

**KUALITAS DAN PELAYANAN APLIKASI GO JEK
MEMPENGARUHI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA MAHASISWA STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA**

SKRIPSI

**SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS PRODI ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN
KEPELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA**



Disusun Oleh :

Nama : MochamadNurHerlingga

NPM :151011265

ProgramStudi :

AdministrasiBisnisPembimbing :

SOEDARMANTO, SE, MM

**STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI
SURABAYA
2019**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : **MochamadNurHerlingga**

NPM :151011265

ProgramStudi : AdministrasiBisnis

JudulSkripsi : KualitasdanPelayananAplikasi Go

JekMempengaruhiTerhadapKepuasanPelangganPa

daMahasiswa STIAMAK Surabaya

DenganinimenyatakanbahwahasilpenulisanSkripsi yang telahsayabuatinimerupakanhasilkaryasendiridanbenarkeasliannya.Apabilaternyata dikemudianharipenulisanSkripsiinimerupakanhasilplagiatataupenjiplakanterhadap karya orang lain,makasayabersediamempertanggungjawabkansekaliigusbersediamenerimasanks iberdasarkanaturantatatertib di STIA danManajemenKepelabuhanBarunawati Surabaya.

Demikian,pernyataaninisayabuatdalamkeadaansadardantidakdipaksakan.

Penulis,

MochamadNurHerlingga

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**KUALITAS DAN PELAYANAN APLIKASI GO JEK MEMPENGARUHI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MAHASISWA STIAMAK
SURABAYA**

DISUSUN OLEH:

NAMA : MOCHAMAD NUR HERLINGGA

NIM :151011265

Telah dipresentasikan di depan Dewan Pengujian dan dinyatakan LULUS pada Tanggal
12 Agustus 2019

DEWAN PENGUJI :

KETUA : JULI PRASTYORINI, S.Sos, MM (.....)

SEKRETARIS : Dr. CHOIRUL ANAM SE, M.Si * (.....)

ANGGOTA : Dr. BAMBANG SURYANTORO, M.Si (.....)

Mengetahui,

K E T U A

STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI

NUGROHO DWI P. , S. Psi, M. Sc

SKRIPSI

**KUALITAS DAN PELAYANAN APLIKASI GO JEK
MEMPENGARUHI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA MAHASISWA STIAMAK SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : MOCHAMAD NUR HERLINGGA

NIM :151011265

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

Mengetahui, Tanggal :

Ketua Program Studi

SOEDARMANTO, SE, MM

Mengetahui, Tanggal :

Pembimbing

SOEDARMANTO, SE, MM

Mengetahui, Tanggal :

Ketua

STIA dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati

Nugroho Dwi P. , S. Psi, M. Sc

MOCHAMAD NUR HERLINGGA . 151011265
KUALITAS DAN PELAYANAN APLIKASI GOJEK MEMPENGARUHI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MAHASISWA STIAMAK
SURABAYA

Skripsi . Program Studi Administrasi Bisnis . 2019

Kata Kunci : Kualitas, Pelayanan,
Kepuasan pelanggan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) pengaruh secara parsial variabel kualitas (X_1) dan variabel pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan, (2) pengaruh secara simultan terhadap variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dan (3) variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dalam meningkatkan volume penjualan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa sebanyak 79 responden yang diambil melalui teknik random sampling. Data yang digunakan diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh mahasiswa adalah sampel. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis linier berganda.

Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa: (1) Variabel kualitas (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya apabila kualitas meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat, (2) Variabel pelayanan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik kualitas yang diberikan maka kepuasan pelanggan akan meningkat (3) Secara simultan terdapat pengaruh signifikan antar variabel-variabel bebas (X) yaitu kualitas dan pelayanan terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan pelanggan. Artinya apabila terjadi peningkatan pada variabel kualitas dan pelayanan maka akan semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.

Puji syukur tercurahkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “

Penerapan Harga dan Promosi Mempengaruhi Keputusan Pemakaian Jasa Transportasi Online Pada Mahasiswa STIAMAK Surabaya”.

Sebagai salah satu prasyarat untuk meraih gelar sarjana pada Prodi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kelabuhan Barunawati Surabaya.

Tentu tugas akhir (Skripsi) ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan dan kerjasamanya dari berbagai pihak.

Untuk itu dengan ketulusan hati penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Nugroho Dwi P., S. Psi, M. Sc selaku Ketua STIA dan Manajemen Kelabuhan Barunawati Surabaya.
2. Soerdarmanto, SE, MM selaku Ketua Program Studi STIA dan Manajemen Kelabuhan Barunawati Surabaya dan dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dengan penuh kesabaran dan perhatian sampai terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen STIA dan Manajemen Kelabuhan Barunawati Surabaya yang telah membekali ilmu pengetahuan yang tidak ternilai harganya pada kami, sehingga dapat memperluas wawasan kami selama menempuh studi pendidikan di STIA dan Manajemen Kelabuhan Barunawati Surabaya.
4. Kedua orang tua, dan keluarga yang senantiasa memberikan motivasi, dukungan, dan bantuan berupa materiil maupun doa.
5. Sahabat-sahabat dan seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca yang sifatnya konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat yang besar bagi penulis dan pembaca.

Surabaya, 22 Juli 2019

Mochamad Nur Herlingga

DAFTAR ISI

HALAMANJUDUL	i
HALAMANPERNYATAAN	ii
HALAMANPENGESAHAN	iii
HALAMANPERSETUJUAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTARGAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 LatarBelakangMasalah.....	1
1.2 RumusanMasalah.....	7
1.3 PembatasanMasalah.....	7
1.4 TujuanPenelitian.....	8
1.5 ManfaatPenelitian.....	8
1.6 SistematikaPenulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Aplikasi mobile Go jek.....	11
2.2 FiturAplikasi Go jek.....	13
2.2.1 Layanan Go Ride.....	13
2.2.2 Layanan Go Food.....	15
2.3 Kualitas.....	18
2.3.1 PengertianKualitas.....	18
2.3.2 KriteriaKualitas.....	19
2.3.3 Faktor-FaktorPenunjangKualitas.....	20
2.3.4 IndikatorKualitas.....	21
2.4 Pelayanan.....	22
2.4.1 PengertianPelayanan.....	22
2.4.2 IndikatorPelayanan.....	23
2.4.3 Fungsi Serta TujuanPelayanan.....	24
2.5 KepuasanPelanggan.....	24

2.5.1 PengertianKepuasan.....	24
2.5.2 KonseptualisasiKepuasanPelanggan.....	26
2.5.3 IndikatorKepuasanPelanggan.....	28
2.6 PenelitianTerdahulu.....	29
2.7 KerangkaBerfikir.....	31
2.8 Hipotesis.....	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 JenisPenelitian.....	33
3.2 PopulasidanSampel.....	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 InstrumenPenelitian.....	34
3.4 VariabeldanDefinisiOperasionalVariabel.....	35
3.4.1 Variabel.....	35
3.4.2 DefinisiOperasionalVariabel.....	35
3.5 Sumber Data.....	37
3.6 TeknikPengumpulanData.....	37
3.7 TeknikAnalisis Data.....	38
3.7.1 UjiValiditasdanReliabilitas.....	39
3.7.2 AnalisisRegresi Linear Berganda.....	40
3.7.3 UjiAsumsiKlasik.....	40
3.7.4 PengujianHipotesis.....	43

