

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA GO-JEK
DI BUKITTINGGI**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Pengguji Skripsi Jurusan Psikologi
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi**



OLEH :

**YOGI KURNIAWAN
NIM. 14011064**

**DOSEN PEMBIMBING:
SUCI RAHMA NIO, S.Psi., M.Psi., Psikolog**

**JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2019**

PERSETUJUAN SKRIPSI

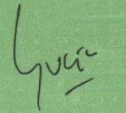
**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA GOJEK
DI BUKITTINGGI**

Nama : Yogi Kurniawan
Nim : 14011064
Jurusan : Psikologi
Fakultas : Ilmu Pendidikan

Bukittinggi, Juli 2019

Disetujui oleh

Pembimbing



Suci Rahma Nio, S.Psi., M.Psi., Psikolog
NIP. 19860530 201504 2 002

PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi

Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan

Universitas Negeri Padang

Judul : Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan
Konsumen Pada Pengguna Go-Jek Di Bukittinggi
Nama : Yogi Kurniawan
NIM : 14011064
Jurusan : Psikologi
Fakultas : Ilmu Pendidikan

Bukittinggi, Juli 2019

Tim Penguji

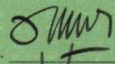
Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Suci Rahma Nio, S.Psi.,M.Psi.,Psikolog

1. 

2. Anggota : Yanladila Yeltas Putra, S.Psi.,M.A

2. 

3. Anggota : Rinaldi., S.Psi.,M.Si

3. 

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamualaikum warrahmatullahi wabarakatuh.

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahirabbilalamin.

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum hingga mereka mengubah diri mereka sendiri.

(Q.S. Ar-Ra'd:11)

Puji syukur kepada ALLAH SWT, yang tiada henti memberikan karunia yang luar biasa kepada hambanya, karena tanpa izinnya semua takkan terjadi serta salawat dan salam kami hadiahkan kepada nabi besar Muhammad SAW.

Aku persembahkan karya terbaikku ini kepada :

➤ Teruntuk Ama dan Apa,

Terimakasih atas segala yang telah Ama dan Apa berikan, sehingga Yogi bisa menyelesaikan pendidikan S1. Walaupun tidak pada waktu yang seharusnya, namun semua tetap Ama dan Apa dukung dan doakan agar selesai perkuliahan yang saya tempuh ini. Maaf jika Yogi masih banyak mengecewakan ataupun menyusahkan Ama dan Apa sampai saat sekarang ini. Semua yang telah Ama dan Apa berikan selama ini dari kecil hingga saat ini sampai kapanpun tak akan pernah terbalaskan,

namun Yogi hanya bisa memberikan doa selalu diberikan kesehatan dan dalam lindunganNya. Aamiin.

Teruntuk kakak dan adikku, Fatma dan Roni terimakasih atas dukungan doa dan supportnya. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan dan dalam lindunganNYA. Aamiin.

➤ Teruntuk Ninda

Terimakasih kamu telah menjadi penyemangat pembuat skripsi ini dari awal, juga membantu ketika aku terkendala dalam penyelesaian skripsi ini hingga menjadi karyaku. Terimakasih atas support dan doanya selama ini, mungkin takan terbalaskan sampai kapanpun.

➤ Teruntuk Sekte

Terimakasih telah menjadi bagian dalam tawa dan bahagia ketika suntuk dalam pembuatan skripsi. Terimakasih sekte "why are u gay!" ketua Elder God abang Ganteng Psikologi, wakil sang penulis Blogger Laurentius Redak, sekretaris Wawan hehe!!, bendahara Dimskuy, humas Rake Boy, dan anggota-anggota lain yang belum terpilih. Semoga kelak kita bisa berkumpul kembali sambil berkopi santuy dalam membahas kehidupan kedepan baik dunia nyata maupun fana :D

➤ Teruntuk Kos Gema

Terimakasih abang Gema yang telah memperbolehkan saya kos selama menempuh perkuliahan ini. Terimakasih untuk penghuni kos Gema yang selama ini menjadi bagian dari cerita perjalanan hidupku selama berada dikos ini, yang tidak

tersebutkan dalam tulisan ini namun akan selalu saya ingat dalam kenangan indah itu, semoga kita bisa bertemu lagi dalam canda dan tawa dilain kesempatan :D

➤ **Teruntuk Psikologi 14**

Terimakasih atas semua kisah perjalanan kuliahku yang telah kita lalui. Terimakasih untuk kenangan kebersamaan dalam keluarga besar yaitu keluarga Psikologi 14. Maaf untuk semua teman yang tidak disebutkan nama dalam tulisan ini, namun semua akan aku ingat dalam kenangan indah bersama kalian, semoga kita bisa berkumpul dalam canda dan tawa pada lain kesempatan :D

➤ **Teruntuk yang yang terlibat dalam skripsi ini**

Terimakasih untuk yang telah membantu dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, Ninda, Kak Resti, bang Dani Kopales, bang Budiman, Prila, bang Hendra, Yulia, Nadia princes, dan rekan-rekan lainnya yang juga telah membantu memberikan semangat maupun doa.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Yogi Kurniawan
NIM : 14011064
Jurusan : Psikologi
Fakultas : Ilmu Pendidikan
Judul : HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA GO-JEK DI
BUKITTINGGI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia bertanggung jawab, sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Padang, Juli 2019



