

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS  
PELAYANAN DRIVER OJEK ONLINE (GOJEK) PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**TUGAS AKHIR**

*Di ajukan kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen  
Perdagangan (DIII) sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Ahli Madya*



Oleh :

**MUTHIA AIDA FITRI**

**17134106**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2020**

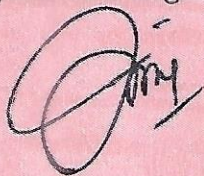
**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN  
DRIVER OJEK ONLINE (GOJEK) PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**Nama** : MUTHIA AIDA FITRI  
**NIM/TM** : 1713416/2017  
**Program Studi** : Manajemen Perdagangan (DIII)  
**Fakultas** : Ekonomi

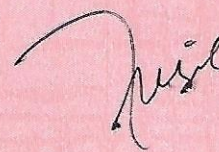
**Padang, November 2020**

**Diketahui Oleh,  
Koordinator Program Diploma III  
Manajemen Perdagangan**



**Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D**  
**NIP. 19751209 199903 2 001**

**Disetujui Oleh,  
Pembimbing Tugas Akhir**



**Awisal Fasyni, SP, MM**  
**NIDN. 0025029001**

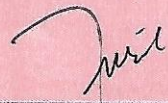
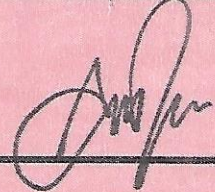
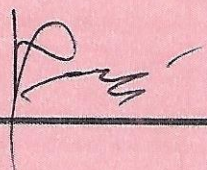
**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN  
DRIVER OJEK ONLINE (GOJEK) PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**Nama : MUTHIA AIDA FITRI**  
**NIM/TM : 17134106/2017**  
**Program studi : Manajemen Perdagangan (DIII)**  
**Fakultas : Ekonomi**

**Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Manajemen Perdagangan Diploma III (DIII)  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang**

**Padang, November 2020**

<b>Nama</b>	<b>Tim Penguji</b>	<b>Tanda Tangan</b>
<b>Awisal Fasyni, SP, MM</b>	<b>(Ketua)</b>	 _____
<b>Arief Maulana, SE, MM</b>	<b>(Anggota)</b>	 _____
<b>Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak</b>	<b>(Anggota)</b>	 _____

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muthia Aida Fitri  
Thn. Masuk/Nim : 2017/17134106  
Tempat/Tgl.Lahir : Padang/07 Januari 1999  
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Perum. Taman Graha Indah Lestari Blok C-6  
Judul Tugas Akhir : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online (Gojek) Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Dengan ini menyatakan bahwa:

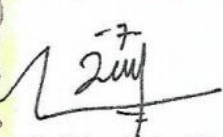
1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik di Universitas Negeri Padang maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas akhir ini sah apabila ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa cabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, November 2020

Menyatakan,



  
Muthia Aida Fitri  
17134106

## ABSTRAK

**Muthia Aida Fitri : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online (Gojek) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang**  
**Nim/Tahun : 17134106/2017**  
**Pembimbing : Awisal Fasyni, SP, MM**

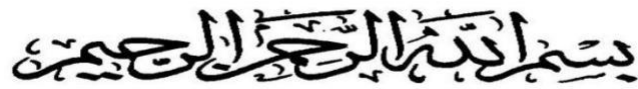
Kepuasan konsumen adalah evaluasi penilaian seseorang berupa perasaan senang atau kecewa yang terjadi setelah membandingkan antara yang di inginkan terhadap produk atau jasa yang digunakan dengan kenyataan yang di terima. Sedangkan kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Upaya meningkatkan mutu pelayanan driver Gojek perlu diketahui tingkat kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan driver Gojek pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan memperoleh data langsung melalui kuesioner. Teknik pengumpulan data dalam penulisan tugas akhir ini dengan cara penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden dengan mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan : (1) Dimensi Keandalan mendapatkan skor 84,88% (2) Dimensi Responsivitas mendapatkan skor 84,00% (3) Dimensi Jaminan mendapatkan skor 80,64% (4) Dimensi Empati mendapatkan skor 82,31% (5) Dimensi Wujud mendapatkan skor 82,30%, artinya Dimensi Jaminan mendapatkan skor terendah dengan kategori baik. Disarankan kepada driver Gojek untuk lebih memperhatikan keinginan atau keluhan konsumen agar konsumen merasa nyaman dan puas menggunakan layanan Gojek.

**Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan**

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia dan limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online (Gojek) pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.”** Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Allah SWT yang telah menganugrahkan kepada penulis kemampuan berfikir sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dan tepat pada waktunya.
2. Untuk Orang Tuaku yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan baik yaitu Ayahanda Zulkifli ST dan Ibunda Mainizar Abdullah S.sos.
3. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D selaku ketua Program Studi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi.
5. Ibu Awisal Fasyni, SP, MM selaku pembimbing tugas akhir yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan saran serta nasehat dalam berbagai hal terutama dalam penyusunan tugas akhir ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
6. Bapak Arief Maulana, SE, MM selaku dosen penguji tugas akhir.

7. Bapak Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak selaku dosen penguji tugas akhir.
8. Bapak Firman, SE, M.Sc selaku Dosen Pembimbing Akademik.
9. Bapak dan ibu Dosen, Staff Pengajar dan Karyawan program studi DIII FE UNP yang telah membimbing dan berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis selama diperkuliahan.
10. Saudara kandung penulis yang selalu membantu, mendukung dan memberikan semangat, yaitu Kakak Rezy Laila Rahmah, SE dan Kakak Lathifah Azizah, SE.
11. Teman-teman program studi DIII FE UNP khususnya Manajemen Perdagangan angkatan 2017 yang sama-sama berjuang dan memberikan banyak motivasi, saran serta dukungan yang sangat berguna bagi penulis.
12. Teman-teman lainnya diluar wilayah kampus yang selalu memberikan semangat selama penulis mengerjakan tugas akhir.

Semoga segala bimbingan, bantuan dan motivasi yang telah diberikan menjadi amal kebaikan dan mendapat balasan yang sesuai dari Tuhan Yang Maha Esa. Dengan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan kesempurnaan penelitian tugas akhir dimasa mendatang.

Padang, November 2020

Muthia Aida Fitri  
17134106

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A. Kepuasan Konsumen .....	9
B. Kualitas Pelayanan.....	13
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir .....	18
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
C. Rancangan Penelitian .....	19
D. Sampel.....	21



E. Instrumen Penelitian.....	22
F. Teknis Analisis .....	26
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	29
B. Hasil Penelitian.....	32
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>51</b>
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>56</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar Skala Jawaban Pertanyaan. ....	22
Tabel 2. Item Pernyataan Kuesioner .....	23
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan .....	33
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan .....	34
Tabel 6. Data Rata-rata Dimensi Kepuasan Konsumen .....	35
Tabel 7. Distribusi Dimensi Keandalan .....	37
Tabel 8. Distribusi Dimensi Responsivitas .....	40
Tabel 9. Distribusi Dimensi Jaminan .....	42
Tabel 10. Distribusi Dimensi Empati .....	45
Tabel 11. Distribusi Dimensi Wujud .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perkembangan Transportasi Ojek Online di Kota Padang.....	3
Gambar 2. Tarif Transportasi Ojek Online di Kota Padang.....	4
Gambar 3. Keluhan Konsumen Terhadap Driver Ojek Online (Gojek) .....	5
Gambar 4. Logo Lama PT. Gojek Indonesia .....	30
Gambar 5. Logo Baru PT. Gojek Indonesia.....	31

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data Responden

Lampiran 3. Tingkat Capaian Responden (TCR)

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era yang modern seperti sekarang ini, transportasi menjadi salah satu penunjang penting dalam kegiatan sehari-hari terutama daerah perkotaan. Transportasi yang baik dapat mencerminkan keteraturan kota yang baik pula, hal ini disebabkan karena transportasi merupakan suatu alat bantu dalam mengarahkan pembangunan di daerah perkotaan. Selain itu, transportasi juga merupakan suatu prasarana bagi pergerakan manusia atau barang yang timbul akibat adanya kegiatan di daerah perkotaan. Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian, memperkuat persatuan dan kesatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan. Transportasi dapat membantu perekonomian yang baik disuatu daerah bahkan di suatu Negara (Fahrída, 2011). Semakin baik dan tertatanya transportasi disuatu daerah akan semakin baik pula perekonomiannya. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat mempengaruhi kebutuhan akan jasa transportasi yang semakin meningkat pula, hal ini lah yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

Dengan bermunculan berbagai masalah transportasi, semakin banyak pula bisnis di sektor jasa transportasi baik itu bisnis skala besar seperti taxi, bus dan lain-lain sampai dengan bisnis skala kecil seperti ojek

pangkalan. Namun untuk memenuhi kebutuhan akan jasa transportasi tersebut, perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang lebih baik dan inovatif. Inovasi tidak hanya merupakan suatu proses penciptaan sesuatu yang baru, tetapi dia juga merupakan produk aktual atau *outcome* (hasil). Bagi suatu jasa, outcome bukan merupakan suatu hasil output, melainkan modifikasi dari pelayanan yang sudah ada (Tjiptono, 2012).

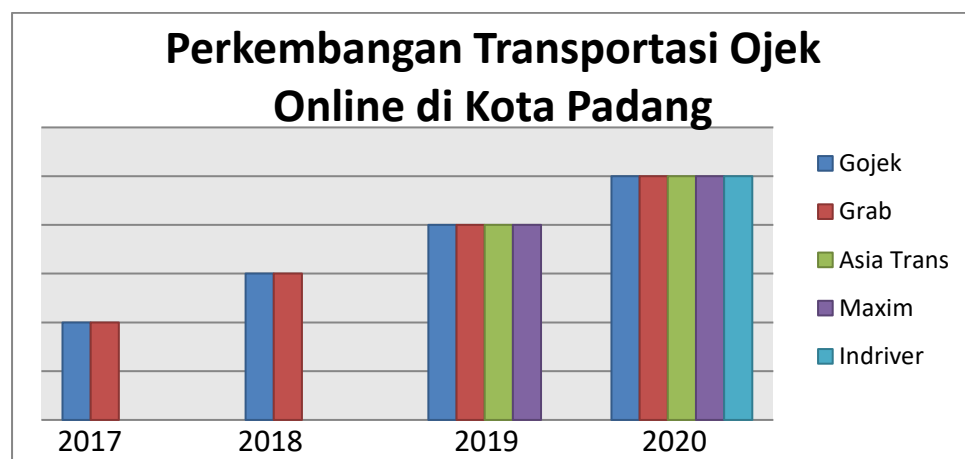
Sejalan dengan pesatnya teknologi informasi komunikasi, teknologi transportasi pun tak kalah berkembang pesatnya. Saat ini banyak bermunculan jasa transportasi online di Indonesia seperti gojek, grab, maxim dan lain-lain.