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 GambaranObjekPenelitian.....	48
4.1.1 SejarahSingkatPerusahaan.....	48
4.1.2 VisidanMisiPerusahaan.....	49
4.1.3 GambaranStrukturOrganisasi.....	51
4.2 KarakteristikResponden.....	51
4.2.1 KlasifikasiRespondenmenurutJenisKelamin.....	52
4.2.2 KlasifikasiRespondenmenurutSemester.....	52
4.3 StatistikDeskriptif.....	53
4.3.1 AnalisisDeskriptif.....	53
4.3.2 VariabelKualitas.....	53
4.3.3 VariabelPelayanan.....	54
4.3.4 VariabelKepuasanPelanggan.....	55

4.4 Analisis Data	56
4.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	56
4.4.1.1 Uji Validitas	56
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	58
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	58
4.4.2.1 Uji Normalitas	58
4.4.2.2 Uji Heterokedastisitas	61
4.4.2.3 Uji Multikolinearitas	62
4.4.2.4 Uji Autokorelasi	63
4.4.2.5 Uji Linearitas	64
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.4.4 Pengujian Hipotesis	66
4.4.4.1 Uji Parsial (Uji t)	68
4.4.4.2 Uji Simultan (Uji F)	69
4.4.4.3 Koefisien Determinasi Ganda (R^2)	69
4.5 Pembahasan	70
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 FiturLayanan Go ride.....	13
Tabel 2.2 FiturLayanan Go Food	15
Tabel 2.1PenelitianTerdahulu	28
Tabel 3.1Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
Tabel 3.2 KlasifikasiNilai Durbin Watson.....	42
Tabel 3.3 PedomanInterpretasiKoefisienKorelasi	46
Tabel 4.1 KlasifikasiRespondenMenurutJenisKelamin	51
Tabel 4.2 KlasifikasiRespondenMenurutSemester	51
Tabel 4.3 DistribusiFrekuensiRespondenTerhadapVariabelHarga.....	53
Tabel 4.4 DistribusiFrekuensiRespondenTerhadapVariabelPromosi	54
Tabel 4.5 DistribusiFrekuensiPenilaianRespondenterhadapPemakaianJasa (Y).....	55
Tabel 4.6HasilUjiValiditasVariabelHarga	56
Tabel 4.7 HasilUjiValiditasVariabelPromosi.....	56
Tabel 4.8 HasilUjiValiditasVariabelPemakaianJasa.....	57
Tabel 4.9 HasilUjiReliabilitas.....	59
Tabel 4.10HasilUjiOne-SampleKolmogorov-Smirnov.....	60
Tabel 4.11HasilUjiMultikolinieritas	61
Tabel 4.12 HasilUjiAutokolinieritas	62
Tabel 4.13HasilUjiLinearitas	63
Tabel 4.14 HasilUjiRegresiLinierBerganda.....	63
Tabel 4.15 HasilUjiSimultan(UjiF).....	66
Tabel 4.16 HasilPerhitunganUjiKoefisiensi R dan R^2	68
Tabel 4.17 NilaiKoefisienBeta.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Normal Histogram.....	58
Gambar 4.3 Hasil Uji Scatter Plot.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Kuesioner
LAMPIRAN 2	: Hasil Olahan Data Kuesioner
LAMPIRAN 3	: Hasil Statistik Deskriptif
LAMPIRAN 4	: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
LAMPIRAN 5	: Hasil Uji Asumsi Klasik
LAMPIRAN 6	: Hasil Uji Regresi Linear Berganda
LAMPIRAN 7	: Hasil Uji Hipotesis
LAMPIRAN 8	: Lembar Konsultasi
LAMPIRAN 9	: Tabel t
LAMPIRAN 10	: Tabel Pearson Product Moment
LAMPIRAN 11	: Tabel F
LAMPIRAN 12	: Tabel Durbin Watson

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi masyarakat telah banyak menransformasikan berbagai macam kegiatan sehari-hari dengan bantuan fitur aplikasi mobile. Fitur aplikasi ini tersedia pada alat komunikasi mereka. Kegiatan pada aspek kehidupan tersebut mulai dari sektor ekonomi seperti adanya mobile *ebanking* yang merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank, media untuk nasabah mencari informasi yang dibutuhkan, lalu aspek pendidikan melalui fitur aplikasi belajar seperti *Listen and Speak* dan lain sebagainya. Lalu tersedia aplikasi perdagangan tersebut seperti Olx, Blibli.com, Tokopedia.com dan yang lima tahun terakhir ini adalah aspek transportasi yang tersentuh aplikasi mobile yakni aplikasi Go jek. Go Jek sendiri merupakan perusahaan transportasi yang dalam pelayanannya menggunakan armada motor yang dinegara Indonesia biasa disebut dengan “ojek”. Perusahaan ini didirikan oleh Nadiem Makariem pada tahun 2011 dan meluncurkan aplikasi mobile pada awal 2015 dengan wilayah cakupan Jakarta, Bandung, Surabaya dan Bali. Sampai saat ini armada yang dimiliki berjumlah ribuan. Fenomena kehadiran Go Jek ditengah masyarakat cukup dirasakan pada masyarakat Jakarta. Ditengah kesibukan serta kemacetan yang kerap terjadi di ibukota, Go Jek menjadi pilihan menggunakan kendaraan motor yang lebih cepat dan mudah menjangkau kemacetan serta dapat menempuh jalan-jalan kecil, Go Jek menjadi penolong terutama bagi para pemburu waktu. Layanan transportasi umum berbasis aplikasi mobile tentu sangat efektif dalam membantu melakukan masyarakat kota surabaya terutama dalam melakukan mobilitas. Secara garis besar orang memahami sebuah aplikasi mobile sangat menunjang dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Apakah pemahaman tingkat kualitas fitur-fitur aplikasi mobile gojek tersebut benar terjadi dan dapat menjawab eksistensi Go Jek di masyarakat

Surabaya.

Aplikasi Go Jek merupakan aplikasi berbasis mobile dimana sebuah kegiatan didukung dengan sebuah aplikasi yang memiliki fitur-fitur yang diklasifikasi sesuai dengan kebutuhan. Disisi lain dukungan teknologi *smartphone* semakin murah dan mudah ditemukan saat ini, dengan fenomena seperti itu tentu aplikasi mobile yang menawarkan kemudahan dalam melakukan kegiatan menimbulkan ketertarikan. Go Jek merupakan aplikasi mobile yang menawarkan jasa transportasi murah dan cepat didukung dengan fitur aplikasi yang mudah digunakan. Hal tersebut maka bagaimana sebuah fitur-fitur aplikasi mobile Go Jek dapat secara berkualitas dan sukses digunakan oleh masyarakat Surabaya.

Dewasa ini dimana sebuah teknologi yang memudahkan kita dalam melakukan kegiatan sehari-hari membuat mahalnya suatu nilai informasi disebabkan, karena dengan cepat dan mudahnya informasi tersebut didapat. Sehingga diperlukannya teknologi-teknologi muthakhir untuk mendapatkan, mengolah dan mengirimkannya atau membagi informasi. Informasi disini juga harus mencerminkan jelas maksudnya. Informasi harus akurat, konsisten dan relevan dari sumbernya karena dari sumber informasi sampai kepenerima informasi kemungkinan melalui banyak proses yang memungkinkan dapat sedikit merubah informasi tersebut jika terjadi kesalahan. Sejauh mana informasi akan terus konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi. Konsep yang dikaitkan untuk sebuah informasi yang menggunakan data yang kemudian diolah sehingga memberikan makna oleh penerimanya dan dibantu dengan media aplikasi mobile. Kualitas informasi bersifat multidimensi dimana kualitas informasi didapat dengan baik melalui proses pembentukan informasi tersebut secara optimal.

