

**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

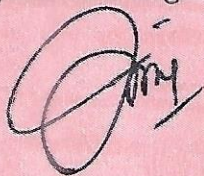
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**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

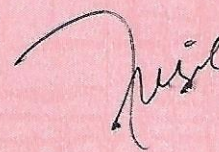
Padang, November 2020

**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

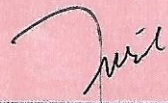
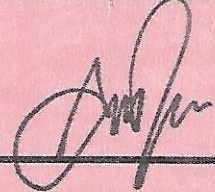
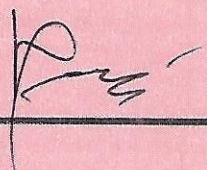
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**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

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

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:

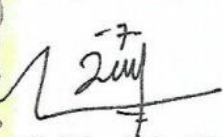
1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik di Universitas Negeri Padang maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam tugas akhir ini tidak 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

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Kepuasan Konsumen	9
B. Kualitas Pelayanan.....	13
BAB III METODE PENELITIAN	18
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
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
A. Gambaran Umum Perusahaan	29
B. Hasil Penelitian.....	32
BAB V PENUTUP.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	56

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).

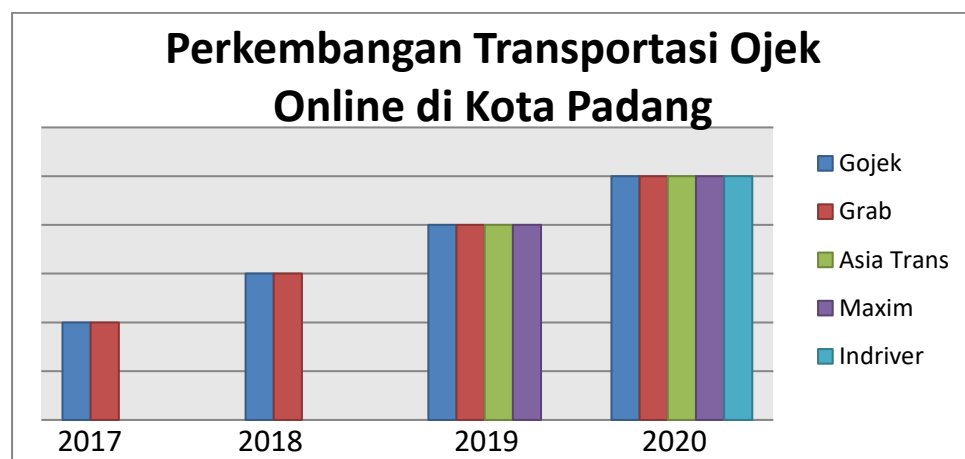
Sejalan dengan pesatnya teknologi informasi komunikasi, teknologi transportasi pun tak kalah berkembang pesatnya. Saat ini banyak bermunculan jasa transportasi online di Indonesia seperti gojek, grab, maxim dan lain-lain.

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:

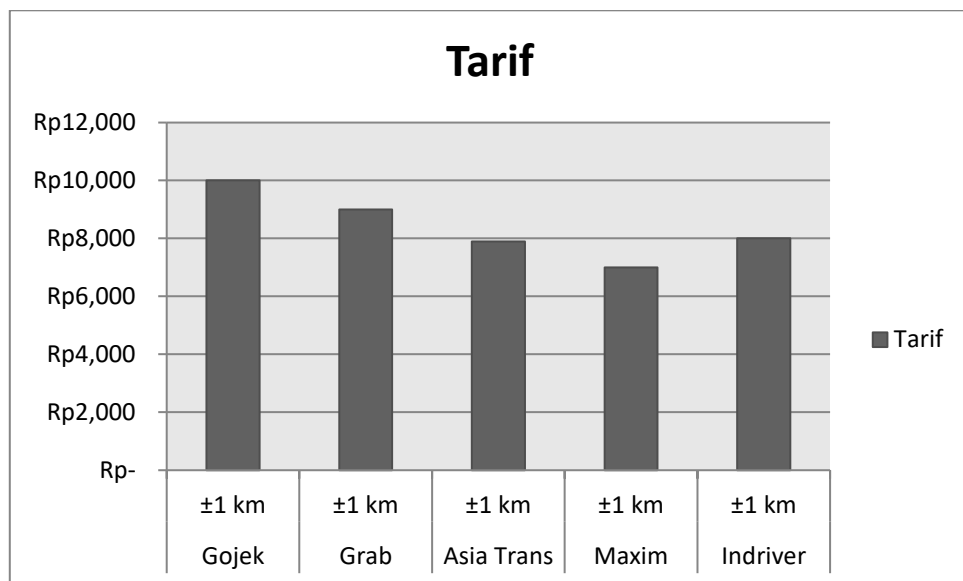


Gambar 1. Perkembangan Transportasi Ojek Online di Kota Padang

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.



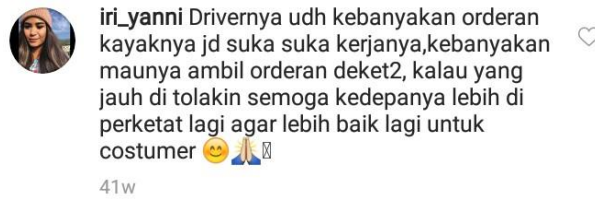
4d 1 like



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 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.