

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI
ONLINE GO-JEK DI KABUPATEN BADUNG**

Dewiwati Sujadi *1

dewiwati.sujadi@triatmamulya.ac.id

Ni Luh Vita Ridayanti *2

Universitas Triatma Mulya

ABSTRACT

This study aims to analyze the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Using Go-Jek Online Transportation Services in Badung Regency. Data collection techniques in this study is the questionnaire. Sampling in this study using purposive sampling method. The respondents taken as samples in this study are the people in Badung Regency who have used the Go-Ride online motorcycle transportation service in the Go-Jek application at least twice and the age of the respondent is at least 17 years with respondents totaling 210 respondents. The results of this study are the quality of service consisting of tangible (X_1) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) of 0.218, reliability (X_2) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) of 0.406, responsiveness (X_3) has positive and significant effect on customer satisfaction (Y) of 0.384, assurance (X_4) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) of 0.328 and empathy (X_5) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) of 0.532. Service quality variables that have a dominant influence in this study are empathy. Implications for the company to always maintain and improve service quality so that customer satisfaction can be maintained properly. Providing good quality service will create positive customer perceptions of positive customer experience that will increase customer confidence in re-using Go-ride online transportation in the Go-jek application.

Keywords: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang perkembangan teknologi informasi sangatlah cepat. Seiring dengan berjalannya waktu, perkembangan

teknologi menjadi penting karena mempermudah manusia dalam melakukan berbagai kegiatan. Salah satu teknologi yang sudah menjadi tren saat ini adalah penggunaan

internet, dengan internet kita dapat memperoleh dan menyampaikan informasi apapun dengan mudah dimana saja, selain menjadi media komunikasi, internet juga dapat dimanfaatkan untuk menunjang aktivitas bisnis perusahaan tertentu.

Saat ini banyak bermunculan usaha jasa yang berbasis aplikasi internet diantaranya, jasa pinjaman *online*, jasa belanja *online*, serta jasa transportasi ojek *online*. Salah satu aplikasi *online* yang sedang tren di masyarakat saat ini adalah usaha jasa transportasi *online* yang diciptakan oleh PT. Go-Jek Indonesia. Perusahaan PT. Go-Jek Indonesia memanfaatkan peningkatan penggunaan internet di Indonesia dengan meluncurkan sebuah aplikasi pada *smartphone* yang berbasis *android* maupun *ios* untuk mendukung setiap layanannya dalam sistem pemesanan, pembayaran, dan pengiriman. Aplikasi Go-jek mempunyai lebih dari 20 layanan mulai dari jasa ojek (*GoRide*), jasa ojek mobil (*GoCar*) jasa pijat (*GoMassage*), jasa pesan antar makanan (*GoFood*), jasa pengiriman (*GoSend*), pembelian pulsa

(*Gopulsa*), jasa kebersihan (*GoClean*), dan jasa penukaran *points* (*GoPoints*) dan lainnya.

Beberapa jenis transportasi ojek *online* yang cukup banyak dikenal masyarakat di Bali diantaranya adalah *GoRide* dari aplikasi Go-Jek dan *GrabBike* dari aplikasi Grab. *GoRide* merupakan jasa transportasi *online* yang paling banyak digunakan di daerah Bali dengan persentase tertinggi sebesar 72,6%, sedangkan yang menggunakan *GrabBike* di daerah Bali sebesar 66,9%. Persentase pengguna transportasi *online* di Bali bisa dilihat dari tabel 1 berikut ini.

Tabel 1
Persentase Pengguna Transportasi
Online di Bali Tahun 2018

No	Jenis Transportasi online	Persentase
1	Go Ride (Go-Jek)	72,6%
2	Grab Bike (Grab)	66,9%

Sumber: DailySocial.id, 2019.

Walaupun banyak bermunculan aplikasi transportasi ojek *online* di Bali seperti Grab. Akan tetapi *GoRide* dari aplikasi Go-Jek tetap merupakan transportasi ojek *online* yang paling banyak digunakan di Bali. Hal ini membuat PT. Go-Jek

Indonesia harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik daripada pesaingnya. Kualitas pelayanan yang dimaksud yaitu penyajian produk atau jasa yang disajikan sesuai dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya.