Yogi Kurniawan

NIM. 14011064

ABSTRAK

Nama : Yogi Kurniawan
Judul : Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan
Konsumen Pada Pengguna Go-Jek Di Bukittinggi
Pembimbing : Suci Rahma Nio. S.Psi., M.Psi., Psikolog

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif korelasional yang bertujuan untuk mendeskripsikan hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada pengguna Go-Jek di Bukittinggi. Subjek penelitian ini 65 orang yang diperoleh melalui teknik *sampling incidental*. Data diolah dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Hasil penelitian dengan nilai r_{xy} sebesar 0.471 dengan $p=0.000$ ($p<0.01$) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada pengguna Go-Jek di Bukittinggi.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, Go-Jek.

ABSTRACT

Name : Yogi Kurniawan

Little : *The relationship between service quality and customer satisfaction with Go-Jek users in Bukittinggi.*

Advisor : Suci Rahma Nio. S.Psi., M.Psi., Psikolog

This research is a correlational quantitative research that aims to describe the relationship between service quality and customer satisfaction in Go-Jek users in Bukittinggi. The subjects of this study were 65 people who were obtained through incidental sampling techniques. Data is processed by using product moment conversion techniques from Karl Pearson. The results of the study with r_{xy} values of 0.471 with $p = 0,000$ ($p < 0.01$) indicate that there is a very significant positive relationship between service quality and customer satisfaction on Go-Jek users in Bukittinggi.

Keywords: *Service quality, customer satisfaction, Go-Jek.*

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, karena izin dan ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Pengguna Go-Jek di Bukittingi “. Skripsi ini merupakan syarat untuk menyelesaikan pendidikan program sarjana (S1) pada Jurusan Psikologi Universitas Negeri Padang.

Selama menyelesaikan skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, pengarahan, dan dorongan motivasi. Untuk itu dengan segala kerendahan hati dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H. Ganefri, M.Pd., Ph. D., selaku Rektor Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Prof. Dr. Alwen Bentri, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Padang.
3. Ibu . Dr. Solfema, M. Pd., selaku Ketua Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Suci Rahma Nio, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku pembimbing yang telah banyak memberikan waktu, petunjuk, saran, dan pengarahan dalam pelaksanaan penelitian sampai penyusunan skripsi.

5. Ibu Yolivia Irna Aviani, S.Psi., M.Psi, Psikolog selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing penulis selama menuntut ilmu di Jurusan Psikologi.
6. Bapak Yanladila Yeltas Putra, S.Psi., M.A, Bapak Rinaldi S.Psi, M. Si, Ibu Rindang Ayu, S. Psi, M.A, selaku tim penguji skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan untuk menyempurnakan skripsi.
7. Bapak dan Ibu dosen psikologi beserta staf administrasi Jurusan Psikologi yang telah memberikan bantuan baik dalam pengajaran, perkuliahan dan ilmu pengetahuan bagi penulis selama dalam perkuliahan.
8. Teristimewa kedua orang tua, ama dan apa yang telah memberikan dukungan, doa, semangat, dan fasilitas sehingga saya mampu menyelesaikan pendidikan di Jurusan Psikologi.
9. Teruntuk rekan-rekan seperjuangan Psikologi 2014, terimakasih karena sudah ada dan menjadi bagian dari perjalanan selama menempuh pendidikan di Jurusan Psikologi.
10. Teruntuk semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, terimakasih banyak sudah menjadi bagian dari perjalanan pembuatan skripsi ini. Semoga Tuhan memberikan balasan atas perbuatan baik yang telah diberikan. Aamiin.

Dalam Skripsi ini peneliti menyadari bahwasanya masih terdapat kesalahan dan kekurangan baik itu penulisan ataupun isi. Untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi ilmu pengetahuan serta dapat memberikan informasi bagi pembaca.

Bukittinggi, Juli 2019

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kepuasan Konsumen	10
1. Pengertian kepuasan konsumen	10
2. Aspek-aspek Kepuasan konsumen	11
3. Faktor yang mempengaruhi Kepuasan konsumen	12
4. Cara mengukur kepuasan pelanggan.....	14
5. Sesbab-sebab timbulnya ketidakpuasan	15

B. Kualitas pelayanan	16
1. Pengertian kualitas pelayanan	16
2. Dimensi kualitas pelayanan.....	16
3. Pengukuran kualitas pelayanan	17
4. Pelayanan yang diberikan Go-Jek	18
C. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen	20
D. Kerangka Konseptual.....	22
E. Hipotesis penelitian	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian	23
B. Variabel penelitian.....	23
C. Defenisi Operasional.....	24
D. Populasi dan Sampel	24
E. Instrument dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
1. Skala Kepuasan Konsumen.....	26
2. Skala Kualitas pelayanan	28
F. Validitas dan Reliabilitas	29
G. Teknik Analisis Data.....	33
H. Prosedur Pelaksanaan Penelitian.....	34