Gojek merupakan salah satu penyedia layanan jasa transportasi online khususnya sepeda motor. Gojek resmi berdiri pada tanggal 13 Oktober 2010 dengan 20 pengemudi. Pada saat itu, Gojek masih menggunakan call center untuk menghubungkan penumpang dengan driver Gojek. Dipertengahan tahun 2014, Gojek akhirnya meluncurkan aplikasi berbasis iOS dan Android untuk menggantikan sistem pemesanan menggunakan call center. Gojek adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek. Gojek menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian di tengah kemacetan. Aplikasi Gojek dapat diunduh pada smartphone yang memiliki sistem operasi iOS dan Android. Dengan menggunakan aplikasi di *smartphone* kemudian gojek akan menjemput konsumennya dan

mengantar pelanggan sampai pada tempat tujuannya. Tidak hanya untuk antar-jemput, Gojek pun menyediakan berbagai layanan lain seperti GoFood yang dapat menjemput makanan favorite anda dari mana saja sesuai pesanan anda, kemudian ada GoMart salah satu layanan Gojek yang siap sedia untuk membelanjakan kebutuhan anda sehari-hari dan masih banyak lagi fitur-fitur yang di berikan oleh Gojek Indonesia. Gojek memanfaatkan media elektronik, dengan itu akses untuk pemesanan Gojek lebih mudah bagi konsumen khususnya di Kota Padang.

Tingginya tingkat pengguna ojek online, mengakibatkan semakin berkembangnya jasa transportasi ojek online tersebut. Seiring berjalannya waktu jasa transportasi ojek online di Kota Padang semakin bertambah banyak. Perkembangan jasa transportasi ojek online dalam empat tahun terakhir juga terus meningkat (Gambar 1).

Berikut adalah data tentang perkembangan transportasi ojek online di Kota Padang, sebagai berikut:

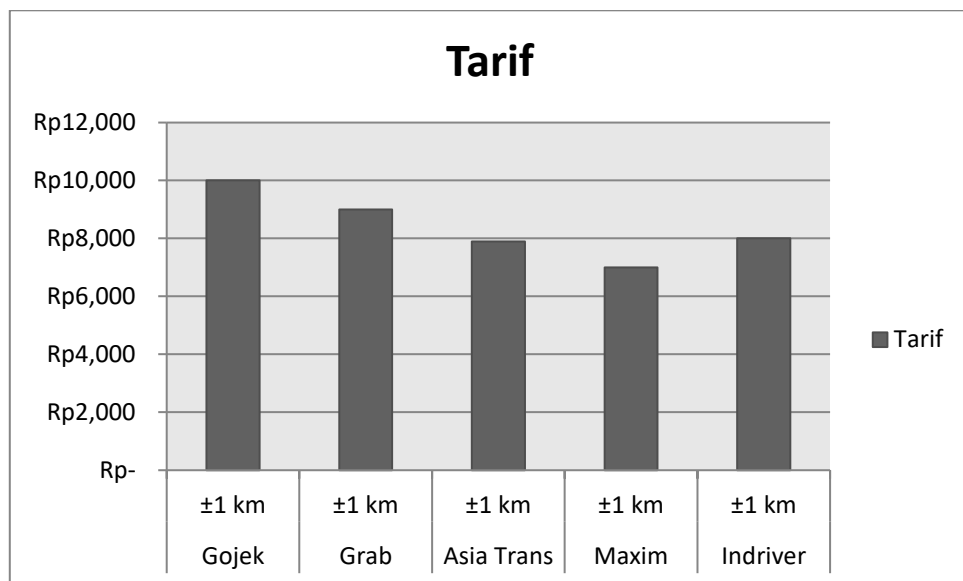


**Gambar 1. Perkembangan Transportasi Ojek Online di Kota Padang**

Sumber: KlikPositif.com, Tahun 2018&2020. Kabarsumbar.com, Tahun 2017. padang.tribuannews.com, Tahun 2019. Pt-asia-trans-padang.business.site.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa dari tahun ke tahun pesaing gojek semakin bertambah sehingga banyak konsumen yang tidak hanya menggunakan jasa transportasi Gojek. Hal ini membuat konsumen dapat membandingkan kualitas pelayanan driver Gojek dengan driver transportasi ojek lainnya. Selain itu perbandingan tarif antara beberapa ojek online juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berikut adalah data tentang tarif transportasi ojek online di Kota Padang:



**Gambar 2. Tarif Transportasi Ojek Online di Kota Padang**

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2020

Berdasarkan data tarif ojek online diatas dapat dilihat bahwa pesaing-pesaing Gojek memiliki tarif yang lebih rendah dibandingkan tarif Gojek. Tarif dari Gojek per km dihitung sebesar Rp. 10.000, sedangkan tarif ojek online yang lain per km dihitung dibawah Rp. 10.000. Hal ini menyebabkan persaingan yang dihadapi Gojek semakin ketat. Semakin



jauhnya jarak tarif, bisa mengakibatkan konsumen beralih ke jasa transportasi lain. Untuk menghindari hal tersebut, Gojek harus memberikan kualitas pelayanan yang lebih agar terciptanya kepuasan konsumen sehingga konsumen tidak beralih ke jasa transportasi ojek online lainnya. Menurut Umar (2000), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya.

Buruknya kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan menyebabkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan. Konsumen yang kecewa bukan hanya akan meninggalkan perusahaan, tetapi juga akan menceritakan keburukan kualitas pelayanan yang dirasakan kepada orang lain. Selain itu, perusahaan akan lebih banyak mengorbankan biaya agar bisa mendapatkan konsumen baru.

Berdasarkan data yang diperoleh pada survey awal, ditemukan beberapa komentar keluhan para konsumen yang telah menggunakan jasa transportasi ojek online (Gojek). Berikut adalah beberapa keluhan yang ditemukan pada media sosial Gojek:



**k1m\_dianlee** Mau komplain sama Gojek 😞  
udah dua mingguan ini setiap pesan gojek  
entah itu gofood atau gosend driver selalu  
tanya titik jemput dan no rumah padahal  
jelas disitu tertulis. Drivernya ngga bisa lihat  
apa?? Tolong diperbaiki dan ini bikin  
pelanggan ngga nyaman dan lama2 bisa  
beralih ke platform lain. Mohon  
diperhatikan.



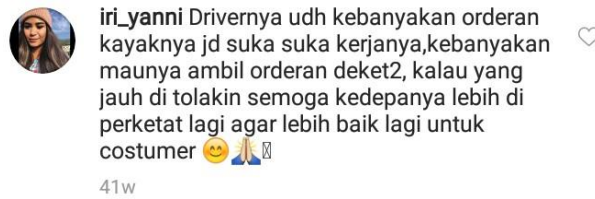
4d 1 like



**dedevincenthasmi @gojekindonesia** Di bina  
dong mitra nya bnyk yg ugal2an dan suka  
lawan arah di kasi tau malah gebrak mobil  
di lawan malah di serbu ma yg lain ga tau  
apa2 ini gojek atau kumpulan preman



43w 4 likes



**Gambar 3. Keluhan Konsumen terhadap Driver Ojek Online (Gojek)**  
 Sumber: Media Sosial Gojek, Tahun 2020

Dari komentar keluhan diatas, dapat dilihat bahwa sebagian konsumen yang menggunakan jasa transportasi ojek online (Gojek) masih belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh driver Gojek. Driver Gojek perlu memahami keluhan-keluhan konsumen agar dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada dan menarik konsumen baru.

Kepuasan konsumen juga dapat diciptakan melalui kemudahan dalam mengakses fitur-fitur yang diberikan oleh Gojek yang nantinya akan berpengaruh terhadap kehidupan penggunaannya. Kemudahan dalam mengakses fitur-fitur yang diberikan salah satunya berpengaruh terhadap kehidupan mahasiswa, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dengan fitur-fitur tersebut mahasiswa jadi lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan selama perkuliahan. Gojek merupakan salah satu jasa yang banyak digunakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dari pada jasa ojek online lainnya seperti grab dan maxim. Dengan memperhatikan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang terhadap pelayanan yang diberikan oleh driver ojek online (Gojek).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk

mengetahui bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang pada driver ojek online (Gojek) dengan melakukan penelitian yang berjudul: **“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online (Gojek) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang di kemukakan, maka dapat disimpulkan bahwa perumusan masalah sebagai berikut :  
“Bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang terhadap kualitas pelayanan driver ojek online (Gojek)”

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk mengetahui kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang terhadap mutu kualitas pelayanan driver ojek online (Gojek).

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penulisan tugas akhir ini antara lain :

1. Bagi penulis, untuk menambah dan memperluas pengetahuan penulis tentang Manajemen Pemasaran pada umumnya mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan driver ojek online (Gojek).
2. Bagi perusahaan, sebagai masukan dan pertimbangan dalam penyempurnaan atas kekurangan yang mungkin ada pada perusahaan, dalam menelaah kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengetahui

tingkat kepentingan, dilihat dari segi kualitas pelayanan yang diberikan sehingga dapat memenuhi harapan bagi kepuasan konsumen.

3. Bagi pembaca, membantu memberikan tambahan informasi bagi pihak yang membutuhkan dan berkepentingan dalam hal kepuasan dan kualitas pelayanan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Kepuasan Konsumen**

##### **1. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam dunia bisnis. Dalam pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus teliti dalam memberikan pelayanan. Keputusan konsumen adalah tingkat kesesuaian antara produk atau jasa yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Menurut Howard dan Sheth (1969) dalam Tjiptono (2014), kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Selanjutnya menurut Westbrook dan Reilly (1983) dalam Tjiptono (2014), kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja atau perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan.

Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan penilaian antara apa yang diharapkan dengan apa yang didapatkan oleh konsumen. Jika hal yang diharapkan sesuai dengan apa yang didapatkan, maka konsumen akan merasa puas.

Sebaliknya, jika hal yang diharapkan berbanding terbalik dengan apa yang didapatkan, maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas.