Perkembangan teknologi, tuntutan pekerjaan yang semakin meningkat, bertambahnya jumlah data yang harus diolah, keterbatasan waktu dan tenaga, tingkat keakuratan informasi dan mobilitas masyarakat semakin

tinggi hal-hal tersebutlah yang mendorong manusia menciptakan peralatan yang dapat membantu mereka dalam mencapai tujuan mereka. Dalam bidang telekomunikasi telah banyak diciptakan mulai dari website, game, sistem informasi berbasis web yang dapat mereka dapatkan dengan mudah melalui media komunikasi *smarphone* yang dapat menghubungkan dengan apa saja sesuai dengan kebutuhan mereka. Terobosan IT yang dilakukan oleh perusahaan Go-Jek menghubungkan antara

pengguna jasa ojek dengan si tukang ojek melalui sarana teknologi informasi tanpa harus kenal antara tukang ojek dan pengguna ojek serta jaminan keamanan akan situasi tersebut sehingga keberadaan Go Jek dapat diandalkan. Sistem IT yang dibuat oleh Go-Jek menjawab hal tersebut. Selain itu, Go Jek juga menambahkan beberapa beberapa fitur seperti jasa pengantaran, jasa order makanan. Hal ini tentunya sangat memudahkan kehidupan masyarakat sehari-hari.

Keberadaan teknologi berbasis internet kini telah banyak diterima dan sudah menjadi bagian dalam kehidupan. Dimana hampir disetiap aktivitas, penggunaan internet menjadi media yang sangat membantu. Internet menjadi sarana umum yang diterima dan terlibat dalam berbagai kegiatan setiap orang. Hal ini dikarenakan internet dinilai sebagai salah satu media alternatif yang memudahkan dalam memenuhi setiap kebutuhan, salah satunya kebutuhan terhadap informasi.

Sadar teknologi sudah menjangkau kalangan masyarakat yang lebih luas. Sudah semakin sedikit orang yang gaptek. Jadi, pengemudi Go Jek dan yang sejenis, yang mendapat perangkat telepon seluler dari penyedia aplikasi, merasa benda tersebut sudah selayaknya menjadi bagian dari keseharian mereka. Perkembangan teknologi saat ini sangatlah pesat. Teknologi komunikasi dan internet bukan hal yang asing di masyarakat kota Surabaya. Teknologi komunikasi dan internet dapat digunakan untuk kemudahan dalam melakukan pencarian informasi dan memenuhi kebutuhan mobilitas sebagai alat yang efisien dan mudah.

Fenomena aplikasi mobile Go Jek yang telah diterima oleh masyarakat kota Surabaya menjadikan hal yang menarik untuk diteliti oleh peneliti. Aplikasi mobile Go Jek yang memiliki sistem yang mudah untuk digunakan (*ease of use*), penyajian informasi yang baik (*format*), informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, kemudahan dalam dipahami informasi maupun sistemnya, tentu akan meningkatkan minat pengguna aplikasi mobile Go Jek dan diterima oleh masyarakat kota Surabaya. Pada penjelasan tersebut peneliti berpendapat bahwa sebuah fitur aplikasi Go Jek dapat menimbulkan ketertarikan dimana dasar dari prinsip-prinsip aplikasi mobile telah memenuhi syarat untuk penggunaannya. Peneliti menjadikan masalah apakah sebuah fitur aplikasi Go Jek sangat berkualitas dan dijadikan pilihan alternatif oleh masyarakat kota Surabaya sebagai model transportasi yang hemat dan cepat bercermin dari pengguna aplikasi Go Jek dikota Jakarta sangat tinggi.

Go Jek disambut positif oleh masyarakat Surabaya karena menjadi alternatif angkutan umum yang mudah dijangkau. Keberadaannya sangat membantu dalam memudahkan pengguna yang akan beraktifitas tanpa terkena macet. Menurut manager Go Jek cabang Surabaya banyak pengguna yang antusias menggunakan layanan ini. Seluruh kegiatan *driver* dengan penggunaanya difasilitasi oleh sarana aplikasi mobile, aplikasi ini dapat diperoleh melalui alat komunikasi berbasis Ios dan Android. Setiap pengguna yang akan menggunakan layanan Go Jek harus mengunduh aplikasi tersebut melalui *play store* dan *App store*. Tampilan sederhana dengan fungsi utama yang ditampilkan pada menu utama, tentu orang awam dapat dengan mudah memahami. Semua ditampilkan dengan sederhana berbasis teks dan layar putih. Kesederhaan inilah yang membuatnya mudah dan ringan digunakan. Meski ojek identik dengan transportasi masyarakat aplikasi ini sepenuhnya menggunakan bahasa Inggris dan belum menyertakan bahasa Indonesia.

Kadir (2010:19), Menyatakan bahwa kualitas adalah tujuan yang sulit dipahami (tujuan yang sulit dipahami), karena harapan para konsumen akan

selalu berubah. Setiap standar baru ditemukan, maka konsumen akan menuntut lebih untuk mendapatkan standar baru lain yang lebih baru dan lebih baik. Dalam pandangan ini, kualitas adalah proses dan bukan hasil akhir (meningkatkan kualitas kontinuitas).

Kotler (2012), “mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan”.

Selain dari kualitas aplikasi ada pengaruh pelayanan driver gojek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam bukunya yang bertajuk Hubungan Masyarakat Membina Hubungan Baik Dengan Publik (2012), Loina beranggapan bahwa : Pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan perusahaan kepada para pemimpin pemerintahan serta publik lainnya yang berkepentingan.

Menurut Moenir (2009) dalam bukunya Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia, mengatakan bahwa : ” Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.” (Moenir, 2009) : 16)Penekanan terhadap definisi pelayanan diatas adalah pelayanan yang diberikan menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan guna untuk mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan.

Dalam setiap perusahaan, kepuasan pelanggan adalah hal yang paling penting, karena jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik di pasar. Apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menyusun rencana kebijakan bagian pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Menurut Walker, et al. (2001) kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Secara umum, kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak dengan harapannya.

Kepuasan pelanggan sangatlah penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, agar pelanggan tetap setia membeli produk atau jasa kita. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kepuasan diartikan sebagai perasaan senang yang diperoleh melalui pengorbanan. Lebih lanjut terdapat beberapa Kepuasan pelanggan menurut para ahli lainnya sebagaimana dalam penelitian Oliver. Ia menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di dalam pasar (Oliver, 2009).

Menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan dan terus-menerus perlu dilakukan. Pencapaian kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui peningkatan kualitas pelayanan dengan beberapa pendekatan. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap produsen atau lembaga penyedia layanan jasa. Selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup lembaga tersebut, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali dan mengajak calon pelanggan baru untuk menggunakan jasa yang telah mereka rasakan kepuasan kinerja pelayanannya.

Definisi masalah menurut (Irmansya Effendi,2010) Masalah merupakan suatu pelajaran ketika anda sadar sebagai kesadaran jiwa, Anda juga dapat melihat dengan mudah untuk berbagai kelemahan dan masalah dalam hidup anda.