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian.....	37
1. Pengkategorian Skala Kualitas Pelayanan	40

2. Pengkategorian Skala Kepuasan Konsumen.....	42
B. Analisis Data	45
1. Uji Normalitas.....	45
2. Uji Linearitas	46
3. Uji Hipotetis.....	47
C. Pembahasan.....	48
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	54
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Skor Pilihan Alternatif Kepuasan Konsumen Dalam	
Skala Likert	27
Tabel 2. Blue Print Kepuasan Konsumen	27
Tabel 3. Tabel Skor Pilihan Alternatif Kualitas Pelayanan Dalam Skala Likert	29
Tabel 4. Blue Print Kualitas Pelayanan.....	29
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas Skala Kepuasan Konsumen.....	32
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas Skala Kualitas Pelayanan	33
Tabel 7. Hasil Reliabilitas Alat Ukur Penelitian	34
Tabel 8. Rerata Empiris Dan Rerata Hipotetik Kepuasan Konsumen Dan Kualitas	
Pelayanan.....	37
Tabel 9. Deskripsi Data Penelitian Kualitas Pelayanan Per Aspek	38
Tabel 10. Deskripsi Data Penelitian Kepuasan Konsumen Per Aspek	39
Tabel 11. Kategorisasi Skor Subjek Kualitas Pelayanan	41
Tabel 12. Kategorisasi Skor Subjek Berdasarkan Aspek-Aspek	
Kualitas Pelayanan.....	42
Tabel 13. Kategorisasi Skor Subjek Kepuasan Konsumen.....	44
Tabel 14. Kategorisasi Skor Subjek Berdasarkan Aspek-Aspek	
Kepuasan Konsumen	45
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen.....	47
Tabel 16. Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan	
Konsumen	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual	22
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Skala Uji Coba	59
2. Data Skala Uji Coba Skala Kepuasan Konsumen.....	68
3. Data Skala Uji Coba Skala Kualitas Pelayanan	73
4. Hasil Validitas Dan Reliabilitas Iatem Kepuasan Konsumen.....	78
5. Hasil Validitas Dan Reliabilitas Iatem Kualitas Pelayanan	80
6. Skala Penelitian.....	82
7. Data Penelitian Skala Kualitas Pelayanan.....	89
8. Data Penelitian Skala Kepuasan Konsumen	94
9. Deskriptif Statistik Skala Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen ..	99
10. Uji Normalitas Skala Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen.....	100
11. Uji Linearitas Skala Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen	101
12. Uji Korelasi Skala Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen.....	102

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin majunya perkembangan zaman saat ini, berkembang pula teknologi guna membantu berbagai pekerjaan agar lebih mudah, salah satu bentuk teknologi yang memberikan banyak kemudahan yaitu internet. Menurut Ellsworth (dalam Rahman& Dewantara, 2017) internet merupakan jaringan besar yang dibentuk oleh interkoneksi jaringan computer tunggal di seluruh dunia, lewat saluran telepon, satelit, dan system telekomunikasi lainnya. Kemudahan yang didapatkan salah satunya semakin bertambahnya akses jual-beli barang dan jasa melalui internet, secara *on-line*. Terdapat beberapa situs yang menyediakan jasa dan barang pada saat sekarang ini, termasuk ojek *on-line* yang memberikan pelayanan dibidang jasa dan barang diantaranya *shopee*, *olx*, *buka lapak*, *traveloka*, dan termasuk diantaranya aplikasi ojek *on-line* yang menawarkan jasa, seperti *Go-Jek*. Jasa (*service*) merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan untuk dijual kepada konsumen Sangadji, & Sopiah, (2013).

Go-Jek bermula pada tahun 2010 sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon yang didirikan oleh Michaelangelo Moran dan Nadienm Makarin, namun Go-Jek kini tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik pembayaran, layan-antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya *go-jek.com*, (2017). Go-Jek adalah sebuah perusahaan

teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia, pada situs go-jek.com, (2017) terdapat berbagai kegiatan Go-Jek yang bertumpu pada 3 nilai pokok seperti : (1) Kecepatan yaitu melayani dengan cepat dan terus belajar dan berkembang dari pengalaman. (2) Inovasi yaitu terus menawarkan teknologi baru untuk mempermudah hidup anda. (3) Dampak sosial yaitu memberikan dampak positif sosial sebesar-besarnya untuk masyarakat Indonesia. Selain itu (driver.go-jek.com) Go-Jek memiliki beberapa standar layanan mulai dari memperlihatkan kerapian, kondisi kendaraan, dan cara berkomunikasi dengan pelanggan.

Go-Jek pertama kali beroperasi di Jakarta dan merambat ke berbagai daerah yang ada di Indonesia, dan sekarang sudah ada sekitar 50 kota yang telah beroperasi di seluruh Indonesia go-jek.com, (2017). Go-Jek mulai beroperasi di Sumatera Barat pertama kali di kota Padang dan setelah berapa lama Go-Jek mulai merambah ke kota Bukittinggi dan mulai beroperasi pada pertengahan tahun 2017. Go-Jek memberikan pelayanan kepada konsumen serta memiliki prosedur pelayanan demi mencapai kepuasan konsumennya. Setelah konsumen memakai jasa Go-Jek mereka memberikan *rating* yang akan keluar saat selesai pemakaian jasa, yaitu dalam bentuk pemberian bintang 1-5 dan komentar untuk drivernya. Hal tersebut berguna untuk menilai kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Go-Jek.

Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan

(Engel, 1994). Sedangkan Wilkie (dalam Tjiptono, 1995) mendefenisikan bahwa kepuasan konsumen sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau layanan. Kepuasan atau ketidak puasan pelanggan adalah respons yang diberikan pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja *actual* prodak yang dirasakan setelah pemakaiannya menurut Day (dalam Kristianto, 2011).

Peneliti melakukan wawancara singkat kepada 15 orang pengguna Go-Jek yang berada di Bukittinggi didapatkan bahwa 8 dari 15 orang pengguna Go-Jek mengatakan bahwa mereka memiliki beberapa keluhan yang pernah dialaminya selama menggunakan Go-Jek. Sedangkan 7 dari 15 tersebut mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan Go-Jek lebih cepat, aman, nyaman dan juga membuat urusan jadi gampang. Berdasarkan data wawancara yang didapatkan pada wawancara kepada beberapa orang pengguna Go-Jek di Bukittinggi, peneliti mencatat beberapa keluhan yang dialami oleh pengguna Go-Jek di Bukittinggi yaitu (1) Driver tidak bisa menjemput customer dengan alasan tertentu tetapi tidak mau dicancel dan diaplikasi mengatakan sudah sampai tujuan. (2) Ketika hujan untuk pesan Go-Food sudah diterima, namun kemudian disuruh untuk cancel. (3) Harga diaplikasi tidak sesuai dengan yang diminta driver, dan ada juga yang tidak menyediakan kembalian untuk pembayaran cash. (4) Tarif Go-Jek naik dan ongkos Go-Food siang dan malam berbeda. (5) Untuk mencapai target poin driver, pelanggan diminta untuk memesan Go-Jek dengan

akun yang lain. (6) Menghubungi customer setelah selesai pengantaran secara pribadi di akun WA dan tidak nyaman, terutama pada customer cewek.

Peneliti juga melakukan wawancara terhadap salah satu staff/admin Go-Jek di kota Bukittinggi, dan ditemukan bahwa para driver melakukan pelanggaran seperti; (1) Terlambat menjemput pelanggan, (2) Berkendara terlalu cepat, tidak mentaati aturan lalulintas, berkendara saat mengantuk, menggunakan HP ketika berkendara, maupun melakukan pelanggaran atas norma-norma berkendara yang lazim (*unsafe riding*), (3) Memberikan alasan kepada pelanggan untuk tidak menjalankan order atau meminta pelanggan cancel booking, (4) Memperlakukan atau berbicara kepada pelanggan tidak dengan sopan, (5) Menggunakan akun yang didaftarkan dengan nama orang lain, (6) Atribut tidak lengkap, Plat nomor kendaraan berbeda dengan yang tertera pada aplikasi. Dari pelanggaran-pelanggaran diatas diketahui bahwa driver Go-Jek telah melakukan beberapa pelanggaran SOP (Standar Operasional Prosedur) dari PT Go-Jek. Secara Teori hal ini menyebabkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh driver Go-Jek kurang baik sehingga menyebabkan rendahnya kepuasan konsumen. Dalam menanggapi pelanggaran dari driver, perusahaan Gojek memberikan sanksi kepada driver yang melakukan pelanggaran. Sanksi tersebut berupa *suspend* untuk pelanggaran ringan dan pemblokiran akun mitra atau akun sebagai driver Gojek untuk pelanggaran yang berat. Hal tersebut dilakukan oleh perusahaan Gojek agar kualitas pelayanan dari driver itu sendiri tetap terjaga sehingga mempengaruhi baiknya kepuasan konsumen saat menggunakan jasa Gojek.

Sesuai dengan penelitian oleh Rasyid (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh positif, hal ini dipengaruhi oleh salah satunya pemanfaatan teknologi informasi yaitu menggunakan *smartphone*.

Meskipun demikian, konsumen merasa kecewa dengan pelayanan Go-Jek yang kurang memuaskan, tapi kebanyakan pelanggan tetap menggunakan aplikasi Go-Jek. Hal ini dikarenakan beberapa alasan seperti, konsumen tetap merasa terbantu dalam memenuhi kebutuhannya, selain itu aplikasi Go-Jek juga menyediakan pelayanan jasa yang mudah digunakan dan cukup terjangkau seperti Go-Food dan Go-ride. Selain itu alasan lainnya adalah, kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh Go-Jek seperti pelanggan tidak harus menunggu lama dipinggir jalan atau mendatangi pangkalan ojek. Keuntungan lainnya yaitu, memesan makanan lebih mudah seperti yang tersedia dalam fitur Go-Food dan juga belanja lebih praktis secara *on-line* menggunakan fitur Go-mart. Oleh karena itu pelanggan tetap menggunakan aplikasi Go-Jek meskipun dengan pelayanan yang terkadang tidak memuaskan dari *driver*. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Genaddi, (2016) dimana dalam penelitiannya, meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi terhadap konsumen Go-Jek di DKI Jakarta), penelitian ini dilakukan kepada 120 orang responden, hasil dari penelitian ini adalah dari kelima dimensi kualitas pelayanan, terdapat dua dimensi yaitu *reliability* dan *empathy* yang berpengaruh secara signifikan. Sedangkan dimensi *tangibles*, *responsive*, dan *assurance* tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Go-Jek di DKI Jakarta.