## **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Menurut Sarwono (2002), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan, dan nilai-nilai perusahaan. Menurut Fandy (dalam Stifani, 2001), terciptanya kepuasan konsumen dalam memberikan banyak manfaat. Diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmoni, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang akan menguntungkan bagi perusahaan.

Menurut Lupiyoadi (2001), ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk dapat menentukan tingkat kepuasan konsumen, yaitu “Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga dan Biaya.”

### **a. Kualitas Produk**

Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang digunakan adalah berkualitas.

### **b. Kualitas Pelayanan**

Konsumen akan merasa puas jika perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga jika orang lain suka terhadap produk atau jasa dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d. Harga

Produk atau jasa yang memiliki kualitas yang sama, namun bisa memberikan harga yang relatif lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.

e. Biaya

Konsumen akan merasa puas jika mereka tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa tertentu.

### **3. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam Tjiptono (2014), ada empat metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan yaitu: Sistem Keluhan dan Saran, *Ghost/Mystery Shopping*, *Lost Customer Analysis*, dan Survei Kepuasan Pelanggan.

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan jasa yang berorientasi pada konsumen hendaknya dapat memberikan kesempatan kepada para konsumen untuk menyampaikan kritik, saran, pendapat dan keluhan. Media yang dapat digunakan, yaitu berupa kotak saran yang diletakkan pada tempat-tempat yang strategis, saluran telepon bebas pulsa,

*website, facebook, twitter*, dan kartu komentar yang dapat dikirim melalui pos kepada perusahaan. Informasi yang didapatkan melalui metode ini dapat memberikan ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga membuatnya menjadi lebih tanggap dalam menanggapi keluhan dan permasalahan yang ada.

b. *Ghost/Mystery Shopping*

*Ghost/Mystery Shopping* merupakan cara pengukuran kepuasan konsumen dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai konsumen potensial jasa perusahaan dan pesaing, dengan cara melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan para pesaing. Selain itu, *ghost shoppers* juga mengobservasi cara perusahaan dan pesaing melayani permintaan spesifik konsumen, menangani masalah, dan keluhan konsumen, serta menjawab pertanyaan konsumen

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungkan para konsumen yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok, dengan tujuan agar dapat memahami mengapa hal tersebut dapat terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan yang lebih sempurna untuk kedepannya.

d. Survei Kepuasan Konsumen

Metode pengukuran kepuasan konsumen dapat dilakukan menggunakan metode survei, sehingga perusahaan akan



memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari konsumen dan juga dapat memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumen.

## **B. Kualitas Pelayanan**

### **1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh para manajer perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2009), kualitas layanan adalah keseluruhan fitur dan sifat produksi atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Selanjutnya menurut Lovelock (2010), kualitas layanan adalah sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Sebagaimana yang diinterpretasikan ISO 9000 perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan konsumen. konsumen yang menentukan dan menilai dapat memenuhi persyaratan kebutuhan konsumen. Konsumen yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya (Lupiyoadi, 2013).

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal

ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang merupakan kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, karena konsumen akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

## **2. Dimensi Kualitas Jasa/Layanan**

*SERVQUAL dimensions* adalah dimensi kualitas layanan yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja jasa yang bersangkutan. Menurut Parasuraman (1988) dalam Kotler dan Keller (2009), terdapat lima dimensi kualitas layanan, yaitu Keandalan, Responsivitas, Jaminan, Empati, dan Wujud.

### **a. Keandalan**

Yaitu kemampun memberikan layanan yang dijanjikan dengan andal dan akurat.

### **b. Responsivitas**

Yaitu kesediaan membantu konsumen dan memberikan layanan tepat waktu.

### **c. Jaminan**

Yaitu mencakup pengetahuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.

d. Empati

Yaitu kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada konsumen.

e. Wujud

Yaitu penampilan fisik, peralatan, pegawai dan sarana komunikasi.

Menurut Sunarto (2003), terdapat tujuh dimensi kualitas jasa yaitu: Kinerja, Interaksi Pegawai, Keandalan, Daya Tahan, Ketepatan Waktu dan Kenyamanan, Estetika, serta Kesadaran akan Merek.

a. Kinerja

Adalah tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para konsumen.

b. Interaksi Pegawai

Interaksi yang dilakukan seperti keramahan, sikap hormat, dan empati yang ditunjukkan oleh pegawai yang memberikan jasa atau barang.

c. Keandalan

Adalah konsistensi kinerja barang, jasa, dan toko

d. Daya Tahan

Daya tahan merupakan rentan kehidupan produk dan kekuatan umum.

e. Ketepatan Waktu dan Kenyamanan

Ketepatan waktu yang berkaitan dengan seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat produk, informasi atau jasa diberikan.

f. Estetika

Pada estetika lebih pada penampilan fisik barang dan daya tarik penyajian jasa.

g. Kesadaran akan Merek

Kesadaran akan merek merupakan dampak positif atau negatif terhadap kualitas yang terlihat, yang mengenal merek atas evaluasi konsumen.

Menurut Garvin dalam Tjiptono (2005), ada delapan dimensi kualitas, yaitu: Kinerja (*performance*), ciri-ciri atau keistimewaan Tambahan (*features*), Keandalan (*reability*), Kesesuaian dan Spesifikasi (*conformance to specifications*), Daya Tahan (*durability*), Kemampuan Melayani (*Serviceability*), Estetika dan Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).

a. Kinerja (*performance*), yaitu mengenai karakteristik operasi pokok dari produk inti. Misalnya bentuk dan kemasan yang bagus akan lebih menarik konsumen.

b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.

- c. Keandalan (*reability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. Daya tahan (*durability*), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Biasanya konsumen akan merasa lebih puas jika produk yang dibeli tidak pernah rusak.
- f. Kemampuan melayani (*serviceability*), meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah di reparasi, dan penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, seperti: kemasan produk dengan warna-warna cerah, kondisi gedung, dan lain sebagainya.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra atau reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Contohnya adalah merek yang lebih dikenal masyarakat (*brand image*) akan lebih di percaya daripada merek yang masih baru dan belum dikenal.

Dalam penelitian ini, untuk mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan, maka digunakan lima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari: keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan wujud.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir**

Metode penelitian yang dilakukan dalam mengumpulkan data-data yang menunjang tugas akhir ini adalah metode survei dengan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang menggunakan layanan jasa driver ojek online (Gojek). Menurut Sugiyono (2014), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila penelitian tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui internet. Penulis berharap penelitian ini tepat sasaran dan terarah dalam menganalisis kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan driver ojek online (Gojek) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

## **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2020.

## **C. Rancangan Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data-data dan informasi yang diperoleh dari penelitian adalah dengan menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011), penelitian deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagai mana adanya.

### **2. Tahapan Penelitian**

Tahapan penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah:

- a. Menentukan judul yang akan diteliti, sehingga dapat mengetahui apa yang akan diteliti dan permasalahan yang terdapat pada penelitian. Penulis menentukan judul tugas akhir ini, yaitu: “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online (Gojek) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.”
- b. Merumuskan masalah penelitian. Masalah yang akan diteliti dan menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada driver ojek online (Gojek).

- c. Mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian.
- d. Menganalisis dan mengolah data yang telah terkumpul, sehingga menghasilkan kesimpulan dalam penelitian.
- e. Menyusun laporan dengan bimbingan rutin oleh dosen pembimbing tugas akhir yang telah ditetapkan oleh program studi.
- f. Melaporkan hasil penelitian dan semua yang berkaitan dengan penelitian termasuk diskusi, proses penelitian, dan interpretasi data.

### **3. Objek Penelitian**

Menurut Sugiyono (2009), objek penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini yang dijadikan objek penelitian adalah pengguna jasa driver ojek online (Gojek).

### **4. Sumber Data**

Adapun sumber data-data yang digunakan penulis adalah:

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dengan cara pengisian kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan. Untuk mendapatkan data primer penulis melakukan survei dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.



b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung. Untuk mendapatkan data sekunder, penulis mendapatkan informasi dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya seperti artikel dan web resmi Gojek.

#### D. Sampel

Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi yang tidak diketahui, digunakan pendekatan rumus *Cochran* (Syofian, 2014), yaitu:

$$n_0 = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai pada kurva normal ( $1 - \alpha = 95\%$ , 1,96)

p = Proporsi estimasi dari kejadian pada populasi (0,5)

q =  $1 - p$  ( $1 - 0,5$ ) = (0,5)

e = Standar deviasi kelonggaran (5%)

Sehingga jika menggunakan rumus *Cochran*, maka jumlah sampel dalam penelitian ini, adalah:

$$n_0 = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,05)^2} = 96,04$$

n = 100 responden

## E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Dalam pengambilan sampel penelitian, digunakan instrumen penelitian berupa daftar pertanyaan (kuesioner) tentang pendapat konsumen atas kualitas layanan yang diberikan. Kuesioner dalam penelitian ini disusun dengan menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* adalah metode yang digunakan dengan mengukur sikap yang menyatakan setuju atau ketidaksetujuan terhadap subjek, objek, atau kejadian tertentu.