Definisi masalah menurut (Hudojo,2009) “Masalah merupakan dimana pertanyaan kepada seseorang yang mana orang itu tidak akan mempunyai hukum yang dapat menemukan jawatan dari pertanyaan tersebut”.

Maka dari itu saya akan membahas judul skripsi berjudul **KUALITAS DAN PELAYANAN APLIKASI GOJEK MEMPENGARUHI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MAHASISWA STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA.**

1.2 Rumusan Masalah

Dengan melihat hal-hal yang berkaitan tentang latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka penulis ingin mengetahui hal-hal yang berkaitannya dengan pelayanan yang diberlakukan perusahaan GO-JEK terhadap konsumen atau pelanggannya oleh karena itu penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas aplikasi gojek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa stiamak?
2. Apakah pelayanan aplikasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa stiamak?
3. Apakah kualitas aplikasi gojek dan pelayanan aplikasi gojek berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa stiamak?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, membatasi diri hanya berkaitan dengan pemakaian aplikasi gojek dan manfaat gopay pada mahasiswa kampus STIAMAK Surabaya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas aplikasi gojek terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan pelayanan aplikasi gojek terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA?
3. Untuk mengetahui pengaruh simultan kualitas aplikasi gojek dan pelayanan aplikasi gojek terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA?

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini ada sebagai berikut:

1. Bagi Stiamak Barunawati

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan kualitas dan pelayanan yang diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai kualitas jasa.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen seperti pengalaman kerja dan kecerdasan karyawan dalam kepuasan pelanggan.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kualitas dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan , dan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Langkah-langkah penulisan yang terdapat dalam tugas akhir ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah yang menjadi acuan penelitian dan landasan penelitian. Terdapat rumusan masalah yang menjadi fokus orientasi penelitian. Terdapat Batasan masalah agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari rumusan masalah. Adapun tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini serta metode yang dilakukan dalam penulisan tugas akhir ini, dan yang terakhir dalam bab ini adalah sistematika penulisan yang berisi uraian singkat proses penulisan tugas akhir ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan penelitian yang menjadi landasan berpikir. Teori-teori tersebut diperoleh dari buku-buku referensi serta sumber informasi lain yang terkait dengan pembahasan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjabarkan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian dan penulisan laporan penelitian. Agar hasil yang dicapai tepat, maka diperlukan langkah-langkah penelitian yang terstruktur dan terarah, sehingga hasil yang diperoleh tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisis dari hasil pengamatan, pengumpulan, serta pengolahan data hingga hasil yang dicapai selama penelitian dan pembuatan laporan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari pokok-pokok bahasan yang disertai

dengan saran-saran bagi pihak terkait sebagai objek penelitian untuk memperbaiki kekurangan yang ada dan untuk perkembangan dimasa yang akan datang.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Aplikasi *Mobile Gojek*

Go Jek adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Pendiri Go Jek adalah seorang pemuda asli Indonesia. Gojek didirikan tahun 2011. Awalnya hanya melayani lewat panggilan telepon saja, seperti pada panggilan pada taksi. Tetapi makin kesini Go Jek semakin berkembang dan pada awal 2015 kemarin meluncurkan aplikasi android Go Jek. Ini lebih memudahkan para pengguna melihat, sekarang *smartphone* menjadi gaya hidup bagi orang perkotaan.

Pendiri Go Jek bernama Michaelanglo Maron dan Nadiem Makarin. Mereka mendirikan sebuah perusahaan yang diberi nama PT Go-jek Indonesia. Perusahaan ini bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Mereka melihat para Go Jek pangkalan hanya menghabiskan waktu sehabian dan belum tentu mendapatkan pelanggan. Jadi dengan adanya aplikasi ini mendapatkan pelanggan lebih efisien dan cepat. Bermitra dengan sekitar 200.000 pengemudi ojek yang berpengalaman dan terpercaya di Indonesia, untuk menyediakan berbagai macam layanan, termasuk transportasi dan pesan antar makanan.

Go Jek bertumpu pada tiga nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Para *driver* Go Jek mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra, mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, serta mendapat akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi tersebut. Layanannya pun berbeda disetiap kotanya, akan lengkap layanannya jika berada di Ibu Kota Surabaya. Go Jek telah resmi beroperasi di 10 kota besar di Indonesia, termasuk Jakarta, Bandung, Bali, Surabaya, Makassar, Yogyakarta, Medan, Semarang, Palembang, dan Balikpapan dengan rencana pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang.

Aplikasi *mobile* Go Jek berfokus pada layanan mobilitas.meliputi:

1. Go-Ride,
2. Go-Car,
3. Go-Food,
4. Go-Send,
5. Go-Mart,
6. Go-Box,
7. Go-Massage,
8. Go-Clean,
9. Go-Glam
10. Go-Tix,
11. Go-Busway

Aplikasi *mobile* Go Jek sangat bergantung pada di mana kota atau lokasi kita berada untuk menggunakan layanan tersebut. Contoh di Ibu Kota Jakarta terdapat layanan Go-Car, Go-Clean, Go-Glam, Go-Tix, Go-Busway, dan Go- Massage. Layanan tersebut tidak dapat digunakan bila kita berada pada lokasi di Surabaya. Layanan tersebut hanya dapat digunakan untuk wilayah Jakarta. Pada halaman utama aplikasi gojek terlihat berbagai macam menu yang mudah dipahami dan dilengkapi dengan gambar. Berikut menu pada halaman utama

1. *Home.*
2. *History.*
3. *Help*
4. *Setting.*

Di situs resminya disebutkan bahwa layanan Go Jek adalah sebagai berikut:

1. Jasa kurir (*90 minute delivery anywhere in the city*),
2. Jasa transportasi (*transparent pricing, free shower cap and masker*),
3. Jasa delivery makanan (*delivering your favorite food under 60 minutes in Jabodetabek*),
4. Jasa belanja dengan nominal di bawah 1 juta rupiah (*shop for food, ticket, medicine, anything under Rp 1.000.000. We'll pay for it first*).

2.2 Fitur Aplikasi Go Jek


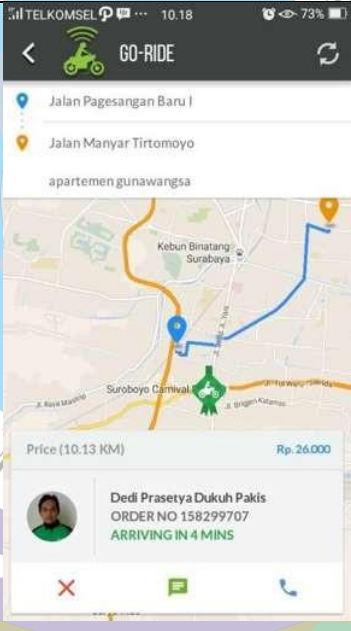
2.2.1 Layanan Go-Ride

Go-Ride merupakan layanan transportasi yang sangat efisien bagi pengguna tidak perlu ke jalan raya untuk menyetop ojek, pengguna cukup memasukkan alamat pejemputan pada aplikasi. Pengguna cukup memasukkan alamat penjemputan pada aplikasi, sehingga Go ride akan menjemput ada dimana pun berada dan mengantar anda ke tempat yang diinginkan. Dan masalah tarif Go jek lebih murah dari tarif ojek pangkalan. Dan juga dari segi keamanan Go ride lebih unggul dari ojek pangkalan karena pihak kantor gojek dapat memantau dari *gps* apabila terjadi tindakan kriminal waktu mengatarkan penumpang dan penumpang juga bisa memantau *driver* Go jek dari aplikasi untuk mengetahui keberadaan *driver* Go jek apakah sudah sampai pada lokasi penjemputan penumpang dan penumpang dapat melihat tarif dari aplikasi dan penumpang juga dapat mengetahui nama *driver* dan nomor polisi driver tersebut.