Kualitas pelayanan mempunyai lima dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Pertama, dimensi bukti fisik (*tangible*) yang diberikan perusahaan kepada pelanggan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi. Kedua, dimensi kehandalan (*reliability*) yang diberikan perusahaan dalam bentuk kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera (kecepatan), keakuratan dan memuaskan. Ketiga, dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yang diberikan perusahaan dalam bentuk keinginan para pegawai untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Keempat, dimensi jaminan (*assurance*) yang diberikan

perusahaan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dipercaya yang dimiliki oleh para pegawai, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan. Kelima, dimensi kepedulian (*empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2014). Walaupun Go-jek merupakan aplikasi transportasi *online* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia, ternyata pihak PT. Go-Jek masih banyak menerima keluhan dari pelanggannya. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) melakukan survey kepuasan masyarakat terhadap pelayanan transportasi *online* Go-jek di Indonesia. Survey ini dilakukan padatanggal 5-16 April 2017 dengan melibatkan 4.668 responden. Adapun hasil yang diperoleh dari survey tersebut adalah sekitar 41% pelanggan mengaku pernah dikecewakan oleh transportasi *online* Go-jek. Adapun keluhan pelanggan terhadap pelayanan transportasi *online* Go-jek di Indonesia seperti,

sulit mendapatkan pengemudi, pengemudi yang membatalkan orderan secara sepihak, pengemudi tidak datang, kondisi kendaraan yang kurang baik, pengemudi yang ugal-ugalan, dan kendaraan yang bau asap rokok, dengan adanya keluhan yang disampaikan oleh pelanggannya membuat pihak PT. Go-Jek diharapkan mampu memberikan kualitas pelayanan yang lebih maksimal agar mampu mempertahankan dan memberikan kepuasan untuk pelanggannya.

RUMUSAN MASALAH

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Transportasi *Online* Go-Jek di Kabupaten Badung, sehingga masalah yang diteliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah bukti fisik/*tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung?
2. Apakah kehandalan/*reliability* berpengaruh terhadap kepuasan

pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung?

3. Apakah daya tanggap/*responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung?
4. Apakah jaminan/*assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung?
5. Apakah kepedulian/*empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung?
6. Variabel kualitas pelayanan manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung?

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2012) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan sekumpulan proses dalam menciptakan,

mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan serta mengelola hubungan dengan pelanggan yang kesemuanya dapat memberikan manfaat bagi organisasi.

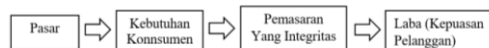
Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Assauri (2013) manajemen pemasaran adalah kegiatan untuk menganalisis, merencanakan, melaksanakan, serta mengendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, pemeliharaan keuntungan dari pertukaran atau transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Konsep Dasar Pemasaran

Pada dasarnya konsep pemasaran digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1
Konsep Pemasaran



Sumber: Kotler dan Keller (2009).

Pada gambar 1 di atas dapat dijelaskan bahwa konsep pemasaran adalah dimulai dengan perusahaan memilih pasar sasaran yang tepat yang sesuai dengan produk atau jasa

yang dipasarkan. Pemilihan pasar sasaran ini tentunya melalui pertimbangan dan disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Setelah mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, maka perusahaan akan menentukan usaha-usaha apa saja yang harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pengertian Jasa

Menurut Kotler & Keller (2012) yang dikutip oleh Tjiptono (2014) setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Karakteristik Jasa

Menurut Kotler dan Amstrong (2012), terdapat empat point karakteristik jasa yaitu: Tidak Berwujud (*Intangibility*), tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*), bervariasi (*Variability*), tidak dapat disimpan (*Perishability*)

Kategori Jasa

Menurut Lovelock et al. (2010), terdapat tiga kategori jasa, yaitu: pemrosesan manusia, jasa yang

ditujukan pada tubuh manusia dan pelanggan secara fisik masuk ke dalam sistem pelayanan, pemrosesan kepemilikan, yaitu jasa yang ditujukan pada fisik benda yang dimiliki dan keterlibatan pelanggan hanya terbatas pada pemberian barang, mengajukan permintaan pelayanan, menjelaskan masalah, dan nantinya kembali lagi untuk mengambil barangnya serta membayar tagihan, pemrosesan stimulasi mental yaitu jasa yang ditujukan pada pikiran manusia. Pemrosesan informasi yaitu jasa yang ditujukan pada suatu aktivitas yang bergantung pada teknologi informasi untuk menciptakan suatu efektifitas layanan jasa.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) menyatakan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2014) menjelaskan bahwa ada lima dimensi kualitas layanan yang dapat dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, dimana masing-masing dimensi

memiliki indikator-indikator seperti berikut:

Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*)

Layanan perusahaan kepada pelanggan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.

Dimensi Keandalan (*Reliability*)

Layanan perusahaan dalam bentuk kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera (kecepatan), keakuratan dan memuaskan.

Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Layanan perusahaan dalam bentuk keinginan para pegawai untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Layanan perusahaan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dipercaya yang dimiliki oleh para pegawai, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.

