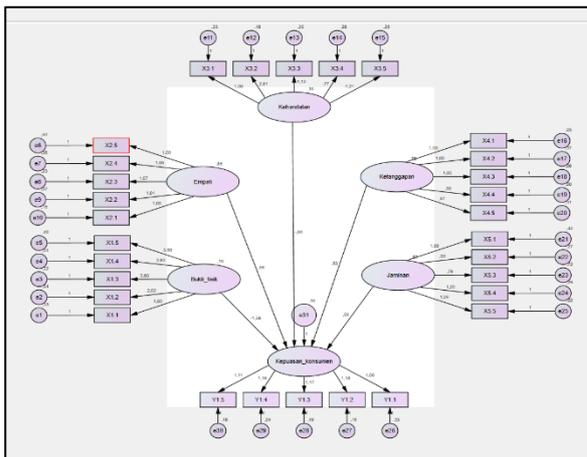
Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan nilai cronbach's alpha dengan taraf α diatas 0,6 (cronbach's alpha $\geq 0,6$). Hasil uji reliabilitas dari variabel-variabel yang diuji dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan	0,978	Reliabel

3.4 Pengujian Struktural Model

Pada uji struktural *modelling* ini diketahui hubungan antar konstruk yang mempunyai hubungan *Causal* atau sebab akibat. Dengan mengetahui uji struktural model, dapat diketahui bahwa model sudah fit pada setiap variabel eksogen dan endogen, jika ada yang tidak fit maka harus dimodifikasi sampai model menjadi fit.

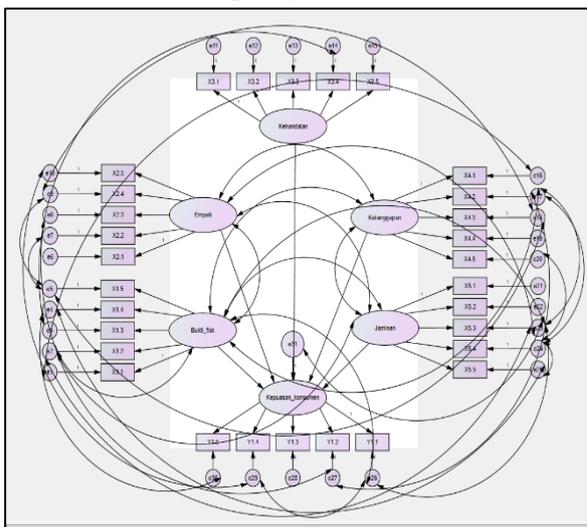


Gambar 1. Model SEM Keseluruhan

Dari hasil yang ditunjukkan pada gambar 1 dapat diketahui bahwa keterangan nilai *Godness of index* (GFI) 0,542 *Comparative fit index* (CFI) sebesar 0,666, *Normo fit index* (NFI) 0,614. Tapi pada model ini tidak ada satu pun nilai yang di atas 0,9 atau mendekati 1 maka model tidak fit dan harus di modifikasi.

3.5 Modifikasi Model

Pada proses memodifikasi model pada dasarnya sama dengan mengulang proses pengujian pada data tersebut. Namun pada proses ini membutuhkan tambahan data untuk mengidentifikasi variabel yang akan diolah lebih lanjut. Untuk memodifikasi model menggunakan rekomendasi yang dapat dihasilkan oleh *Software* AMOS 24 terdapat pada menu *Output* yang bernama *Modification Inside*. Pada *Output* tersebut menunjukkan variabel yang perlu dimodifikasi agar model menjadi fit. Berikut dapat dilihat hasil modifikasi model pada gambar 2.



Gambar 7. Model SEM Modifikasi

Pada hasil yang didapat dari uji struktural model yang telah dimodifikasi pada gambar 4.11 memberikan keterangan model yang dapat dinyatakan fit karena ada parameter yang memenuhi nilai standar dengan nilai ≥ 0.9 atau mendekati 1 diantaranya terdapat pada parameter *Comparative Fit Index* (CFI) dengan nilai 0,917.