Pelanggan merasa puas mendapati driver ketika awal penjemputan dengan sopan dan juga ramah. Juga tidak terlepas dari standar prosedur pelayanan dari PT Go-Jek untuk driver. Seperti driver menyapa pelanggan, ketepatan menemukan lokasi konsumen, pemilihan rute, atau menaati rambu lalu lintas dan juga data driver dan kendaraan sesuai dengan apa yang dipesan oleh pelanggan yang ada pada aplikasi Go-Jek. Namun saat konsumen mendapatkan pelayanan yang sebaliknya, konsumen berhak dan bisa memberikan penilaian atau komentar kepada driver maupun menyampaikan *complaint* kepada pihak perusahaan Gojek secara langsung.

Kepuasan yang diterima oleh konsumen tentunya berdasarkan berbagai faktor yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Hasil penelitian (Lupiyoadi, 2001) menyatakan bahwa terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan dalam kepuasan konsumen, antara lain: (1) Kualitas Produk yaitu konsumen merasa puas bila hasil dari evaluasi mereka mendapatkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, (2) Kualitas Pelayanan yaitu konsumen merasa puas bila menunjukkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan, (3) Emosional yaitu konsumen akan merasa puas apabila orang memuji dirinya ketika menggunakan merek yang mahal, (4) Harga yaitu produk mempunyai kualitas yang sama tetapi harga yang diberikan relatif murah sehingga memberikan nilai yang lebih tinggi; (5) Biaya yaitu konsumen yang tidak perlu

mengeluarkan biaya tambahan dan membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk.

Hasil penelitian Selnes, (1993) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan dan kepuasan mempengaruhi loyalitas dan keinginan untuk tidak berpindah produk. Sedangkan Naser, Jaman & Al-Khatib, (1999) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan.

Menurut Lewis dan Booms (dalam Tjiptono dan Gregorius, 2005), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Konsumen dapat membuat asosiasi berdasarkan atribut terkait dengan produk. Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan dianggap mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Pengguna Go-Jek di Bukittinggi”.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, identifikasi masalahnya adalah :

1. Pelayanan dari driver Go-Jek belum memuaskan.
2. Konsumen kurang merasakan pelayanan yang baik dari driver Go-Jek.
3. Perusahaan Go-Jek menyadari bahwa driver Go-Jek melakukan pelanggaran yang menyebabkan ketidakpuasan pada perusahaan Go-Jek.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah yang akan di kemukakan adalah:

1. Bagaimana kepuasan konsumen pada pelayanan yang di berikan Go-Jek?
2. Bagaimana kualitas pelayanan yang di berikan Go-jek kepada konsumen?
3. Bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana kepuasan konsumen pada pelayanan yang di berikan Go-Jek.
2. Untuk mendeskripsikan bagaimana kualitas pelayanan yang di berikan Go-Jek kepada konsusmen.
3. Untuk mendeskripsikan bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bagi bidang psikologi industry.

2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi masyarakat pengguna Go-Jek agar munculnya rasa aman dan nyaman dalam menggunakan jasa transportasi Go-Jek.
- 2) Bagi driver Go-Jek untuk menambah pengetahuan mengenai cara menarik konsumen agar dapat meningkatkan produktifitas sebagai driver Go-Jek.
- 3) Bagi perusahaan Go-Jek sebagai bahan informasi untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen serta cara untuk mendapatkan kepuasan konsumen tersebut berdasarkan pelayanan-pelayanan yang di berikan perusahaan kepada konsumen.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian kepuasan konsumen

Menurut Sangadji & Sopiah, (2013), Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil/actual dengan kinerja produk yang diharapkan. Sedangkan kepuasan konsumen menurut Zeithaml & Bitner dalam (Sangadji & Sopiah, 2013), menyebutkan Konsumen yang merasa puas pada produk/ jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan.

Sunarto, (2006), menyatakan kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen atas barang/jasa setelah mereka peroleh dan gunakan. Sedangkan Kotler (dalam Sangadji & Sopiah, 2013) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harap-harapannya.

Sangadji & Sopiah, (2013), mengatakan kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang actual. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang

diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen, Sangadji & Sopiah, (2013).