Dimensi Kepedulian (*Empathy*)

Layanan yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian

pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Supranto (2011) terdapat lima indikator kepuasan pelanggan yaitu:

Tetap setia menggunakan produk, Pelanggan yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia atau *loyal*, Membeli produk yang ditawarkan dimana keinginan untuk membeli produk atau makanan lain yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk, merekomendasikan produk. Kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif, bersedia membayar lebih. Pelanggan cenderung menggunakan harga

sebagai patokan kepuasan, ketika harga lebih tinggi konsumen cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga, Memberi masukan. Walaupun kepuasan sudah tercapai, pelanggan selalu menginginkan yang lebih lagi, maka pelanggan akan memberi masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai.

Penelitian Terdahulu

Januar Efendi Panjaitan (2016) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampel* yang menggunakan total sampel sebesar 78 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian Januar Efendi Panjaitan (2016) menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

G.A Ketut Ayu Nirmala Dewi (2018) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di *Refresh Foot Reflexology & Massage* Badung. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan *Refresh Foot Reflexology & Massage* Badung yang datang lebih dari 2 kali dan memiliki *member card*, sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan ialah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian G.A Ketut Ayu Nirmala Dewi (2018) menunjukkan bahwa variabel *tangible, empathy, responsiveness, reliability, dan assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan besarnya pengaruh yang disumbangkan kualitas pelayanan melalui lima dimensinya yaitu *tangible, empathy, responsiveness, reliability, dan assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada *Refresh Foot Reflexology & Massage* adalah sebesar 54,1%.

Muhammad Zuldy Aprianto (2019) melakukan penelitian dengan

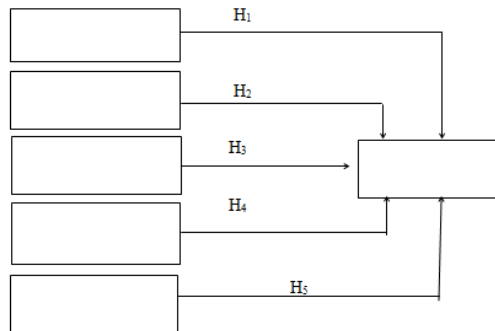
judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Transportasi *Online Grab* di Makassar. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara *Accidental sampling*. Sampel penelitian yaitu sebagian pengguna jasa transportasi *grab online* di Kota Makassar sebanyak 100 orang. Metode analisis yang digunakan ialah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian Muhammad Zuldy Aprianto (2019) menunjukkan bahwa bukti fisik, jaminan kehandalan, daya tanggap, dan kepedulian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi *online Grab* di Makassar. Variabel kepedulian yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Hubungan antara konsep satu terhadap konsep lainnya dari masalah yang ingin diteliti, digunakan untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka konseptual dalam penelitian ini

diuraikan pada gambar 2 di bawah ini.

Gambar 2
Kerangka Konseptual Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Transportasi Online Go-Jek di Kabupaten Badung



Sumber: Data yang Diolah Tahun 2020.

Hipotesis dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

H₁: Bukti Langsung/ *Tangible*

berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung.

H₂: Kehandalan/ *Reliability*

berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung.

H₃: Daya Tanggap/ *Responsiveness*

berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung.

H₄: Jaminan/ *Assurance*

berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung.

H₅: Kepedulian/ *Empathy*

berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian yang bersifat sebab akibat atau yang disebut dengan hubungan kasual, dimana ada variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi (Sugiyono, 2010).

Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang ada di Kabupaten Badung yang sudah pernah menggunakan jasa transportasi ojek *online* Go-Ride pada aplikasi Go-Jek minimal dua kali dan usia responden minimal 17 tahun.

Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya peneliti dapat mengambil sampel dari populasi yang akan diteliti sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai (Sugiyono, 2010).

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Wawancara

Menurut Sugiono (2013) wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden lebih mendalam. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara langsung kepada responden dan *driver* Go-Jek.

Dokumentasi

Dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar

oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian (Sugiyono, 2013).

Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini penulis mengemukakan beberapa pernyataan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek. Alat yang digunakan untuk mengukur adalah skala *Likert*.

Teknik analisis data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear bergandadengan menggunakan bantuan program *Statistical Package for Social Science (SPSS), 23 for Windows*.