Berikut alur penggunaan aplikasi Go-Ride:

Tabel 2.1 Fitur Layanan Go-Ride

No.	Fitur	Gambar	Keterangan
1.	Tampilan utama Go Jek.		Halaman utama aplikasi Go Jek.
2.	Tampilan halaman Go-Ride.		Tampilan setelah memilih layanan Go-Ride, terlihat pada gambar tersebut lokasinya sesuai dengan lokasi dimana kita berada. Langkah selanjutnya memasukan alamat yang dituju oleh pengguna.

3.	Tampilan pemesanan <i>driver</i> dan biaya.		Langkah selanjutnya akan terlihat biaya yang akan kita keluarkan untuk transportasi ketempat tujuan kita, harga sesuai dengan tujuan. Dapat melakukan pembayaran dengan <i>Go-Pay</i> dan <i>cash</i> .
4.	Tampilan informasi <i>driver</i> .		Kemudian setelah klik “order” otomatis langsung dihubungkan dengan <i>driver</i> terdekat, lalu ada konfirmasi verifikasi <i>driver</i> melalui <i>call</i> oleh <i>driver</i> . Tercantum juga nomer <i>handphone driver</i> yang langsung menghubungi kita.


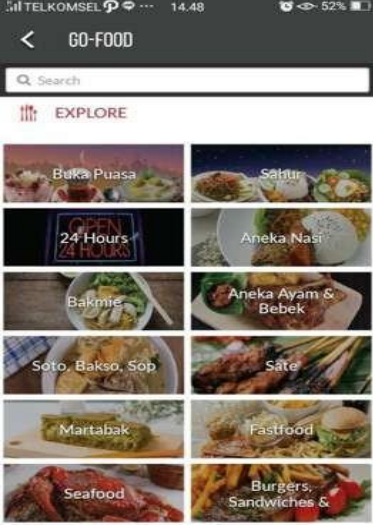
2.2.2 Layanan Go-Food



Go food adalah layanan pesan antar makanan yang disediakan oleh Go jek dan telah berkejasama dengan banyak *resto* makanan sehingga dapat memudahkan penggunaan dan juga pengguna dapat memilih makanan yang

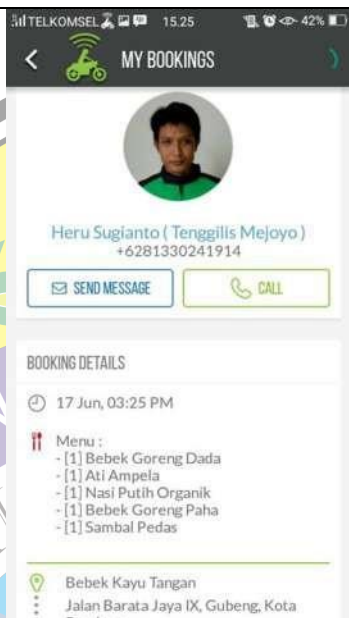
mereka sukai tanpa perlu untuk datang ke *resto* karena mereka dapat menggunakan aplikasi layanan Go food untuk membeli makanan yang mereka sukai.

Berikut ini alur penggunaan Aplikasi Go food:

Tabel 2.2 Fitur Layanan Go Food

No.	Fitur	Gamba	Keterangan
1.	Tampilan halaman utama Go-Food.		Langkah setelah memilih layanan Go-Food akan keluar halaman kedua, yang tercantum pilihan <i>near me</i> atau restaurant sekitar kita, dan top pick atau pilihan makanan berbagai jenis sesuai selera.
2.	Tampilan menu kategori makanan		Setelah memilih menu yang ditujuh terdapat klasifikasi setiap kategori makanan seperti aneka nasi, aneka ayam dan bebek, dan lain sebagainya..

<p>3. Tampilan deskripsi restaurant</p>		<p>Kemudian klik pesanan yang anda inginkan hingga tampak tampilan seperti ini. Dicantumkan Alamat, disitu terlampir pula jam operasional yang memudahkan pengguna dalam pemesanan. Tertera pula harga total pesanan yang harus dikeluarkan.</p>
<p>4. Tampilan biaya dan alamat pemesanan</p>		<p>Rincian pesanan yang telah dipesan pengguna dan konfirmasi pemesanan yang akan dibeli. Di bawah ini juga terdapat form alamat yang harus diisi dengan alamat pengguna guna mempermudah pengantaran pesanan.</p>

<p>5. tampilan pemesanan, total biaya dan informasi <i>driver</i></p>		<p>Setelah klik “order” maka pesanan akan segera diantar, berikut pula ditampilkan Driver pengantar pesanan yang disertai alamat dan nomer telepon. Apabila ingin membatalkan pesanan pengguna bisa langsung mengklik “cancel booking”.</p>
---	---	---

2.3 Kualitas

2.3.1 Pengertian Kualitas

Kadir (2010), Menyatakan bahwa kualitas adalah tujuan yang sulit dipahami (tujuan yang sulit dipahami), karena harapan para konsumen akan selalu berubah. Setiap standar baru ditemukan, maka konsumen akan menuntut lebih untuk mendapatkan standar baru lain yang lebih baru dan lebih baik. Dalam pandangan ini, kualitas adalah proses dan bukan hasil akhir (meningkatkan kualitas kontinuitas).

Kotler (2012) ” mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan”

Tjitono (2009) ” mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian untuk

digunakan (fitness untuk digunakan. Definisi lain yang menekankan orientasi harapan pelanggan pertemuan”.

Kualitas merupakan keseluruhan berbagai ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten. Berbagai karakteristik jasa di atas, dianggap penting dalam menentukan kualitas jasa dan layanan. Oleh karena itu, Parasuraman *et al* (1988: 16) menyarankan tiga tema pokok dalam menentukan kualitas jasa, yaitu sebagai berikut.

- a. Bagi konsumen, kualitas jasa adalah lebih sulit diukur dibandingkan dengan kualitas barang.
- b. Kualitas jasa adalah hasil perbandingan antara apa yang diharapkan konsumen dengan kinerja yang diterima.
- c. Evaluasi terhadap jasa bukan hanya pada hasil jasa semata, melainkan juga mencakup evaluasi terhadap proses pengirimnya (*delivery process*).

2.3.2 Kriteria Kualitas

Definisi tentang kualitas dapat berbeda-beda bagi masing-masing individu, hal ini disebabkan karena kualitas memiliki banyak kriteria dan sangat tergantung pada konteksnya. Banyak pakar di bidang kualitas yang mencoba untuk mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandang masing-masing, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen (W. Edward Deming(2015)).
- b. Kualitas adalah nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan (Phili B.Crosby(2013)).
- c. Kualitas adalah kesesuaian terhadap spesifikasi (Joseph M.Juran(2011))

Ketiga persepsi kualitas tersebut di atas kemudian menjadi dasar pemikiran

dalam *Total Quality Managemen (TQM)*, yang merupakan isu sentral dalam aktivitas bisnis. Goetsch & Davis (2012) mendefinisikan kualitas sebagai "Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen.