Setiap pertanyaan memiliki lima alternatif jawaban. Bobot alternatif yang dipilih dengan berdasarkan Skala *Likert*, yaitu:

**Tabel 1. Daftar Skala Jawaban Pertanyaan**

Pertanyaan	Sifat Pertanyaan
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan driver Gojek pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Variabel yang digunakan adalah dimensi kualitas pelayanan diantaranya keandalan (*reability*), responsivitas (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan wujud (*tangible*). Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini

adalah metode kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Dalam penelitian kuantitatif, peneliti menggunakan indikator untuk melakukan pengukuran pada dimensi kualitas pelayanan sebelum dilakukan analisis. Setiap indikator terdapat pernyataan didalam kuesioner yang akan diisi oleh responden. Peneliti menjabarkan pernyataan untuk masing-masing dimensi kualitas pelayanan, sebagai berikut:

**Tabel 2. Item Pernyataan Kuesioner**

No	Kualitas Pelayanan	Item Pernyataan	Diadopsi Dari
1	Keandalan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Driver mampu merespon orderan konsumen dengan cepat</li> <li>2. Driver tepat waktu dalam menjemput konsumen</li> <li>3. Kendaraan tidak mogok pada saat mengantarkan konsumen</li> <li>4. Driver melayani konsumen sesuai SOP dari perusahaan Gojek</li> <li>5. Aplikasi dari Gojek mudah digunakan saat melakukan pemesanan</li> <li>6. Jasa transportasi Gojek dapat diandalkan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang</li> <li>7. Gojek menjadi alternatif untuk sampai ketujuan pada saat situasi macet</li> <li>8. Konsumen dapat menggunakan layanan operasional Gojek kapanpun ketika dibutuhkan</li> </ol>	Saputra, Yovan Sawir dan Shinta W.H (2017)
2	Responsivitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Driver merespon dengan cara mengkonfirmasi orderan dari konsumen melalui aplikasi</li> <li>2. Driver Gojek mengkonfirmasi order konsumen secara cepat dengan menelfon konsumen untuk memastikan</li> <li>3. Driver memberikan kesan positif saat bertemu dengan konsumen</li> </ol>	Saputra, Yovan Sawir dan Shinta W.H (2017)

		<p>4. Driver menjawab pertanyaan konsumen dengan baik</p> <p>5. Driver mengantar konsumen dengan cepat sampai tujuan</p> <p>6. Driver memberikan respon cepat dengan mencari alternatif jalan terdekat dalam kondisi macet</p>	
3	Jaminan	<p>1. Driver Gojek mengemudi dengan hati-hati sehingga konsumen merasa nyaman</p> <p>2. Driver Gojek dapat mengendarai dalam situasi hujan</p> <p>3. Driver Gojek memahami dan mematuhi rambu-rambu lalu lintas</p> <p>4. Driver Gojek memberikan senyum dan sapaan saat awal bertemu konsumen</p> <p>5. Driver selalu berbicara dengan sopan kepada konsumen selama perjalanan</p> <p>6. Driver bersikap sopan selama di perjalanan</p> <p>7. Driver Gojek dapat memberikan keyakinan kepada konsumen dalam situasi macet</p> <p>8. Driver Gojek dapat diandalkan saat mengantarkan konsumen dalam situasi hujan</p> <p>9. Konsumen tidak pernah mendengar isu-isu negatif dari layanan Gojek</p>	Saputra, Yovan Sawir dan Shinta W.H (2017)
4	Empati	<p>1. Konsumen mudah untuk memesan Gojek melalui aplikasi <i>online</i></p> <p>2. Kemudahan menghubungi driver via telpon</p> <p>3. Driver Gojek memiliki wawasan tentang rute jalan yang harus dilalui</p> <p>4. Driver Gojek menyediakan helm untuk konsumen</p> <p>5. Driver Gojek selalu merespon dengan cepat keluhan yang disampaikan konsumen</p> <p>6. Driver Gojek menyediakan jas hujan untuk konsumen</p> <p>7. Gojek memasang tarif yang jelas</p>	Saputra, Yovan Sawir dan Shinta W.H (2017)

		dan murah sesuai dengan tujuan konsumen	
5	Wujud	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keadaan kendaraan yang digunakan Gojek dalam keadaan bersih</li> <li>2. Kondisi kendaraan yang digunakan Gojek dalam keadaan tidak dimodif sehingga nyaman untuk dinaiki</li> <li>3. Kelengkapan kendaraan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan</li> <li>4. Driver selalu tampil bersih, rapi dan wangi</li> <li>5. Driver selalu menggunakan seragam yang mudah dikenali oleh konsumen</li> <li>6. Driver selalu menggunakan helm saat mengendarai untuk mengantar konsumen</li> </ol>	Saputra, Yovan Sawir dan Shinta W.H (2017)

Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei yang mana data tersebut diperoleh secara langsung dengan cara pengisian kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan atau pernyataan. Penulis melakukan survei dengan menyebarkan kuesioner, masing-masing kuesioner tersebut dijawab langsung oleh responden sehingga dapat memperoleh hasil responden terhadap kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini digunakan sebanyak 100 sampel yang disebaran ke semua konsumen yang menggunakan layanan Gojek. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

## F. Teknis Analisis

Data yang telah dikumpulkan lalu dilakukan analisis. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah:

### 1. Verifikasi Data

Verifikasi data merupakan pemeriksaan kembali kuesioner yang telah diisi oleh responden dengan memastikan apakah semua pertanyaan telah terjawab dengan lengkap oleh responden.

### 2. Menghitung Nilai Jawaban

a. Menurut Irianto (2007), menghitung nilai jawaban adalah menghitung frekuensi dari jawaban yang diberikan responden atas setiap item pertanyaan yang diajukan. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan persentase jawaban dari responden. Kemudian dihitung persentasenya dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{\textit{Frekuensi (f)}}{\textit{Jumlah Responden (N)}} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase hasil yang diperoleh

F = Frekuensi hasil yang diperoleh

N = Jumlah responden yang dijadikan sampel

100% = Angka tetap persentase

- b. Menurut Ridwan (2010), menghitung skor total item pertanyaan, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\mathbf{Skor\ Total = 5SS + 4S + 3KS + 2TS + 1STS}$$

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

- c. Menurut Agus (2007), menghitung nilai rata-rata dari jawaban responden, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\mathbf{Mean = \frac{\sum_{h=1}^n X_i}{n}}$$

Keterangan:

$X_i$  = Skor Total

n = Jumlah Responden

- d. Menurut Ridwan (2010), menghitung nilai TCR masing-masing kategori dari deskriptif variabel, dengan menggunakan rumus:

$$\mathbf{TCR = \frac{R_s}{n} 100\%}$$

Keterangan:

TCR = Tingkat Capaian Responden

Rs = Rata-rata Skor Jawaban Responden

n = Nilai Skor Jawaban

Nilai persentase dimasukkan dalam kriteria sebagai berikut:

- a. Interval jawaban responden 81-100%, kategori jawaban sangat baik.
- b. Interval jawaban responden 61-80%, kategori jawaban baik.
- c. Interval jawaban responden 41-60%, kategori jawaban sedang.
- d. Interval jawaban responden 21-40%, kategori jawaban rendah.
- e. Interval jawaban responden 0-20%, kategori jawaban sangat rendah.



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Sejarah Gojek**

Gojek berdiri pada tahun 2010 oleh Michaelanglo dan Nadiem Makarim. Seorang pemuda asli Indonesia dan mereka mendirikan sebuah perusahaan yang bernama PT. Gojek Indonesia. Perusahaan yang berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi. Gojek merupakan perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon. Gojek kini telah tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap dari transportasi, logistik, pembayaran, pesan-antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya.

Gojek bekerjasama dengan para pengemudi ojek berpengalaman di Jakarta, Bandung, Bali, Surabaya, Makassar, Yogyakarta, Medan, Semarang, Palembang, Balikpapan dan saat ini Gojek sudah ada di Kota Padang. Gojek menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan bepergian di tengah kemacetan.

Manajemen Gojek menerapkan sistem bagi hasil dengan pembagiannya 80% penghasilan untuk pengemudi, 20% per orderan penghasilan pengemudi untuk perusahaan. Gojek memiliki sebuah slogan yaitu *An Ojek For Every Need* adalah perusahaan transportasi asal Indonesia yang melayani angkutan manusia dan barang melalui

jasa ojek dengan aplikasi teknologi *location based* akan mencari *driver* yang posisinya dekat dengan pemesanan.

## 2. Visi dan Misi

Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi, PT. Gojek Indonesia mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

### a. Visi

Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia dan memberikan kemudahan masyarakat dalam pekerjaan sehari-hari.

### b. Misi

Melayani dengan cepat, dan terus belajar dan berkembang dari pengalaman, terus menawarkan teknologi baru untuk mempermudah hidup konsumen, dan memberikan dampak positif sebesar-besarnya untuk masyarakat Indonesia.

## 3. Logo PT. Gojek



**Gambar 4. Logo Lama PT. Gojek Indonesia**

Sumber: <https://gizmologi.id/news/logo-gojek/>



**Gambar 5. Logo Baru PT. Gojek Indonesia**

Sumber: <https://gizmologi.id/news/logo-gojek/>

Gojek memutuskan untuk mengganti logo lama miliknya di tahun 2019 dengan meluncurkan logo baru bernama *Solv*. Logo baru Gojek memiliki makna memberikan solusi kebutuhan sehari-hari konsumen.

*Founder* dan CEO Gojek Group Nadiem Makarim mengatakan saat ini Gojek sudah mengalami perubahan dari yang sebelumnya hanya layanan transportasi, saat ini Gojek telah menjadi super-app dengan lebih dari 20 layanan yang dapat mempermudah aktivitas sehari-hari penggunanya.

Logo terbaru melambangkan “satu tombol untuk semua”. Perubahan logo menandakan evolusi Gojek dari layanan *ride hailing* menjadi ekosistem yang menggerakkan orang, barang, dan uang.

#### **4. Layanan Aplikasi Gojek**

PT. Gojek Indonesia memiliki 6 layanan aplikasi sebagai berikut:

- a. Bepergian dan Pengiriman : GoRide, GoCar, GoBlueBird, GoSend, dan GoBox.

- b. Pesan Makan dan Berbelanja : GoFood, GoShop, GoMart, dan GoMall.
- c. Pembayaran : GoPulsa, GoNearby, GoTagihan, GoGive, GoSure, dan GoInvestasi.
- d. Keperluan Sehari-hari : GoFitness
- e. Berita dan Hiburan : GoTix, GoPay, GoNews, dan GoGames.
- f. Layanan Lainnya : GoMed dan Info Center.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui beberapa karakteristik responden pelayanan driver ojek online (Gojek) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Karakteristik dari responden dalam penelitian ini adalah : Jenis Kelamin, Program Studi, dan Jurusan.