2. Aspek-aspek kepuasan konsumen

Aspek-aspek yang diperlukan dalam penilaian kepuasan konsumen pada pelayanan, dijelaskan menurut Kotler (2002) adalah :

a. Harapan

Kepuasan konsumen berawal saat sebelum pembelian, yaitu ketika konsumen menyusun harapan dan yakin dengan apa yang akan diterima dari produk atau jasa yang diberikan.

b. Kualitas/kinerja

Selama kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kualitas dan manfaat dari produk/jasa secara actual dilihat dari kepentingan konsumen.

c. Perbandingan

Setelah mengkonsumsi, setelah harapan dan kualitas produk atau jasa hendaknya juga memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk atau jasa yang sejenis.

d. *Confirmation* dan *disconfirmation* (penegasan)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda atau dari pengalaman orang lain. Melalui penggunaan merek lain dan komunikasi dari perusahaan serta orang lain, konsumen membandingkan harapan kinerja barang atau jasa yang dibeli

dengan kinerja aktual barang atau jasa tersebut. *Confirmation* terjadi saat harapan sesuai dengan kinerja actual dari produk. *Disconfirmation* terjadi saat harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja actual suatu produk. Konsumen merasa puas ketika terjadi *confirmation* dan *disconfirmation* yaitu saat harapan melebihi kinerja actual dari barang atau jasa yang diberikan.

e. Ketidaksesuaian

Ketidaksesuaian yaitu bagaimana kualitas produk yang telah diperoleh konsumen tidak sesuai dengan keinginan atau permintaan awal konsumen. Ketidaksesuaian mengindikasikan perbedaan antara level kinerja dengan harapan. *Negative disconfirmation* terjadi ketika kinerja actual berada di level harapan, kesenjangan yang lebih luas akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan. Sebaliknya *positive disconfirmation* terjadi ketika kinerja actual berada diatas level harapan. Ketika konsumen puas, maka konsumen akan menggunakan barang atau jasa yang sama, dan ketika konsumen merasa tidak puas maka konsumen akan menuntut perbaikan atau complain terhadap perusahaan.

3. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Terdapat lima faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, yang di kemukakan oleh Lupioyadi (2006), yaitu :

a. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk yang ternyata kualitas produk nya baik.

b. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan mereka. Kualitas pelayanan bergantung pada tiga hal yakni: sistem, teknologi, dan manusia.

c. Harga

Ketika harga suatu produk atau jasa relatif lebih murah dari tempat lain, pelanggan akan merasa memperoleh nilai yang lebih tinggi. Nilai yang lebih tinggi merupakan faktor meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sensitif, harga murah adalah komponen utama, karena mereka akan mendapatkan keuntungan. Dan komponen harga ini tidak berlaku bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

d. Faktor emosional

Faktor ini berpengaruh pada nilai sosial, seseorang akan merasa bangga dan derajat sosialnya meningkat jika menggunakan suatu merek ternama. Kebanggaan memberikan kepuasan yang sangat tinggi.

e. Biaya dan kemudahan mendapatkan produk

Pelanggan merasa puas untuk mendapatkan produk yang diinginkannya tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan, tidak membuang waktu mengantrian dan tidak menempuh jarak jauh untuk mencapai lokasi.

4. Cara mengukur kepuasan pelanggan

Ada beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan Kotler (dalam Abdul 2016), yaitu :

a. *Complaint and suggestion system* (sitem keluhan dan saran)

Perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh pelanggannya. Saran tersebut disampaikan melalui kartu komentar, *customer hot line*, dan telepon bebas pulsa. Informasi ini memberikan ide masukan kepada perusahaan untuk mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

b. *Customer satisfaction surveys* (survei kepuasan pelanggan)

Perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar pelanggan, survei yang dilakukan dapat melalui pos, telepon, dan wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket.

c. *Ghost shopping* (pembeli bayangan)

Perusahaan menunjuk seseorang sebagai pembeli diperusahaan lain atau keperusahaannya sendiri. Pembeli misterius ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayanan yang melayaninya. Melaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen. Bukan hanya orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan, manajer sendiri harus turun ke lapangan, belanja ke toko saingan dimana ia tidak dikenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dan informasi yang diperoleh langsung dialami.

d. *Lost customer analysis* (analisis pelanggan yang lari)

Langganan yang hilang dicoba dihubungi, mereka dicoba untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi, dari kontak seperti ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi langganan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

5. Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan

Banyak sebab-sebab munculnya ketidakpuasan terhadap terhadap sesuatu menurut Abdul (2016), antara lain :

- a. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
- b. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
- c. Perilaku personil kurang memuaskan
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak mendukung
- e. *Cost* terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu dan harga tidak sesuai
- f. Promosi/iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler (dalam Sangadji, & Sopiah, 2013) merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Parasuraman dalam (Sangadji, & Sopiah, 2013) mendefinisikan kualitas jasa sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan Tjiptono (Sangadji, & Sopiah, 2013) menjelaskan bahwa jasa yang telah diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya apabila jasa yang diterima tidak sesuai dari harapan, kualitas jasa diperspsikan buruk.