3.6 Pengujian Hipotesa

Setelah semua model sudah pastikan fit maka langkah selanjutnya adalah menguji kausalitas yakni menguji apakah antar variabel sesuai dengan hipotesa. Parameter ada tidaknya pengaruh secara parsial dapat diketahui berdasarkan nilai CR (*Critical Rasio*), P (*Probability*), t-*value*.

Tabel 9. Hasil Pengujian Hipotesa

Hipotesa	Hubungan	Nilai CR, Probabilitas, dan t-value		Keterangan
		Standar	Hasil Output	
H1	Bukti Fisik	CR>1,96 P < 0,05 T > 0,05	CR>-3,633 P<0,000 T>-4,948	Signifikan
H2	Empati	CR>1,96 P < 0,05 T > 0,05	CR>0,854 P<0,925 T>0,104	Tidak Signifikan
H3	Kehandalan	CR>1,96 P < 0,05 T > 0,05	CR>0,854 P<0,393 T>0,094	Tidak Signifikan
H4	Ketanggapan	CR>1,96 P < 0,05 T > 0,05	CR>-2,103 P<0,015 T>-1,030	Signifikan
H5	Jaminan	CR>1,96 P < 0,05 T > 0,05	CR>2,545 P<0,011 T>3,789	Signifikan

3.7 Usulan dari Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terdapat usulan perbaikan layanan yang ditujukan kepada *Driver Gojek* di pandaan yang berhubungan dengan kepuasan konsumen yang disebabkan oleh beberapa faktor.

1. Untuk Variabel bukti fisik indikator terlemah adalah indikator Gojek menggunakan sepeda motor yang layak jalan dan tidak di modifikasi (X1.1) yang berarti Kualitas layanan yang diberikan Gojek sudah cukup baik sehingga dapat memuaskan pelanggan, tetapi akan lebih baik lagi jika *Driver Gojek* menggunakan sepeda motor layak jalan dan tidak di modifikasi agar dapat mengurangi tingkat resiko terjadinya kecelakaan lalu lintas akibat kelalaian dalam melakukan perawatan terhadap kendaraan itu sendiri. [7]
2. Untuk variabel empati indikator terlemah adalah indikator *Driver gojek* membantu pelanggan pada saat akan menaiki sepeda motor (X2.5) yang berarti Kualitas layanan yang diberikan Gojek sudah cukup baik sehingga dapat memuaskan pelanggan, tetapi akan lebih baiknya jika *Driver Gojek* memiliki sikap (*Empathy*) yang merupakan kepedulian terhadap pelanggan. Dengan cara membantu pelanggan pada saat menaiki sepeda motor, terutama pada pelanggan di kalangan lansia untuk menjamin keamanan serta keselamatan pelanggan selama proses perjalanan. [8]
3. Untuk variabel kehandalan indikator terlemah adalah indikator Gojek memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan (X3.4) yang menunjukkan bahwa Gojek memberikan kemudahan dalam melakukan

pemesanan kurang baik sehingga perlu adanya evaluasi dan perbaikan. Perusahaan Gojek perlu melakukan kegiatan-kegiatan marketing yang dilakukan secara langsung oleh Gojek melalui survey pasar agar dapat meningkatkan pengetahuan dari pelanggan dalam mengoperasikan aplikasi Gojek untuk melakukan pemesanan.[9]