2.3.4 Faktor Faktor Penunjang Kualitas

a. Kelengkapan (*completeness*)

Sistem informasi aplikasi mobile Go Jek dikatakan memiliki informasi yang berkualitas jika informasi yang dihasilkan lengkap. Informasi yang lengkap sangat dibutuhkan oleh pengguna dalam pengambilan keputusan. Informasi yang lengkap mencakup seluruh informasi dalam aplikasi mobile Go Jek yang dibutuhkan oleh pengguna dalam menggunakan sistem aplikasi mobile Go Jek. Pengguna dapat melakukan pencarian informasi secara berkala.

b. Penyajian Informasi (*format*)

Format informasi aplikasi mobile Go Jek yang memudahkan pengguna untuk memahami informasi yang disediakan oleh sistem informasi mencerminkan kualitas informasi aplikasi mobile yang baik. Penyajian informasi dalam aplikasi mobile Go Jek harus dalam bentuk yang tepat. Sehingga dapat memudahkan pengguna dalam memahami informasi aplikasi mobile Go Jek.

c. Relevansi (*relevance*)

Kualitas informasi aplikasi mobile Go Jek dapat dikatakan baik jika relevan terhadap kebutuhan pengguna atau dengan kata lain informasi dalam aplikasi mobile gojek tersebut memiliki manfaat oleh penggunanya. Relevansi informasi setiap pengguna berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan. Relevansi dikaitkan dengan sistem informasi aplikasi mobile GoJek itu sendiri adalah informasi yang dikaitkan sesuai dengan kebutuhan pengguna aplikasi mobile Go Jek.

d. Akurat (*accurate*)

Informasi dalam aplikasi mobile Go Jek harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan. Tercermin dari informasi harus jelas, mencerminkan maksud informasi yang disediakan oleh sistem informasi aplikasi mobile Go Jek tersebut. Informasi aplikasi mobile Go Jek harus akurat dari sumber informasi sampai ke penerima informasi aplikasi mobile Go Jek, kemungkinan terjadi banyak gangguan yang dapat merusak atau merubah informasi didalam aplikasi mobile Go Jek.

2.3.5 Indikator Kualitas

Berikut Indikator Kualitas Menurut kadir(2010) yaitu :

a. Keandalan sistem (*Reability*)

Ketahanan sistem informasi aplikasi mobile Go Jek dari kesalahan dan kerusakan. Terlihat dari kualitas sistem informasi aplikasi mobile Go Jek dalam melayani kebutuhan pengguna tanpa adanya masalah yang dapat mengganggu kenyamanan. Rancangan harus mempunyai performa yang bagus ketika berada pada periode permintaan *resource* tinggi dan normal.

b. Kecepatan akses (*Response time*)

Kecepatan akses aplikasi mobile Go Jek merupakan suatu indikator dari pada kualitas sistem informasi. Jika sistem informasi aplikasi mobile Go Jek tersebut memiliki kecepatan akses yang optimal maka layak untuk dikatakan bahwa sistem informasi yang diterapkan memiliki kualitas yang baik. Kecepatan akses aplikasi mobile Go Jek akan meningkatkan kepuasan pengguna untuk selalu menggunakan layanan aplikasi mobile Go Jek

tersebut. *Response time* juga dapat dilihat dari kecepatan pengguna dalam menelusur informasi dalam aplikasi mobile Go Jek yang dibutuhkan.

c. Fleksibilitas Sistem (*flexibility*)

Kemampuan sistem informasi aplikasi mobile Go Jek dalam melakukan perubahan-perubahan yang terkait dengan memenuhi kebutuhan pengguna. Pengguna akan merasa lebih puas menggunakan sistem informasi aplikasi mobile Go Jek jika sistem tersebut fleksibel dalam memenuhi kebutuhan pengguna.

d. Keamanan Sistem (*security*)

Keamanan sistem aplikasi mobile Go Jek dapat dilihat dari program yang tidak dapat diubah-ubah oleh pengguna yang tidak bertanggung jawab dan program dalam aplikasi mobil Go Jek tidak dapat terhapus jika terdapat kesalahan dari pengguna.

2.4 Pelayanan

2.4.1 Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan perusahaan kepada para pemimpin pemerintahan serta publik lainnya yang berkepentingan.

Menurut Moenir (2009 dalam bukunya Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia, mengatakan bahwa : ” Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.” (Moenir, 2009) Penekanan terhadap definisi pelayanan diatas adalah pelayanan yang diberikan menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan guna untuk mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan.

Dalam setiap perusahaan, kepuasan pelanggan adalah hal yang paling

penting, karena jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik di pasar. Apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menyusun rencana kebijakan bagian pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Menurut pendapat (Gronroos(2012)), pelayanan ialah suatu kegiatan atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak terlihat yang terjadi sebagai dampak adanya hubungan antara pelanggan dengan pegawai yang diberikan oleh perusahaan dengan memberi pelayanan yang dimaksudkan untuk menyelesaikan persoalan pelanggan.

Menurut pendapat Freed Luthans (2013), “pelayanan ialah sebuah prosedur pemenuhan keperluan melewati kegiatan orang lain yang melibat segala persoalan yang ditujukan orang lain untuk mengatasi masalah”.

2.4.2 Indikator Pelayanan

Berikut Indikator menurut moenir (2009) yaitu:

a. Ketepatan Waktu (*timeliness*)

Informasi yang diterima oleh pengguna aplikasi mobile harus tepat waktu tidak boleh terlambat, Karena informasi dalam aplikasi mobile Go Jek sebagai landasan dalam pengambilan keputusan pelanggan dalam penggunaan Aplikasi..

b. Mengutamakan keselamatan

Menjaga keselamatan setiap penumpang dan berhati hati dalam berkendara untuk mengurangi resiko kecelakaan dalam berkendara.

c. Memberikan pelayanan sesuai SOP

Memberikan pelayanan terhadap penumpang sesuai SOP dengan baik dan sopan sehingga penumpang tidak berpindah kompetitor.

d. Menaati peraturan lalu lintas

Driver harus selalu menaati peraturan lalu lintas sehingga penumpang merasa nyaman dan aman dalam setiap perjalanan dan juga memiliki kelengkapan surat dalam berkendara.

2.4.3 Fungsi Serta Tujuan Pelayanan

Dengan membagikan kapasitas pelayanan kepada pelanggan harus berguna untuk makin membagikan kepuasan yang maksimum kepada pelanggan, karena dalam membagikan sebuah pelayan harus dilakukan sesuai dengan peran dari pelayanan.

Tujuan umum yang diberikannya kapasitas pelayanan yang baik ialah agar pelanggan mengharapkan kepuasan dan akan berpengaruh positif bagi perusahaan.

2.5 Kepuasan Pelanggan

2.5.1 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah ketika konsumen memenuhi kebutuhannya, hal itu merupakan konsumen memberikan penilaian terhadap sebuah fitur produk atau jasa, atau produk atau jasa itu sendiri. Hal itu merupakan suatu kepuasan yang didapatkan konsumen yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan.