#### a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	23	23%
2	Perempuan	77	77%
	Jumlah Responden	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa responden laki-laki sebanyak 23 orang atau 23%, dan responden perempuan sebanyak 77 orang atau 77% dari 100 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh perempuan.

b. Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Berdasarkan kuesioner yang telah dikumpulkan, dapat diperoleh data mengenai jenjang pendidikan responden. Adapun secara lengkap data tentang jenjang pendidikan responden dapat diketahui dari tabel berikut:

**Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan**

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	DIII	50	50%
2	S1	48	48%
3	S2	2	2%
4	S3	0	0
	Jumlah Responden	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan terdiri dari DIII sebanyak 50 orang atau 50%, S1 sebanyak 48 orang atau 48%, S2 sebanyak 2 orang atau 2%, dan S3 tidak ada atau 0%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh jenjang pendidikan DIII dengan jumlah 50 orang atau 50%.

c. Berdasarkan Jurusan

Berdasarkan kuesioner yang telah dikumpulkan, dapat diperoleh data mengenai jurusan responden. Adapun secara lengkap data tentang jurusan responden dapat diketahui dari tabel berikut:

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan**

No	Jurusan	Jumlah	Persentase (%)
1	Manajemen Perdagangan	39	39%
2	Manajemen Pajak	2	2%
3	Akuntansi	24	24%
4	Manajemen	24	24%
5	Ekonomi Pembangunan	6	6%
6	Pendidikan Ekonomi	2	2%
7	Ilmu Ekonomi	3	3%
8	Kajian Lingkungan dan Pembangunan	0	0
	Jumlah Responden	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jurusan terdiri dari Manajemen Perdagangan sebanyak 39 orang atau 39%, Manajemen Pajak sebanyak 2 orang atau 2%, Akuntansi sebanyak 24 orang atau 24%, Manajemen sebanyak 24 orang atau 24%, Ekonomi Pembangunan sebanyak 6 orang atau 6%, Pendidikan Ekonomi sebanyak 2 orang atau 2%, Ilmu Ekonomi sebanyak 3 orang atau 3%, dan Kajian Lingkungan dan Pembangunan tidak ada atau 0%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh jurusan Manajemen Perdagangan dengan jumlah 39 orang atau 39%.

## 2. Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada konsumen terhadap pelayanan driver ojek online (Gojek) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, maka didapatkan data tentang kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh driver ojek online (Gojek) sebagai berikut:

**Tabel 6. Data Rata-rata Dimensi Kepuasan Konsumen**

No	Dimensi	Skor Total	Mean	TCR	Keterangan
1	Keandalan	424	4,24	84,88%	Sangat Baik
2	Responsivitas	420	4,20	84,00%	Sangat Baik
3	Jaminan	403	4,03	80,64%	Baik
4	Empati	412	4,12	82,31%	Sangat Baik
5	Wujud	412	4,12	82,30%	Sangat Baik
Rata-rata Pernyataan		414	4,14	82,83%	Sangat Baik

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2020

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa dimensi keandalan merupakan tingkat tertinggi dengan memiliki skor total 424 dengan *mean* 4,24 dan mempunyai tingkat capaian responden 84,88%. Hal ini mengindikasikan bahwa dimensi keandaalan berada dalam kategori sangat baik.

Selanjutnya adalah dimensi responsivitas memiliki skor total 420 dengan *mean* 4,20 dan mempunyai tingkat capaian responden 84,00%. Hal ini mengindikasikan bahwa dimensi responsivitas berada dalam kategori sangat baik.

Tingkat terendah terdapat pada dimensi jaminan yang memiliki skor total 403 dengan *mean* 4,03 dan mempunyai tingkat capaian

responden 80,64%. Hal ini mengindikasikan bahwa dimensi jaminan berada dalam kategori baik.

Pada dimensi empati memiliki skor total 412 dengan *mean* 4,12 dan mempunyai tingkat capaian responden 82,31%. Hal ini mengindikasikan bahwa dimensi empati berada dalam kategori sangat baik. Dan dimensi terakhir adalah wujud yang memiliki skor total yang sama dengan empati yaitu 412 dengan *mean* 4,12 dan mempunyai tingkat capaian responden 82,30%. Hal ini mengindikasikan bahwa dimensi wujud juga berada dalam kategori sangat baik.

Berdasarkan 5 variabel dimensi kualitas pelayanan dapat dilihat bahwa dimensi keandalan, responsivitas, empati dan wujud berada dalam kategori sangat baik dengan tingkat capaian responden diatas 81%. Sedangkan dimensi jaminan berada dalam kategori baik dengan tingkat capaian responden 80,64%. Terlihat bahwa banyaknya konsumen yang kurang puas dengan kualitas pelayanan driver Gojek dalam dimensi jaminan. Oleh sebab itu, diharapkan kepada driver Gojek untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan jaminan agar kepuasan konsumen juga meningkat.

#### **a. Dimensi Keandalan**

Berdasarkan dimensi keandalan, mencakup kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan andal dan akurat.

Berikut ini adalah data tentang distribusi dimensi keandalan:



**Tabel 7. Distribusi Dimensi Keandalan**

No	Pernyataan	Skor Total	Mean	TCR	Keterangan
1	Driver mampu merespon orderan konsumen dengan cepat	435	4,35	87,00%	Sangat Baik
2	Driver tepat waktu dalam menjemput konsumen	406	4,06	81,20%	Sangat Baik
3	Kendaraan tidak mogok pada saat mengantar konsumen	435	4,35	87,00%	Sangat Baik
4	Driver melayani konsumen sesuai dengan SOP dari perusahaan gojek	432	4,32	86,40%	Sangat Baik
5	Aplikasi dari gojek mudah digunakan saat melakukan pemesanan	439	4,39	87,80%	Sangat Baik
6	Jasa transportasi Gojek dapat diandalkan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang	423	4,23	84,60%	Sangat Baik
7	Gojek menjadi alternatif untuk sampai tujuan pada saat situasi macet	421	4,21	84,20%	Sangat Baik
8	Konsumen dapat menggunakan layanan operasional Gojek kapanpun ketika dibutuhkan	404	4,04	80,80%	Baik
Rata-rata Pernyataan		424	4,24	84,88%	Sangat Baik

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2020

Berdasarkan jawaban responden pada dimensi keandalan memiliki delapan jenis pernyataan, yaitu pernyataan pertama mengenai driver mampu merespon orderan konsumen dengan cepat memiliki tingkat capaian responden 87,00% dengan kategori sangat baik. Selanjutnya pernyataan kedua mengenai driver tepat waktu dalam menjemput konsumen memiliki tingkat capaian responden 81,20% dengan kategori sangat baik. Pernyataan ketiga mengenai kendaraan tidak mogok pada saat mengantar konsumen memiliki tingkat capaian responden 87,00% dengan kategori sangat baik. Pernyataan keempat mengenai driver melayani

konsumen sesuai dengan SOP dari perusahaan gojek memiliki tingkat capaian responden 86,40% dengan kategori sangat baik.

Selanjutnya pernyataan kelima mengenai aplikasi dari gojek mudah digunakan saat melakukan pemesanan memiliki tingkat capaian responden 87,80% dengan kategori sangat baik. Pernyataan keenam mengenai jasa transportasi gojek dapat diandalkan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang memiliki tingkat capaian responden 84,60% dengan kategori sangat baik. Pernyataan ketujuh mengenai gojek menjadi alternatif untuk sampai ketujuan pada saat situasi macet memiliki tingkat capaian responden 84,20% dengan kategori sangat baik. Dan pernyataan terakhir mengenai konsumen dapat menggunakan layanan operasional Gojek kapanpun dibutuhkan memiliki tingkat capaian responden 80,80% dengan kategori baik.

Adapun pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa indikator terendah adalah pernyataan kedelapan yang memiliki tingkat capaian responden 80,80% dengan kategori baik. Dengan demikian, diharapkan agar driver Gojek dapat mempertimbangkan konsumen untuk memberikan layanan operasional kapanpun dibutuhkan untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen. Sedangkan untuk indikator tertinggi diharapkan driver Gojek dapat mempertahankan kualitas layanan agar konsumen puas terhadap layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa mayoritas dimensi keandalan yang diterapkan oleh driver Gojek berada pada kategori sangat baik, terlihat dari penerapan aspek keandalan seperti penyediaan fasilitas yang baik, keandalan dalam memecahkan masalah, dan pemberian pelayanan yang baik kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Lupiyoadi (2013), bahwa keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Achmad (2019), yang menjelaskan bahwa dimensi keandalan berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen, semakin baik keandalan yang diberikan maka konsumen akan merasa lebih puas.

#### **b. Dimensi Responsivitas**

Berdasarkan dimensi responsivitas, mencakup kesediaan membantu konsumen dan memberikan layanan tepat waktu. Selain itu, pada dimensi ini juga mencakup bagaimana perusahaan memberikan layanan yang responsif terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Berikut ini adalah data tentang distribusi dimensi responsivitas:

**Tabel 8. Distribusi Dimensi Responsivitas**

No	Pernyataan	Skor Total	Mean	TCR	Keterangan
1	Driver merespon dengan cara mengkonfirmasi orderan dari konsumen melalui aplikasi	435	4,35	87,00%	Sangat Baik
2	Driver Gojek mengkonfirmasi order konsumen secara cepat dengan menelfon konsumen untuk memastikan	428	4,28	85,60%	Sangat Baik
3	Driver memberikan kesan positif saat bertemu dengan konsumen	408	4,08	81,60%	Sangat Baik
4	Driver menjawab pertanyaan konsumen dengan baik	417	4,17	83,40%	Sangat Baik
5	Driver mengantar konsumen dengan cepat sampai ketujuan	422	4,22	84,40%	Sangat Baik
6	Driver memberikan respon cepat dengan mencari alternatif jalan terdekat dalam kondisi macet	410	4,10	82,00%	Sangat Baik
Rata-rata Pernyataan		420	4,20	84,00%	Sangat Baik

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2020

Berdasarkan jawaban responden pada dimensi responsivitas yang terdiri dari enam pernyataan, yaitu pernyataan pertama mengenai driver merespon dengan cara mengkonfirmasi orderan konsumen melalui aplikasi memiliki tingkat capaian responden 87,00% dengan kategori sangat baik. Pernyataan kedua mengenai driver gojek mengkonfirmasi order konsumen secara cepat dengan menelfon konsumen untuk memastikan memiliki tingkat capaian responden 85,60% dengan kategori sangat baik. Pernyataan ketiga mengenai driver memberikan kesan positif saat bertemu dengan konsumen memiliki tingkat capaian responden 81,60% dengan kategori sangat baik.

Selanjutnya pernyataan keempat mengenai driver menjawab pertanyaan konsumen dengan baik memiliki tingkat

capaian responden 83,40% dengan kategori sangat baik. Pernyataan kelima mengenai driver mengantar konsumen dengan cepat sampai tujuan memiliki tingkat capaian responden 84,40% dengan kategori sangat baik. Dan pernyataan terakhir yaitu driver memberikan respon cepat dengan mencari alternatif jalan terdekat dalam kondisi macet memiliki tingkat capaian responden 82,00% dengan kategori sangat baik.