4. Untuk variable ketanggapan indikator terlemah adalah indikator *Driver* gojek membantu membawahi barang konsumen (X4.5) yang menunjukkan bahwa *Driver* Gojek membantu membawa barang konsumen pada Gojek kurang baik sehingga perlu adanya evaluasi dan perbaikan. Sebaiknya Gojek, berdasarkan variabel kualitas pelayanan terdapat tanggapan responden pada indikator *Empathy* (empati), maka Gojek harus perlu meningkatkan kualitas pelayanan dalam segi kesigapan pelayanan, hubungan antara jasa yang diberikan Gojek terhadap pelanggan bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. [10]
5. Untuk variabel jaminan indikator terlemah adalah indikator *Driver* gojek mempunyai pengetahuan informasi jalan/alamat yang akan dituju (X5.3) yang menunjukkan bahwa adalah *Driver* gojek mempunyai pengetahuan informasi jalan/alamat yang akan dituju yang ditetapkan pada Gojek kurang baik sehingga perlu adanya evaluasi dan perbaikan. Sebaiknya *Driver* Gojek dapat menggunakan akses internet untuk mengakses fitur GPS sebagai pendukung pelayanan. Penggunaan figure GPS dapat memberikan kesempatan untuk memperoleh kepastian mengenai jarak dan arah yang mampu melacak keberadaan pelanggan. [11]

4. SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian adalah:

1. H1: Terdapat hubungan signifikan antara bukti fisik dengan kualitas layanan
2. H2: Tidak terdapat hubungan signifikan antara empati dengan kualitas layanan.
3. H3: Tidak terdapat hubungan signifikan antara kehandalan dengan kualitas layanan.
4. H4: Terdapat hubungan signifikan antara ketanggapan dengan kualitas layanan
5. H5: Terdapat hubungan signifikan antara jaminan dengan kualitas layanan

5. SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Rekomendasi saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya adalah dengan menambahkan variabel-variabel kualitas layanan sehingga Analisa tingkat kepuasan

konsumen dapat lebih signifikan lagi dan untuk penelitian selanjutnya di harapkan lebih luas jangkauannya

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Marsaoly, Nurmaiya, dkk. 2020. "Persepsi Masyarakat Tentang AngkutanOnline di Kota Ternate". Program Studi Teknik Sipil, Universitas Khairun. Volume. 10, No. 2. Hal. 350-354.
- [2] Akbar, Nur Robby, dkk. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan". Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya. Volume. 30, No. 1. Hal. 1-8.
- [3] Matantu Ret Ningsih, dkk. 2020. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. Jurnal Productivity". Volume. 1, No. 4. Hal. 355-360.
- [4] Wahyuni, Hana C, et.all. 2015. "Pengendalian Kualitas: Aplikasi pada industry jasa dan manufaktur dengan Lean, Six Sigma dan Servqual". Cetakan 1. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- [5] Suwandi, Edi, dkk. 2019. "Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert Pada Layanan Speedy Yang Bermigrasi Ke Indihome". Jurusan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Tanjungpura. Volume. 1, No.1 Hal. 1-11
- [6] Lukaraja Munahaji, dkk. 2020. "Structural Equation Modeling (SEM) Untuk Menganalisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Jsa PT. PLN (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Desa Buano Utara". Volume. 2, No. 2. Hal. 93-102.
- [7] Amaliah, Rizqi Ulla, dkk. 2020. "Faktor-faktor Yang Berhubungan Dengan Kejadian Kecelakaan Pada Pengendara Ojek Online Batam" Universitas Ibnu Sina. Volume 2, No1. Hal. 1-9.
- [8] Mar'ati, Nafisa Choirul. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online". Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya. Volume. 4, No. 3. 1-12.
- [9] Ali Muhammad, dkk. 2018. "Faktor-faktor Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Penggunaan Jasa Ojek Online (Gojek) Di Kota Mataram". Prodi Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Mataram. Volume. 6, No. 2. Hal 75-84.
- [10] Musdalifah dan Fauzan Noor. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online (Gojek)". Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Samarinda. Volume. 23, No. 2. Hal. 498-504.
- [11] Amajida Fania Darma. 2016. "Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan Studi Tentang Ojek Online Go-jek Di Jakarta". Universitas Indonesia. Volume. 46, No. 1. Hal. 116-128.