Sedangkan menurut Kottler(2010 dan Keller(2010) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (ekspektasi). Konsumen membentuk ekspektasi mereka dari pengalaman sebelumnya, seperti mempertanyakan kepada rekan atau teman yang sudah membeli atau menggunakan produk yang sudah

ditawarkan, serta informasi penawaran dari perusahaan tersebut. Apabila perusahaan berekspektasi terlalu tinggi, maka konsumen akan kecewa. Dan sebaliknya apabila ekspektasi yang ditawarkan oleh perusahaan terlalu rendah, maka konsumen tidak akan tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Sedangkan menurut pendapat oliver (2014) “kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternative produk atau jasa yang dipilih memenuhi harapan atau melebihi harapan”.

Sedangkan menurut pendapat Lupiyoadi dan Hamdani (2012) “kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan.”

Pengalaman konsumen yang positif sebagai respon (reaksi efektif) sangat terkait dengan niat pembelian ulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Konsumen yang percaya pada penyedia jasa atau terlibat dalam proses pembelian cenderung memiliki untuk berpartisipasi dalam rekomendasi dari mulut ke mulut sebagai bagian dari keinginan untuk meningkatkan komitmen dari mereka sendiri. Selain itu emotional base dari sebuah kepuasan dikonfirmasi oleh tanggapan konsumen berkisar 64%-77,3% berdasarkan respon emosional. Oleh karena itu, strategi bisnis yang sukses dipengaruhi oleh kemampuan menciptakan keterikatan (yang kuat) antara respon kognitif dan efektif (emosional) dalam ragam layanan produk.

Konsekuensi kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah dan juga konsumen. Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang

dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Bagi pemerintah, konsep kepuasan/ketidakpuasan pelanggan dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi dan mengisolasi produk dan industri yang membutuhkan tindakan pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan konsumen. Bagi konsumen, konsep kepuasan pelanggan bermanfaat dalam memberikan informasi lebih jelas tentang seberapa puas atau tidak puas konsumen lain terhadap produk atau jasa tertentu. Dan perusahaan jasa yang bagus tahu bahwa sikap karyawan yang positif akan mendorong kesetiaan pelanggan yang lebih kuat.

2.5.2 Konseptualisasi kepuasan pelanggan

Konsep kepuasan pelanggan bukanlah barang baru, namun kemunculannya sebagai konsep operasional baru dimulai pada pertengahan 1970-an. Tepatnya ditahun 1977 ketika pada saat pembuatan laporan konferensi tentang konseptualisasi dan pengukuran kepuasan/ketidakpuasan pelanggan dipublikasikan pertama kali. Kata kepuasan (*satisfaction*) sendiri berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facto*” (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.

Secara konseptual kepuasan/ketidakpuasan dapat dikaji dari pengalaman efektif atau perasaan dan *expectancy disconfirmation theory*. Pendekatan pengalaman efektif atau perasaan berpandangan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh perasaan positif dan negative yang diasosiasikan pelanggan dengan barang atau jasa tertentu setelah pembeliannya. Dengan kata lain, selain pemahaman kognitif mengenai diskonfirmasi harapan, perasaan yang timbul dalam proses pembelian mempengaruhi perasaan puas atau tidak puas terhadap produk yang dibeli. Dua dimensi respon efektif yaitu serangkaian perasaan negative (*negative feelings*). Kedua tipe perasaan ini independen, artinya konsumen dapat merasa positif sekaligus negative terhadap pembelian

tertentu, lihat saja disaat direktur tertentu membeli sebuah mobil, merasa bangga dan gembira, tetapi dalam waktu yang bersamaan merasa kesal dan jengkel terhadap staf penjualannya diperusahaan.

Expectancy disconfirmaton theory, model ini mendefinisikan kepuasan pelanggan berdasarkan evaluasi pengalaman yang dirasakan oleh konsume (kinerja) sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan. Pemakaian merek tertentu atau merek lainnya dalam kelas produk yang sama, pelanggan membentuk harapan mengenai kinerja seharusnya dari merek bersangkutan. Harapan atas kinerja dibandingkan dengan kinerja actual produk yakni persepsi terhadap kualitas produk. Ada 3 kemungkinan yang terjadi, yaitu:

- a. Apabila kualitas lebih rendah dari harapan, yang terjadi adalah ketidakpuasan emosional konsumen (*negative disconfirmation*).
- b. Apabila kinerja lebih besar dibandingkan harapan, terjadi ketidakpuasan emosional (*positif disconfirmation*).
- c. Apabila kinerja sama dengan harapan, maka yang terjadi adalah konfirmasi harapan (*simple disconfirmation* dan *non-satisfaction*).

Kinerja produk yang yang rendah, kemungkinan hasilnya bukan ketidakpuasan, pelanggan tidak merasa kecewa dan tidak melakukan complain, tetapi sangat mungkin pelanggan mencari alternative produk atau penyedia jasa yang lebih baik bila kebutuhan atau masalah yang sama muncul kembali.

2.5.3 Indikator kepuasan pelanggan

Menurut Philip Kotler (2010) ada beberapa indikator kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Kesetiaan

Kesetiaan seseorang terhadap suatu layanan adalah replaksi dari hasil pelayanan yang memuaskan dan nyaman sehingga konsumen tidak berpindah ke pesaing bisnis. Untuk mengetahui ukuran kepuasan dapat diukur kesetiannya untuk selalu menggunakan produk/jasa tersebut.

b. Keluhan (*komplain*)

Keluhan merupakan suatu keadaan dimana seseorang pelanggan merasa tidak puas dengan keadaan yang diterima dari hasil sebuah produk atau jasa tertentu sehingga dapat menimbulkan larinya pelanggan ketempat lain apabila keluhan ini tidak ditangani dengan segera.

c. Partisipasi

Pada dasarnya dapat diukur dari kesadarannya dalam memikul kewajiban menjalankan haknya sebagai pelanggan yang dimiliki dengan rasa tanggung jawab.

d. Sistem Keluhan Dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*costumer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat strategi – strategy, menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung atau dikirim langsung ke perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus (*customer hotline*) dan lain-lain.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3 Penelitian Terdahul

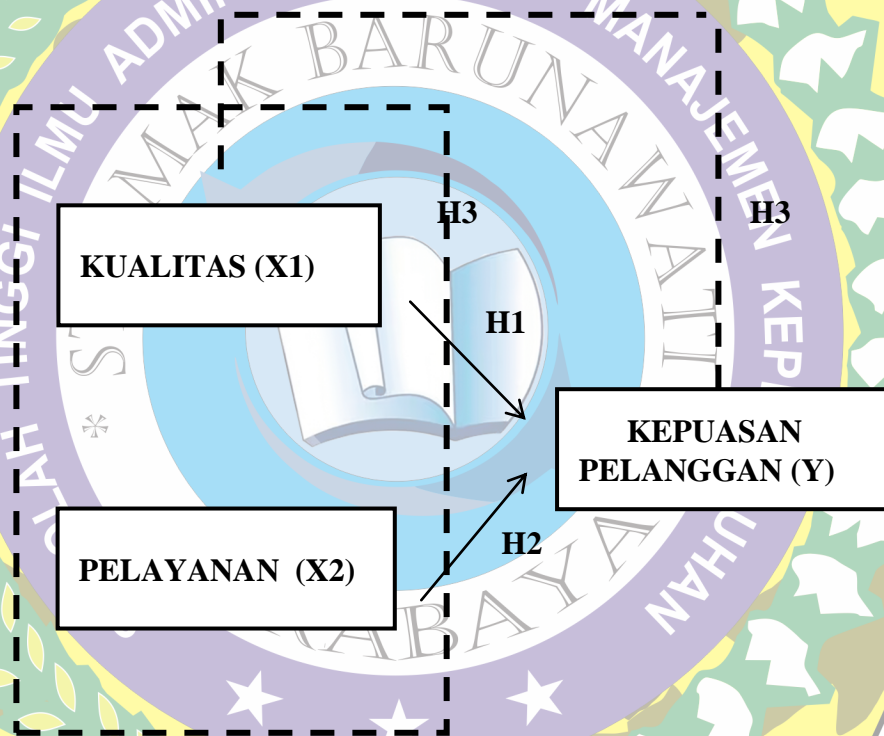
No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil
1.	Atika zahra (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta)	Variabel Independen: 1. Kualitas Pelayanan 2. Harga 3. Citra Merek Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta)	Analisis regresi Linier Berganda	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel Citra Merek, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Maulidiyah septiana (2017)	Kualitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan GO-JEK di DKI Jakarta	Variabel Independen: 1. Kualitas Pelayanan Variabel	Analisis regresi linier berganda	Kualitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan gojek DKI Jakarta