Adapun pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa keenam indikator dimensi responsivitas berada dalam kategori sangat baik. Dan diharapkan kepada driver Gojek dapat mempertahankan hasil kinerja kualitas layanan agar konsumen puas terhadap layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui bahwa dimensi responsivitas memberikan pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat capaian responden 84%. Hal ini menunjukkan bahwa driver Gojek telah menerapkan aspek responsivitas dengan sangat baik yang memfokuskan pada pemberian pelayanan yang cepat dan kesiapan driver untuk membantu konsumen ketika memerlukan bantuan. Menurut Tjiptono (2006), menjelaskan bahwa ketanggapan dengan keinginan para staf di perusahaan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ratminto dan Atik (2010), yang

mengemukakan bahwa responsivitas adalah dimensi yang berkaitan dengan ketanggapan, yaitu bagaimana perusahaan dapat memberikan layanan yang responsif terhadap semua keinginan dan kebutuhan konsumen.

### c. Dimensi Jaminan

Berdasarkan dimensi jaminan, mencakup pengetahuan dan kesopanan driver, kemampuan untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan, dan jaminan keamanan konsumen. Berikut ini adalah data tentang distribusi dimensi jaminan:

**Tabel 9. Distribusi Dimensi Jaminan**

No	Pernyataan	Skor Total	Mean	TCR	Keterangan
1	Driver Gojek mengemudi dengan hati-hati sehingga konsumen merasa nyaman	418	4,18	83,60%	Sangat Baik
2	Driver Gojek dapat mengendarai dalam situasi hujan	392	3,92	78,40%	Baik
3	Driver Gojek memahami dan mematuhi rambu-rambu lalu lintas	414	4,14	82,80%	Sangat Baik
4	Driver Gojek memberikan senyuman dan sapaan saat awal bertemu konsumen	398	3,98	79,60%	Baik
5	Driver selalu berbicara dengan sopan kepada konsumen selama perjalanan	410	4,10	82,00%	Sangat Baik
6	Driver bersikap sopan selama diperjalanan	416	4,16	83,20%	Sangat Baik
7	Driver Gojek dapat memberikan keyakinan kepada konsumen dalam situasi macet	391	3,91	78,20%	Baik
8	Driver Gojek dapat diandalkan saat mengantar konsumen dalam situasi hujan	405	4,05	81,00%	Sangat Baik
9	Konsumen tidak pernah mendengar isu negatif dari layanan Gojek	385	3,85	77,00%	Baik
Rata-rata Pernyataan		403	4,03	80,64%	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2020

Berdasarkan jawaban responden pada dimensi jaminan yang terdiri dari sembilan pernyataan, yaitu pernyataan pertama mengenai driver gojek mengemudi dengan hati-hati sehingga konsumen merasa nyaman memiliki tingkat capaian responden 83,60% dengan kategori sangat baik. Pernyataan kedua mengenai driver gojek dapat mengendarai dalam situasi hujan memiliki tingkat capaian responden 78,40% dengan kategori baik. Pernyataan ketiga mengenai driver gojek memahami dan mematuhi ramnu-rambu lalu lintas memiliki tingkat capaian responden 82,80% dengan kategori sangat baik. Pernyataan keempat mengenai driver gojek memberikan senyum dan sapaan saat awal bertemu konsumen memiliki tingkat capaian responden 79,60% dengan kategori baik. Pernyataan kelima mengenai driver selalu berbicara dengan sopan kepada konsumen selama perjalanan memiliki tingkat capaian responden 82,00% dengan kategori sangat baik.

Selanjutnya pernyataan keenam mengenai driver bersikap sopan selama perjalanan memiliki tingkat capaian responden 83,20% dengan kategori sangat baik. Pernyataan ketujuh mengenai driver gojek dapat memberikan keyakinan kepada konsumen dalam situasi macet memiliki tingkat capaian responden 78,20% dengan kategori baik. Pernyataan kedelapan mengenai driver gojek dapat diandalkan saat mengantar konsumen dalam situasi hujan memiliki

tingkat capaian responden 81,00% dengan kategori sangat baik. Dan pernyataan terakhir yaitu konsumen tidak pernah mendengar isu negatif dari layanan gojek memiliki tingkat capaian responden 77,00% dengan kategori baik.

Adapun pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dari sembilan indikator jaminan, ada empat pernyataan dengan kategori baik. Dengan demikian, diharapkan agar driver Gojek dapat meningkatkan indikator tersebut. Sedangkan untuk lima indikator tertinggi dengan kategori sangat baik diharapkan driver Gojek dapat mempertahankan kualitas layanan agar konsumen puas terhadap layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa mayoritas dimensi jaminan yang diterapkan oleh driver Gojek berada pada kategori baik, terlihat dari penerapan aspek jaminan yang memfokuskan pada jaminan mengenai keramahan dan kesopanan driver dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, harus ditingkatkan supaya konsumen merasa lebih percaya dan yakin terhadap driver Gojek. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2002), bahwa jaminan dan kepastian menggolongkan ke dalam dimensi kualitas layanan yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Syaputri (2014),



dimana dimensi jaminan dapat menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap layanan yang diberikan, sehingga sasaran akhirnya berupa kepuasan konsumen atas jasa perusahaan.

#### d. Dimensi Empati

Pada dimensi empati mencakup beberapa hal mengenai pemberian perhatian yang tulus dan dekat kepada konsumen. Dengan adanya empati, maka dapat membantu perusahaan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen yang spesifik. Berikut ini adalah data tentang distribusi dimensi empati:

**Tabel 10. Distribusi Dimensi Empati**

No	Pernyataan	Skor Total	Mean	TCR	Keterangan
1	Konsumen mudah untuk memesan Gojek melalui aplikasi <i>online</i>	431	4,31	86,20%	Sangat Baik
2	Kemudahan menghubungi driver via telpon	418	4,18	83,60%	Sangat Baik
3	Driver Gojek memiliki wawasan tentang rute jalan yang harus dilalui	408	4,08	81,60%	Sangat Baik
4	Driver Gojek menyediakan helm untuk konsumen	445	4,45	89,00%	Sangat Baik
5	Driver Gojek selalu merespon dengan cepat keluhan yang disampaikan konsumen	408	4,08	81,60%	Sangat Baik
6	Driver Gojek menyediakan jas hujan untuk konsumen	373	3,73	74,60%	Baik
7	Gojek memasang tarif yang jelas dan murah sesuai dengan tujuan konsumen	398	3,98	79,60%	Baik
Rata-rata Pernyataan		412	4,12	82,31%	Sangat Baik

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2020

Berdasarkan jawaban responden pada dimensi empati memiliki tujuh jenis pernyataan, yaitu pernyataan pertama mengenai konsumen mudah untuk memesan gojek melalui aplikasi *online* memiliki tingkat capaian responden 86,20% dengan kategori

sangat baik. Selanjutnya pernyataan kedua mengenai kemudahan menghubungi driver via telpon memiliki tingkat capaian responden 83,60% dengan kategori sangat baik. Pernyataan ketiga mengenai driver gojek memiliki wawasan tentang rute jalan yang harus dilalui memiliki tingkat capaian responden 81,60% dengan kategori sangat baik. Pernyataan keempat mengenai driver gojek menyediakan helm untuk konsumen memiliki tingkat capaian responden 89,00% dengan kategori sangat baik.

Selanjutnya pernyataan kelima mengenai driver gojek selalu merespon dengan cepat keluhan yang disampaikan konsumen memiliki tingkat capaian responden 81,60% dengan kategori sangat baik. Pernyataan keenam mengenai driver gojek menyediakan jas hujan untuk konsumen memiliki tingkat capaian responden 74,60% dengan kategori baik. Dan pernyataan terakhir mengenai gojek memasang tarif yang jelas dan murah sesuai dengan tujuan konsumen memiliki tingkat capaian responden 79,60% dengan kategori baik.

Adapun pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa indikator terendah adalah pernyataan keenam dan ketujuh dengan kategori baik. Dengan demikian, diharapkan agar driver Gojek dapat menyediakan jas hujan kepada konsumen dan memasang tarif yang jelas dan murah untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen. Sedangkan untuk lima indikator dengan kategori sangat

baik diharapkan driver Gojek dapat mempertahankan kualitas layanan agar konsumen puas terhadap layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui bahwa dimensi empati memberikan pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen dengan memiliki tingkat capaian responden 82,31%. Hal ini menunjukkan bahwa driver Gojek telah menerapkan aspek empati dengan sangat baik yang memfokuskan pada komunikasi yang baik dengan konsumen sehingga konsumen merasa lebih dihormati dan dihargai. Terciptanya komunikasi yang baik akan memberikan informasi kepada perusahaan sehingga dapat memahami kebutuhan konsumen dan menciptakan kepuasan konsumen, sesuai dengan pendapat Parasuraman (1988), yang menyatakan bahwa empati berkaitan dengan kepuasan konsumen yang erat kaitannya dengan perhatian yang tulus dan dekat kepada setiap konsumen. Empati akan membantu perusahaan untuk mengetahui kebutuhan serta keinginan dari konsumen dengan spesifik. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2014), yang menjelaskan bahwa dimensi empati yang mencakup pemberian perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari driver kepada konsumen akan sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang baik, karena konsumen akan merasa diperhatikan dan apa yang dibutuhkan ditanggapi secara baik oleh pihak perusahaan.

### e. Dimensi Wujud

Berdasarkan dimensi wujud, mencakup penampilan fisik, peralatan, pegawai atau karyawan, sarana komunikasi, dan kebersihan. Pada dimensi wujud, perusahaan dapat menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik driver Gojek dan keadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh driver Gojek kepada konsumen. Berikut ini adalah data tentang distribusi dimensi wujud:

**Tabel 11. Distribusi Dimensi Wujud**

No	Pernyataan	Skor Total	Mean	TCR	Keterangan
1	Keadaan kendaraan yang digunakan Gojek dalam keadaan bersih	395	3,95	79,00%	Baik
2	Kondisi kendaraan yang digunakan Gojek dalam keadaan tidak di modif sehingga nyaman untuk dinaiki	403	4,03	80,60%	Baik
3	Kelengkapan kendaraan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan	421	4,21	84,20%	Sangat Baik
4	Driver selalu tampil bersih, rapi, dan wangi	376	3,76	75,20%	Baik
5	Driver selalu menggunakan seragam yang mudah dikenali oleh konsumen	422	4,22	84,40%	Sangat Baik
6	Driver selalu menggunakan helm saat mengendarai untuk mengantar konsumen	452	4,52	90,40%	Sangat Baik
Rata-rata Pernyataan		412	4,12	82,30%	Sangat Baik

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2020

Berdasarkan jawaban responden pada dimensi wujud yang terdiri dari enam pernyataan, yaitu pernyataan pertama mengenai keadaan kendaraan yang digunakan gojek dalam keadaan bersih memiliki tingkat capaian responden 79,00% dengan kategori baik.