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel

independen (X) dengan dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan, antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 2 pengujian tersebut dilakukan dengan variabel kualitas pelayanan yaitu: bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kepedulian (*empathy*) terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang ditunjukkan pada tabel 4.6, maka dapat dilihat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -3,009 + 0,218X_1 + 0,406X_2 + 0,384X_3 + 0,328X_4 + 0,532X_5$$

Interpretasi model tersebut adalah :

1. Bukti Fisik (X_1) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,218 terhadap kepuasan pelanggan (Y), artinya apabila ada peningkatan bukti fisik yang terdiri dari kondisi kendaraan yang baik, atribut kelengkapan dalam berkendara yang sesuai dengan aturan, atribut tambahan dalam kendaraan yang dibutuhkan dan penampilan *driver* seperti memakai jaket Go-Jek sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung akan meningkat sebesar 0,218.
2. Kehandalan (X_2) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,406 terhadap kepuasan pelanggan (Y), artinya apabila ada peningkatan kehandalan yang terdiri dari ketepatan *driver* Go-Jek mengantarkan pelanggan sampai ke tempat tujuan, waktu tempuh yang efektif saat

Tabel 2
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.009	1.454		-2.070	.040
Bukti Fisik	.218	.108	.124	2.023	.044
Kehandalan	.406	.139	.197	2.930	.004
1 Daya Tanggap	.384	.160	.178	2.402	.017
Jaminan	.328	.128	.152	2.574	.011
Empati	.532	.112	.290	4.740	.000

a. Dependent Variable: Y

- mengantarkan pelanggan dan akses jaringan yang akurat ketika menghubungi *driver* sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung akan meningkat sebesar 0,406.
3. Daya Tanggap (X_3) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,384 terhadap kepuasan pelanggan (Y), artinya apabila ada peningkatan daya tanggap yang terdiri dari ketanggapan Go-Jek dalam memberikan solusi bagi pelanggan yang komplain, ketepatan waktu dalam pelayanan dan kecepatan pada pelayanan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung akan meningkat sebesar 0,384.
 4. Jaminan (X_4) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,328 terhadap kepuasan pelanggan (Y), artinya apabila ada peningkatan jaminan yang terdiri dari etika *driver* Go-Jek dalam memberikan pelayanan, kepercayaan pelanggan terhadap *driver* Go-Jek dan memberikan rasa aman disaat *driver* mengemudi kendaraan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung akan meningkat sebesar 0,328.
 - Empati (X_5) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,532 terhadap kepuasan pelanggan (Y), artinya apabila ada peningkatan empati yang terdiri dari kepekaan Go-Jek dalam mendengarkan keluhan atau keinginan pelanggan, perhatian yang diberikan Go-Jek kepada pelanggan dan berkomunikasi dengan baik sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung akan meningkat sebesar 0,532.

Pembahasan

Pengaruh bukti fisik/ *tangible* terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa

transportasi *Online Go-Jek* di Kabupaten Badung.

Pengujian hipotesis pertama (H_1) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,023 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1652 ($2,023 > 1652$), dengan signifikansinya ($0.044 < 0,05$). Hasil ini mempunyai hasil bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara bukti fisik/*tangible* (X_1) dengan kepuasan pelanggan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa transportasi *online Go-Jek* di Kabupaten Badung dapat diterima dan dibuktikan.

Pengaruh Keandalan/ *Reliability* Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Transportasi *Online Go-Jek* di Kabupaten Badung.

Pengujian hipotesis kedua (H_2) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,930 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1652 ($2,930 > 1652$), dengan signifikansinya ($0.004 < 0,05$). Hasil ini mempunyai hasil bahwa hipotesis yang menyatakan keandalan/*reliability* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap dengan kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa transportasi

online Go-Jek di Kabupaten Badung dapat diterima dan dibuktikan.

Pengaruh Daya Tanggap/*Responsiveness* Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Transportasi *Online Go-Jek* di Kabupaten Badung.

Pengujian hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,402 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1652 ($2,402 > 1652$), dengan signifikansinya ($0.017 < 0,05$). Hasil ini mempunyai hasil bahwa hipotesis yang menyatakan pengaruh positif dan signifikan antara daya tanggap/*responsiveness* (X_3) dengan kepuasan pelanggan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa transportasi *online Go-Jek* di Kabupaten Badung dapat diterima dan dibuktikan.

Pengaruh Jaminan/ *Assurance* Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Transportasi *Online Go-Jek* di Kabupaten Badung.

Pengujian hipotesis keempat (H_4) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,574 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1652 ($2,574 > 1652$), dengan signifikansinya ($0.011 < 0,05$). Hasil

ini mempunyai hasil bahwa hipotesis yang menyatakan jaminan/*assurance* (X_4) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung dapat diterima dan dibuktikan.

Pengaruh Kepedulian/ *Empathy* Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Transportasi *Online* Go-Jek di Kabupaten Badung.