Menurut Lewis dan Booms (dalam Tjiptono dan Gregorius, 2005), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan konsumen. Konsumen dapat membuat asosiasi berdasarkan atribut terkait dengan produk. Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan telah disadari mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman Sangadji, & Sopiah, (2013) mengemukakan lima dimensi kualitas jasa, yaitu sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
3. Jaminan (*assurance*), melalui pengetahuan, kemampuan, keramahan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko.
4. Empati, yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.
5. Produk-produk fisik (*tangibles*), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

3. Pengukuran Kualitas Pelayanan

Mengukur kualitas jasa berarti mengevaluasi atau membandingkan kinerja suatu jasa dengan seperangkat standar atau yang telah ditetapkan terlebih dahulu untuk model pengukuran. Parasuraman dan kawan-kawan telah membuat sebuah skala multi-item yang diberi nama SERVQUAL. Alat ini dimaksudkan untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, dan

kesenjangan (*gap*) yang ada pada model kualitas jasa. Pengukuran dapat dilakukan dengan skala Likert atau sematik diferensial, dimana responden cukup memilih derajat kesetujuan atau ketidaksetujuannya atas pernyataan kualitas jasa. Zeithaml dan Bitner dalam (Sangadji, & Sopiah, 2013) mengemukakan beberapa formulasi untuk mengukur kualitas jasa sebagai berikut :

1. Skor kualitas = skor kinerja – skor harapan
2. Skor kualitas jasa = skor derajat kepentingan x (skor kinerja – skor harapan)
3. Skor kualitas jasa = skor kinerja
4. Skor kualitas jasa = skor derajat kepentingan x skor kinerja

4. Pelayanan yang diberikan Go-Jek

Go-Jek memiliki beberapa standar layanan mulai dari memperlihatkan kerapian, kondisi kendaraan, dan cara berkomunikasi dengan pelanggan (driver.go-jek.com). Standar kategori layanan yang diberikan Go-Jek saat mengantar pelanggan oleh driver sebagai berikut dari situs driver.go-jek.com, (2016).

1. Penampilan mitra

Memakai Jaket resmi Go-Jek, warna jaket tidak pudar, jaket tidak berbau/tercium wangi, jaket tidak berlubang, tidak ada bagian yang di potong pada jaket (jaket tidak di modifikasi), helm standar SNI, celana panjang, sepatu tertutup.

2. Kondisi kendaraan

Pijakan kaki untuk pelanggan, kaca spion (terpasang), lampu utama menyala, lampu sen dapat digunakan, knalpot standar (bukan yang mengeluarkan suara nyaring).

3. Layanan kepada penumpang

a. Order berhasil diambil

Tidak perlu menghubungi penumpang (sms atau telepon) untuk konfirmasi.

Tips: Gunakan fitur navigasi didalam aplikasi untuk mempelajari lokasi penjemputan dan gunakan berbagai petunjuk arah. Hanya hubungi pelanggan apabila sudah sampai ke lokasi tujuan.

b. Sampai dilokasi penjemputan

Kirim SMS atau telepon Pelanggan saat tiba ditujuan. Format minimal:

”Halo! Saya sudah sampai dilokasi penjemputan. Terima kasih.”

c. Bertemu penumpang

Sapa pelanggan. Format minimal: ”Halo! Pak/Bu <nama Pelanggan> ya?

Tujuan ke <nama tujuan> ya?. Foto driver sesuai dengan informasi di aplikasi Pelanggan. Plat motor sesuai dengan informasi diaplikasi Pelanggan. Tawarkan masker. Tawarkan penutup rambut. Helm resmi Go-Jek untuk pelanggan. Helm dalam keadaan bersih dan tidak berbau. Pengait helm bekerja dengan baik. Kaca helm dapat dibuka/tutup. Pijakan kaki siap digunakan Pelanggan. Tekan tombol ‘geser untuk memulai pekerjaan’ sebelum memulai pekerjaan. Tips: tombol ditekan hanya ketika Pelanggan

sudah bersama anda untuk menuju tempat antar. Tanyakan preferensi rute pelanggan. Format minimal: “biasanya lewat jalan mana Pak/Bu?”.

d. Selama perjalanan

Tidak memulai pembicaraan yang tidak perlu dengan pelanggan kecuali:

1. Hujan, menawarkan untuk berhenti atau menggunakan jas hujan.
2. Ganti rute jika macet parah.
3. Isi bensin.

e. Sampai ditujuan

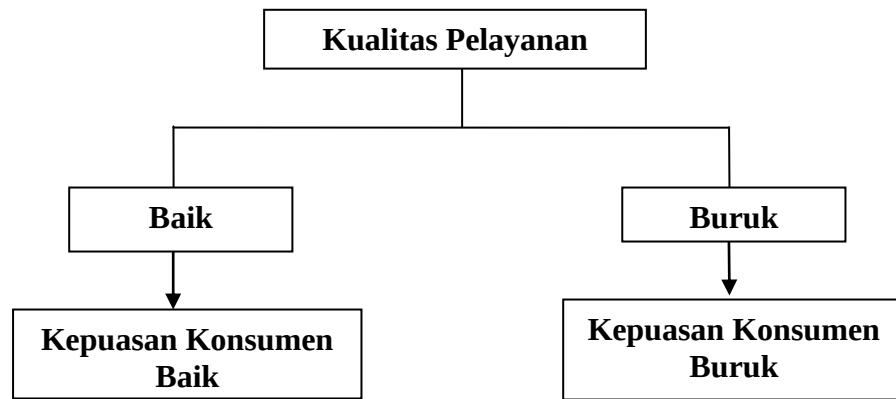
Ucapkan terima kasih pada pelanggan, format minimal: ”Terima kasih sudah menggunakan Go-Jek, Pak/Bu <nama pelanggan>!” Tawarkan *Top Up Go-Pay* kepada pelanggan. Format minimal: “Pak/Bu, mau *Top Up GO-Pay*-nya? Saya bisa bantu *Top Up Go-Pay* sebesar <nilai deposit yang dimiliki Mitra>”. Geser tombol selesai.

C. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Pengguna Go-Jek di Bukittinggi

Kepuasan konsumen (Sunarto,2006) adalah sikap yang ditunjukkan oleh konsumen setelah mereka menggunakan produk atau jasa dan merasa sesuai dengan apa yang diharapkan dan ingin untuk menggunakan kembali. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya menurut Lupiodyadi (2006) adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah seberapa baik pelayanan yang diberikan sehingga memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan menentukan apakah konsumen merasa puas atau tidak puas oleh produk/jasa yang didapatkan dari produsen tersebut. Jasa yang telah diterima dan sesuai dengan harapan maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa diterima tidak sesuai harapan maka kualitas jasa akan dipersepsikan buruk dan tidak memuaskan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rasyid (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh positif, hal ini dipengaruhi oleh salah satunya pemanfaatan teknologi informasi yaitu menggunakan *smartphone*. Rifaldi, Kadunci dan Sulistyowati (2017) melakukan penelitian serupa dengan sampel mahasiswa/i Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Ini berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin baik kepuasan pelanggan, begitu juga sebaliknya, semakin buruk kualitas pelayanan maka semakin buruk kepuasan pelanggan.

D. Kerangka konseptual

Gambar 1. Kerangka konseptual hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada pengguna Go-Jek di Bukittinggi

E. Hipotesis Penelitian**a. Hipotesis Nihil (H_0)**

Tidak terdapat Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Pengguna Go-Jek di Bukittinggi.

b. Hipotesis Alternatif (H_a)

Terdapat Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Pengguna Go-Jek di Bukittinggi.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara umum tingkat kepuasan konsumen pada pengguna Go-Jek di Bukittinggi berada pada kategori tinggi.
2. Secara umum tingkat kualitas pelayanan pada pengguna Go-Jek di Bukittinggi berada pada kategori tinggi
3. Terdapat hubungan yang positif signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada pengguna Go-Jek di Bukittinggi.

B. SARAN

Beberapa saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti berdasarkan gambaran penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya :

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan dalam pengetahuan ilmu psikologi, serta memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu psikologi khususnya dalam bidang Psikologi Industri dan Organisasi, Psikologi Konsumen, Psikologi Organisasi dan Manajemen.

2. Secara praktis

- 1) Bagi masyarakat pengguna Go-Jek agar muncul rasa aman, nyaman dalam menggunakan jasa transportasi Go-Jek, dan terus menggunakan Go-Jek sebagai salah satu alat transportasi.
- 2) Bagi driver Go-Jek sebagai penambah pengetahuan mengenai cara menarik konsumen agar dapat meningkatkan produktifitas sebagai driver Go-Jek.
- 3) Bagi perusahaan Go-Jek sebagai bahan informasi untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen serta cara untuk mendapatkan kepuasan konsumen tersebut berdasarkan pelayanan-pelayanan yang di berikan perusahaan kepada konsumen.

3. Penelitian selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan kualitas pelayanan maupun kepuasan konsumen agar penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi. Kemudian dapat meningkatkan hasil penelitian dengan jumlah sampel yang lebih besar. Dan juga hasil penelitian ini bisa menjadi bahan rujukan untuk meneliti kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, H. M. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Azwar, S. (1998). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2011). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: pustaka pelajar
- Driver.go-jek. (2016). Standar Kategori Layanan Go-Jek Saat Mengantar Pelanggan Oleh Driver. Diakses 20 oktober 2017, dari <https://driver.go-jek.com/hc/id/articles/115009854187--Standar-Atribut-Driver-GO-JEK>.
- Engel, J.F., R.D, Blackwell., & P.W, Miniard, (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Genaddi, B. R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada konsumen Go-Jek di DKI Jakarta). *E-Proceeding of Management*, 3(3).3535-3542.
- Go-jek. (2017). Tentang kami Go-Jek Indonesia. Diakses 20 oktober 2017, dari <https://www.go-jek.com/about/>.
- Gustafsson, A., Johnson, M.D., & Roos. (2005). The effects of customer satisfaction, relationship commitment dimensions, and triggers on customer retention. *Journal of marketing*. 69, 210-218.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran : analisis Perencanaan, Implimentasi dan Kontrol, Edisi Milienium*. Yakarta: PT. Prenhalindo
- Kristianto, L. P. (2011). *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Lupioyadi, R. (2006). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi jilid 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Naser K. Jamal A. Al-Khatib K. (1999). Islamic Banking: A Study of Customer Satisfaction and Preferences in Jordan. *The International Journal of Bank*