Pernyataan kedua mengenai kondisi kendaraan yang digunakan gojek dalam keadaan tidak dimodif sehingga nyaman untuk dinaiki memiliki tingkat capaian responden 80,60% dengan kategori baik. Pernyataan ketiga mengenai kelengkapan kendaraan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan memiliki tingkat capaian responden 84,20% dengan kategori sangat baik.

Selanjutnya pernyataan keempat mengenai driver selalu tampil bersih, rapi dan wangi memiliki tingkat capaian responden 75,20% dengan kategori baik. Pernyataan kelima mengenai driver selalu menggunakan seragam yang mudah dikenali oleh konsumen memiliki tingkat capaian responden 84,40% dengan kategori sangat baik. Dan pernyataan terakhir yaitu driver selalu menggunakan helm saat mengendarai untuk mengantar konsumen memiliki tingkat capaian responden 90,40% dengan kategori sangat baik.

Adapun pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa indikator terendah adalah pernyataan pertama, kedua dan keempat yang memiliki tingkat capaian responden dibawah 81,00% dengan kategori baik. Dengan demikian, diharapkan agar driver Gojek dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan indikator tersebut agar konsumen puas terhadap kualitas pelayanan dari driver Gojek. Sedangkan untuk tiga indikator tertinggi diharapkan driver Gojek

dapat mempertahankan kualitas layanan agar konsumen puas terhadap layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa mayoritas dimensi wujud yang diterapkan oleh driver Gojek berada pada kategori sangat baik, terlihat dari penerapan aspek wujud yang dilakukan driver Gojek seperti penampilan fisik, sarana komunikasi, dan kebersihan sehingga konsumen merasa puas dan nyaman. Hal ini sesuai dengan pendapat Lupiyoadi (2001), bahwa keberwujudan atau bukti fisik dari jasa, fasilitas peralatan yang digunakan dan representasi fisik lainnya mempengaruhi kepuasan bagi pengguna layanan jasa. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yulisa (2015), yang menjelaskan bahwa kualitas jasa pada dimensi wujud menjadi faktor penting sebagai ukuran terhadap pelayanan, konsumen akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan sehingga dapat tercipta kepuasan konsumen.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan tentang analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan ojek online (Gojek) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan jawaban responden pada Dimensi Keandalan diperoleh skor total sebesar 424 mean 4,24 dengan tingkat capaian responden 84,88% dalam kategori sangat baik.
2. Berdasarkan jawaban responden pada Dimensi Responsivitas diperoleh skor total 420 mean 4,20 dengan tingkat capaian responden 84,00% dalam kategori sangat baik.
3. Berdasarkan jawaban responden pada Dimensi Jaminan diperoleh skor total 403 mean 4,03 dengan tingkat capaian responden 80,64% dalam kategori baik.
4. Berdasarkan jawaban responden pada Dimensi Empati diperoleh skor total 412 mean 4,12 dengan tingkat capaian responden 82,31% dalam kategori sangat baik.
5. Berdasarkan jawaban responden pada Dimensi Wujud diperoleh skor total 412 mean 4,12 dengan tingkat capaian responden 82,30% dalam kategori sangat baik.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan ojek online (Gojek) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, maka dapat disarankan beberapa hal kepada pihak ojek online (Gojek), yaitu:

1. Pada dimensi keandalan, pihak driver ojek online (Gojek) harus mempertimbangkan konsumen menggunakan layanan operasional gojek kapanpun ketika dibutuhkan. Karna sangat berguna bagi mahasiswa terutama yang kos atau yang berada dikampus sampai tengah malam untuk masalah organisasi.
2. Pada dimensi responsivitas, pihak driver ojek online (Gojek) harus memberikan kesan positif saat bertemu dengan konsumen. Seperti senyum dan sapa ketika bertemu dengan konsumen.
3. Pada dimensi jaminan, hendaknya pihak driver ojek online (Gojek) dapat memberikan keyakinan kepada konsumen dalam situasi macet. Seperti mengetahui jalan tikus atau jalan tembus yang melewati jalan lingkungan yang kecil guna menghindari ruas jalan yang macet atau menghindari persimpangan lampu lalu lintas yang macet.
4. Pada dimensi empati, pihak driver ojek online (Gojek) diharapkan menyediakan jas hujan untuk konsumen agar saat hujan tidak perlu menunggu hujan teduh dan driver bisa mengantarkan konsumen tepat waktu tanpa basah.



5. Pada dimensi wujud, disarankan agar driver selalu tampil bersih, rapi dan wangi agar konsumen merasa nyaman ketika menggunakan jasa transportasi ojek online (Gojek) tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Erza. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada VespaBox Kota Malang)* [Skripsi]. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Howard, A., John dan Sheth, N., Jaddish. 1969. *The Theory of Buying Behavior*. John Wiley & Sons, Inc. New York.
- Irianto, Agus. 2007. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Ed ke-13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christopher. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ed ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman, A. Valarie, A., Zeithaml. Leonard, L., Berry. 1988. Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. 64(1).
- Pratiwi, K., A. 2014. *Analisis Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia Cabang Ulak Karang* [Tugas Akhir]. Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 2010. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Saputra, Yovan Sawir dan Shinta, W., H. 2017. Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Ojek Online (Wajek) di Kota Batam. *Journal of Applied Business Administration*. 1(1):96-121.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sunarto. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-UST.
- Syaputri, A., F. 2014. *Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan pada Swalayan Budiman Cabang Pondok* [Tugas Akhir]. Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Syofian, Siregar. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Ed Pertama. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Bpfe.
- Tjiptono, Fandy dan Gergious Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Jakarta: Indeks.
- Umar H. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Warstek.com. (2018, 24 Mei). “Dampak Nyata Kehadiran GO-JEK Terhadap Perekonomian Nasional di Indonesia”. Diakses pada 24 Mei 2018, dari <https://warstek.com/2018/05/24/gojek/>.
- Westbrook, R., A dan R., L, Oliver. 1983. The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction. *Journal of Consumer Research*. 18:84-91.
- Yulisa, I., P. 2015. *Analisis Kepuasan Pasien BPJS pada Instalasi Rawat Jalan Poliklinik Bedah Rumah Sakit Umum Pusat Dr. M. Djamil Padang* [Tugas Akhir]. Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

### KUESIONER

#### Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online (Gojek)

##### DATA RESPONDEN

- Nama :
- Jenis Kelamin :  Laki-laki  
 Perempuan
- Jenjang Pendidikan :  DIII  
 S1  
 S2  
 S3
- Jurusan :  Akuntansi  M. Perdagangan  M. Pajak  
 Manajemen  
 Ekonomi Pembangunan  
 Pendidikan Ekonomi  
 Ilmu Ekonomi  
 Kajian Lingkungan dan Pembangunan
- Apakah anda pernah memesan dan menggunakan jasa gojek? :  Pernah  
 Tidak Pernah

##### Keterangan Pengisian Kuesioner

1. Cara menjawab atau menilai  
Pilihlah salah satu dari lima penilaian yang dianggap paling tepat dari alternatif pertanyaan yang tersedia menurut pendapat responden dan beri tanda *checklist* (✓) pada pilihan jawaban tersebut
2. Keterangan alternatif jawaban  
STS (Sangat Tidak Setuju) = 1, TS (Tidak Setuju) = 2, KS (Kurang Setuju) = 3, S (Setuju) = 4, SS (Sangat Setuju) = 5

**Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online (Gojek) Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		(1) STS	(2) TS	(3) KS	(4) S	(5) SS
<b>I</b>	<b>KEANDALAN</b>					
1	Driver mampu merespon orderan konsumen dengan cepat					
2	Driver tepat waktu dalam menjemput konsumen					
3	Kendaraan tidak mogok pada saat mengantar konsumen					
4	Driver melayani konsumen sesuai dengan SOP dari perusahaan Gojek					
5	Aplikasi dari Gojek mudah digunakan saat melakukan pemesanan					
6	Jasa transportasi Gojek dapat diandalkan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang					
7	Gojek menjadi alternatif untuk sampai ketujuan pada saat situasi macet					
8	Konsumen dapat menggunakan layanan operasional Gojek kapanpun ketika dibutuhkan					
<b>II</b>	<b>RESPONSIVITAS</b>					
1	Driver merespon dengan cara mengkonfirmasi orderan dari konsumen melalui aplikasi					
2	Driver Gojek mengkonfirmasi order konsumen secara cepat dengan menelfon konsumen untuk memastikan					
3	Driver memberikan kesan positif saat bertemu dengan konsumen					
4	Driver menjawab pertanyaan konsumen dengan baik					
5	Driver mengantar konsumen dengan cepat sampai ketujuan					
6	Driver memberikan respon cepat dengan mencari alternatif jalan terdekat dalam kondisi macet					
<b>III</b>	<b>JAMINAN</b>					
1	Driver Gojek mengemudi dengan hati-hati sehingga konsumen merasa nyaman					
2	Driver Gojek dapat mengendarai dalam situasi hujan					
3	Driver Gojek memahami dan mematuhi rambu-rambu lalu lintas					
4	Driver Gojek memberikan senyum dan sapaan saat awal bertemu konsumen					
5	Driver selalu berbicara dengan sopan kepada konsumen selama perjalanan					
6	Driver bersikap sopan selama diperjalanan					
7	Driver Gojek dapat memberikan keyakinan kepada					

	konsumen dalam situasi macet					
8	Driver Gojek dapat diandalkan saat mengantar konsumen dalam situasi hujan					
9	Konsumen tidak pernah mendengar isu negatif dari layanan Gojek					
<b>IV</b>	<b>EMPATI</b>					
1	Konsumen mudah untuk memesan Gojek melalui aplikasi <i>online</i>					
2	Kemudahan menghubungi driver via telpon					
3	Driver Gojek memiliki wawasan tentang rute jalan yang harus dilalui					
4	Driver Gojek menyediakan helm untuk konsumen					
5	Driver Gojek selalu merespon dengan cepat keluhan yang disampaikan konsumen					
6	Driver Gojek menyediakan jas hujan untuk konsumen					
7	Gojek memasang tarif yang jelas dan murah sesuai dengan tujuan konsumen					
<b>V</b>	<b>WUJUD</b>					
1	Keadaan kendaraan yang digunakan Gojek dalam keadaan bersih					
2	Kondisi kendaraan yang digunakan Gojek dalam keadaan tidak di modif sehingga nyaman untuk dinaiki					
3	Kelengkapan kendaraan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan					
4	Driver selalu tampil bersih, rapi, dan wangi					
5	Driver selalu menggunakan seragam yang mudah dikenali oleh konsumen					
6	Driver selalu menggunakan helm saat mengendarai untuk mengantar konsumen					