Pengujian hipotesis yang kelima menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,740 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1652 ($4,740 > 1652$), dengan signifikansinya ($0,000 < 0,05$), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kepedulian/ *empathy* (X_5) dengan kepuasan pelanggan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung dapat diterima dan dibuktikan.

Tabel 3
Hasil *Standardized Coefficient Beta*

Variabel Bebas	<i>Standardized Coefficients Beta</i>	Ranking
Bukti Fisik/ <i>Tangible</i> (X_1)	0,124	5
Kehandalan/ <i>Reliability</i> (X_2)	0,197	2
Dayatanggap/ <i>Responsiveness</i> (X_3)	0,178	3
Jaminan/ <i>Assurance</i> (X_4)	0,152	4
Kepedulian/ <i>Empathy</i> (X_5)	0,290	1

Berdasarkan tabel 3, diketahui bahwa untuk variabel bukti fisik/*tangible* (X_1) memiliki nilai *standardized coefficients beta* sebesar 0,124, kehandalan/ *reliability* (X_2) memiliki nilai *standardized coefficients beta* sebesar 0,197, daya tanggap/*responsiveness* (X_3) memiliki nilai *standardized coefficients beta* sebesar 0,178, jaminan/*assurance* (X_4) memiliki nilai *standardized coefficients beta* sebesar 0,152 dan kepedulian/*empathy* (X_5) memiliki nilai *standardized coefficients beta* sebesar 0,290 dan menjadi nilai terbesar dibandingkan variabel bebas yang lain.

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel kepedulian/*empathy* (X_5) memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bukti fisik/ *tangible*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung

2. Keandalan/ *reliability*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung.

3. Daya Tanggap/ *responsiveness*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung.

4. Jaminan/ *assurance*

Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung.

5. Kepedulian/ *empathy*

Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung.

SARAN

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek di Kabupaten Badung, maka dari itu diharapkan pihak Go-Jek tetap meningkatkan mutu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar apa yang menjadi kebutuhan pelanggan dapat terwujud sehingga dapat terciptanya kepuasan pelanggan.

2. PT. Go-Jek harus lebih memperhatikan dan meningkatkan bukti fisik/ *tangible* seperti memberikan batas usia minimum kendaraan *driver*, pihak Go-Jek membuat peraturan/pengawasan yang lebih ketat lagi terkait dengan standar pakaian yang

digunakan *driver* dan memberikan atribut pendukung saat berkendara seperti masker dan jas hujan.

3. PT. Go-Jek diharapkan dapat meningkatkan kepedulian/*empathy* dengan cara memberikan perhatian pada saat pelanggan memerlukan bantuan atau menanyakan apa kebutuhan pelanggan pada saat dalam perjalanan dan PT. Go-Jek diharapkan dapat menerima masukan ataupun keluhan dari pelanggan ketika mengalami permasalahan dalam pemesanan Go-Jek.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian sejenis diharapkan dapat melengkapi variabel lain yang mempengaruhi
5. kepuasan pelanggan atau dilanjutkan menganalisis sampai pada variabel loyalitas sehingga tercipta generalisasi teori mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan agar hasil penelitian yang diperoleh lebih akurat, dapat digunakan sebagai pembandingan dan dapat

menemukan hasil penelitian yang baru terhadap pengembangan wawasan

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo.Jakarta.
- Aprianto, Muhammad Zuldy. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Transportasi Online Grab di Makasar. *Jurnal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia*.
- DailySocial.id. 2018. *Presentase Pengguna Aplikasi Transportasi Online di Indonesia*.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/12/go-jek-aplikasi-transportasi-online-paling-banyak-digunakan>. Diunggah tanggal 3 November 2019 jam 14.00 Wita.
- Ikhsanudin, Arief. 2017. *Ragam Keluhan Pengguna Transportasi Online Go-jek di Indonesia*.<https://m.deik.com./news/berita/d-3498757-ragam-keluhan-pengguna-transportasi-online-di-indonesia>. Diunggah tanggal 3 November 2019 jam 12.00 Wita.
- Kotler, Philip dan Keller, K Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, jilid ke-satu, edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. dan Keller, K Lane. 2012. *Marketing Management*. Edisi ke-empat belas. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler dan Amstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Lovelock dan Wirtz. 2010. *Pemasaran Jasa*. Edisi 7. Erlangga. Jakarta.
- Nirmala, A.K. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Refresh Foot Reflexology & Massage Badung. *Skripsi*. STIE Triatma Mulya. Badung.
- Panjaitan, Januar Efendi. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Jakarta.
- Supranto.J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Rineka Cipta. Jakarta
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Tjiptono, F. dan G Chandra. 2011. *Service, Quality, & Statisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy.2014, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset. Yogyakarta.