## LAMPIRAN 2. TABULASI DATA RESPONDEN

No	Respon	Pernyataan																																			
		Keandalan								Responsivitas						Jaminan									Empati							Wujud					
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	R1	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	3	5
2	R2	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	3	3	5	4	4	5	4	1	3	5	4	5	4	5	5
3	R3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	R4	4	4	5	4	4	4	5	2	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5
5	R5	4	4	5	4	2	4	5	2	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	2	3	4	4	5	5	3	1	4	5	5	5	5	5	
6	R6	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	5	
7	R7	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	
8	R8	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
9	R9	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
10	R10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4
11	R11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	R12	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5
13	R13	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4
14	R14	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5



15	R15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	2	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	5	5		
16	R16	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	3	4	4	3	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4		
17	R17	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	
18	R18	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4		
19	R19	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	4	5			
20	R20	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
21	R21	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	
22	R22	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	4	4	5	5	
23	R23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	
24	R24	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	1	4	5	4	4	4	4	4	4		
25	R25	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4		
26	R26	3	2	3	4	4	1	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
27	R27	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5		





5 4	R 5 4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4		
5 5	R 5 5	4	4	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	
5 6	R 5 6	4	3	5	3	4	3	3	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	
5 7	R 5 7	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5 8	R 5 8	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5		
5 9	R 5 9	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5		
6 0	R 6 0	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
6 1	R 6 1	5	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	
6 2	R 6 2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
6 3	R 6 3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	1	2	2	1	4	1	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4		
6 4	R 6 4	4	4	5	5	5	2	5	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
6 5	R 6 5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	5		
6 6	R 6 6	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4		

6 7	R 6 7	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
6 8	R 6 8	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
6 9	R 6 9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	5
7 0	R 7 0	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	3	3	5	4	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4
7 1	R 7 1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
7 2	R 7 2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7 3	R 7 3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	
7 4	R 7 4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	3	5	3	3	4	3	3	4	3	5	5
7 5	R 7 5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	5	5	
7 6	R 7 6	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	2	5	3	3	3	3	3	3	4	5		
7 7	R 7 7	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	1	5	4	4	3	2	5	5			
7 8	R 7 8	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	3	1	5	5	5	5	3	4	5	5			
7 9	R 7 9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5

80	R80	5	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5			
81	R81	5	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4		
82	R82	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	
83	R83	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	
84	R84	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4		
85	R85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
86	R86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
87	R87	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	
88	R88	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	
89	R89	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
90	R90	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
91	R91	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5
92	R92	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	4	4	5	3	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	

93	R93	5	4	5	5	4	5	4	2	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	5	5	3	3	5	4	3	5	3	4	5		
94	R94	4	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	5	3	5	5
95	R95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	3	3	5	5
96	R96	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	3	5	5	
97	R97	4	4	5	5	4	5	3	2	5	5	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	3	3	3	4	5	5	5	5	3	3	2	4	4	4	5	3	5	5	
98	R98	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	5	4	5	3	5	5	3	5	5	5	3	3	5	
99	R99	4	4	4	4	5	5	3	3	5	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	5	3	4	5		
100	R100	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	3	5	5	3	3	3	4	5	5	5	5			
<b>Skor Total</b>		435	406	435	432	439	423	421	404	435	428	408	417	422	410	418	392	414	398	410	416	391	405	385	431	418	408	445	408	373	398	395	403	421	376	422	452			
<b>Mean</b>		4,35	4,06	4,35	4,32	4,39	4,23	4,21	4,04	4,35	4,28	4,08	4,17	4,22	4,10	4,18	3,92	4,14	3,98	4,10	4,16	3,91	4,05	3,85	4,31	4,18	4,08	4,45	4,08	3,73	3,98	3,95	4,03	4,21	3,76	4,22	4,52			
<b>TCR</b>		87,00%	81,20%	87,00%	86,40%	87,80%	64,60%	84,20%	80,80%	87,00%	85,60%	81,60%	83,40%	84,40%	82,00%	83,60%	78,40%	82,80%	79,60%	82,00%	83,20%	78,20%	81,00%	77,00%	86,20%	83,60%	81,60%	89,00%	81,60%	74,60%	79,60%	79,00%	80,60%	84,20%	75,20%	84,40%	90,40%			

**LAMPIRAN 3. TINGKAT CAPAIAN RESPONDEN**

No	Pernyataan	Skor Total	Mean	TCR	Keterangan
<i>keandalan</i>					
1	Kemampuan driver dalam merespon cepat orderan konsumen	435	4,35	87,00%	Sangat Baik
2	Driver tepat waktu dalam menjemput konsumen	406	4,06	81,20%	Sangat Baik
3	Kendaraan tidak mogok pada saat mengantar konsumen	435	4,35	87,00%	Sangat Baik
4	Driver melayani konsumen sesuai dengan SOP dari perusahaan gojek	432	4,32	86,40%	Sangat Baik
5	Aplikasi dari gojek mudah digunakan saat melakukan pemesanan	439	4,39	87,80%	Sangat Baik
6	Jasa transportasi Gojek dapat diandalkan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang	423	4,23	84,60%	Sangat Baik
7	Gojek menjadi alternatif untuk sampai ketujuan pada saat situasi macet	421	4,21	84,20%	Sangat Baik
8	Konsumen dapat menggunakan layanan operasional Gojek kapanpun ketika dibutuhkan	404	4,04	80,80%	Baik
<b>Rata-rata Pernyataan</b>		424	4,24	84,88%	Sangat Baik

No	Pernyataan	Skor Total	Mean	TCR	Keterangan
<i>responsivitas</i>					
1	Driver merespon dengan cara mengkonfirmasi orderan dari konsumen melalui aplikasi	435	4,35	87,00%	Sangat Baik
2	Driver Gojek mengkonfirmasi order konsumen secara cepat dengan menelfon konsumen untuk memastikan	428	4,28	85,60%	Sangat Baik
3	Driver memberikan kesan positif saat bertemu dengan konsumen	408	4,08	81,60%	Sangat Baik
4	Driver menjawab pertanyaan konsumen dengan baik	417	4,17	83,40%	Sangat Baik
5	Driver mengantar konsumen dengan cepat sampai ketujuan	422	4,22	84,40%	Sangat Baik
6	Driver memberikan respon cepat dengan mencari alternatif jalan terdekat dalam kondisi macet	410	4,10	82,00%	Sangat Baik
<b>Rata-rata Pernyataan</b>		420	4,20	84,00%	Sangat Baik



No	Pernyataan	Skor Total	Mean	TCR	Keterangan
<i>jaminan</i>					
1	Driver Gojek mengemudi dengan hati-hati sehingga konsumen merasa nyaman	418	4,18	83,60%	Sangat Baik
2	Driver Gojek dapat mengendarai dalam situasi hujan	392	3,92	78,40%	Baik
3	Driver Gojek memahami dan mematuhi rambu-rambu lalu lintas	414	4,14	82,80%	Sangat Baik
4	Driver Gojek memberikan senyuman dan sapaan saat awal bertemu konsumen	398	3,98	79,60%	Baik
5	Driver selalu berbicara dengan sopan kepada konsumen selama perjalanan	410	4,10	82,00%	Sangat Baik
6	Driver bersikap sopan selama diperjalanan	416	4,16	83,20%	Sangat Baik
7	Driver Gojek dapat memberikan keyakinan kepada konsumen dalam situasi macet	391	3,91	78,20%	Baik
8	Driver Gojek dapat diandalkan saat mengantar konsumen dalam situasi hujan	405	4,05	81,00%	Sangat Baik
9	Konsumen tidak pernah mendengar isu negatif dari layanan Gojek	385	3,85	77,00%	Baik
<b>Rata-rata Pernyataan</b>		403	4,03	80,64%	Baik

No	Pernyataan	Skor Total	Mean	TCR	Keterangan
<i>empati</i>					
1	Konsumen mudah untuk memesan Gojek melalui aplikasi <i>online</i>	431	4,31	86,20%	Sangat Baik
2	Kemudahan menghubungi driver via telpon	418	4,18	83,60%	Sangat Baik
3	Driver Gojek memiliki wawasan tentang rute jalan yang harus dilalui	408	4,08	81,60%	Sangat Baik
4	Driver Gojek menyediakan helm untuk konsumen	445	4,45	89,00%	Sangat Baik
5	Driver Gojek selalu merespon dengan cepat keluhan yang disampaikan konsumen	408	4,08	81,60%	Sangat Baik
6	Driver Gojek menyediakan jas hujan untuk konsumen	373	3,73	74,60%	Baik
7	Gojek memasang tarif yang jelas dan murah sesuai dengan tujuan konsumen	398	3,98	79,60%	Baik
<b>Rata-rata Pernyataan</b>		412	4,12	82,31%	Sangat Baik

No	Pernyataan	Skor Total	Mean	TCR	Keterangan
<i>wujud</i>					
1	Keadaan kendaraan yang digunakan Gojek dalam keadaan bersih	395	3,95	79,00%	Baik
2	Kondisi kendaraan yang digunakan Gojek dalam keadaan tidak di modif sehingga nyaman untuk dinaiki	403	4,03	80,60%	Baik
3	Kelengkapan kendaraan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan	421	4,21	84,20%	Sangat Baik
4	Driver selalu tampil bersih,rapi, dan wangi	376	3,76	75,20%	Baik
5	Driver selalu menggunakan seragam yang mudah dikenali oleh konsumen	422	4,22	84,40%	Sangat Baik
6	Driver selalu menggunakan helm saat mengendarai untuk mengantar konsumen	452	4,52	90,40%	Sangat Baik
<b>Rata-rata Pernyataan</b>		412	4,12	82,30%	Sangat Baik

No	Dimensi	Skor Total	Mean	TCR	Keterangan
1	Keandalan	424	4,24	84,88%	Sangat Baik
2	Responsivitas	420	4,20	84,00%	Sangat Baik
3	Jaminan	403	4,03	80,64%	Baik
4	Empati	412	4,12	82,31%	Sangat Baik
5	Wujud	412	4,12	82,30%	Sangat Baik
<b>Rata-rata Pernyataan</b>		414	4,14	82,83%	Sangat Baik