			Dependen: Pelanggan GO-JEK di DKI Jakarta		Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan gojek DKI Jakarta Kualitas dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan gojek DKI Jakarta .	
3.	Astri (2018)	fuji	Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Gojek di Kota Medan	Variabel Independe n: 1. Harga 2. Kualitas Pelayanan 3. Promosi Variabel Dependen: Keputusan Pembelian Konsumen	Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan variabel harga, kualitas dan promosi baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen.

2.7 Kerangka Berfikir

Menurut Neumen (dalam Sugiyono, 2017), teori adalah seperangkat konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang berfungsi untuk

melihat fenomena secara sistematis, melalui spesifikasi hubungan antara variabel, sehingga dapat berguna untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena. Teori yang perlu dibahas dalam penelitian ini, yaitu penjelasan mengenai manajemen, manajemen sumber daya manusia, kompetensi karyawan, budaya organisasi dan prestasi kerja. Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini, seperti tersaji dalam gambar 2.1 berikut ini.



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Teoritis

Sumber: Konsep yang dikembangkan untuk penelitian ini , 2011

Kerangka pemikiran teoritis yang disajikan di atas menjelaskan bahwa ada hubungan antara variabel kualitas aplikasi dengan kepuasan pelanggan

2.7 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan adalah sebagai berikut:

1. H_1 : Ada pengaruh antara kualitas aplikasi gojek terhadap kepuasan pelanggan di mahasiswa STIAMAK Barunawati Surabaya
2. H_2 : Ada pengaruh antara pelayanan aplikasi gojek terhadap kepuasan pelanggan di mahasiswa STIAMAK Barunawati Surabaya
3. H_3 : Ada pengaruh secara simultan antara kualitas dan pelayanan aplikasi gojek terhadap kepuasan pelanggan di mahasiswa STIAMAK Barunawati Surabaya



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis pendekatan penelitian dalam studi ini yaitu jenis kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau pada sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data, bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2011)

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Salah satu langkah yang ditempuh dalam penelitian adalah menentukan objek yang akan diteliti dan besarnya populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2011) yang dimaksud dengan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 372 mahasiswa STIAMAK.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Sujarweni, 2015) yang dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan :

n = jumlah anggota sampel

N = jumlah anggota populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

dari rumus di atas diperoleh hasil berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} = \frac{372}{1 + 372 \times 0,1^2} = 79$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 79 responden dari konsumen untuk mewakili jumlah populasi dan mendapat data yang akurat dengan menggunakan teknik *probability sampling* yaitu metode pengambilan sampel secara *random sampling* dimana pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuisisioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa “Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *Likert*. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa “Skala *Likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuisisioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

1. SS : Sangat setuju Diberi skor 5
2. S : Setuju Diberi skor 4
3. KS: Kurang Setuju Diberi skor 3

4. TS : Tidak setuju Diberi skor 2
5. ST : Sangat tidak setuju Diberi skor 1

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan cara memberikan arti menspesifikasikan kegiatan untuk mengukur variabel tertentu.

Menurut Sugiyono (2011) definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik

Menurut Sugiyono (2011) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel sebagai objek penelitian, yaitu:

1. *Independent* variabel (X)

Independent variabel atau suatu variabel yang mempengaruhi variabel terikatnya yaitu variabel *dependent* (terikat), adapun variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini, yaitu kualitas dan pelayanan

2. *Dependent* variabel (Y)

Dependent variabel atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Variabel terikat pada penelitian ini, yaitu kepuasan pelanggan.

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas (X1)	Kotler (2012), mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan	1.keandalan sistem 2.kecepatan akses 3.fleksibilitas sistem 4.keamanan sistem	Likert
Pelayanan (X2)	Menurut pendapat (Gronroos(2012)), pelayanan ialah suatu kegiatan atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak terlihat yang terjadi sebagai dampak adanya hubungan antara pelanggan dengan pegawai yang diberikan oleh perusahaan dengan memberi pelayanan yang dimaksudkan untuk menyelesaikan persoalan pelanggan.	1.mengutamakan keselamatan 2.Ketepatan waktu 3.Memberikan pelayanan SOP 4.Menaati peraturan lalu lintas	Likert
Kepuasan pelanggan (Y)	“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang	1 kesetiaan atau kelayakan penumpang	Likert

	yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka” (Kotler, 2010:138).	2.sistem keluhan dan saran 3.partisipan penumpang 4.keluhan	
--	---	---	--

3.5 Sumber Data

Sedangkan sumber data yang digunakan berjenis primer dan sekunder.

1. Data Primer

Menurut Andi Supangat (2010) mendefinisikan bahwa: “Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti, baik dari objek individual (responden) maupun dari suatu instansi yang dengan sengaja melakukan pengumpulan data dari instansi-instansi atau badan lainnya untuk keperluan penelitian dari pengguna”. Data primer pada penelitian ini adalah data yang dikumpulkan secara langsung berupa hasil interview responden mengenai produk , harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Dengan mengadakan suatu pengamatan atau peninjauan langsung mengenai operasional perusahaan untuk memperoleh gambaran yang sebenarnya. “Pengertian Observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang

lain.” Sugiyono (2009).

2. Studi Pustaka

Studi kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penggunaan data sebagai teori dasar yang diperoleh serta dipelajari dalam manajemen pemasaran. sumber informasi yang telah ditemukan oleh para ahli yang kompeten dibidangnya masing-masing sehingga relevan dengan pembahasan yang sedang diteliti, dalam melakukan studi kepustakaan ini penulis berusaha mengumpulkan data dari beberapa referensi.

3. Kuisisioner

Pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili dengan daftar pertanyaan (kuesioner) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu Sanusi (2011). Jawaban dalam penelitian ini diberikan skor dengan skala tertentu. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menunjang Panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2011).

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan sebelumnya menguji kualitas data yang diperoleh dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Dan menggunakan uji penyimpangan asumsi klasik serta uji hipotesis.

Ada dua syarat penting yang berlaku pada kuesioner, yaitu keharusan sebuah angket untuk validitas dan reliabilitas. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila ia mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

3.7.1 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Pengertian validitas menurut Sugiyono (2010) adalah : “ Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.”

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. dengan membandingkan nilai r_{hitung} (untuk setiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*, dengan r_{tabel} dengan mencari *degree of freedom (df) = N - k*, dalam hal ini N adalah jumlah sampel, dan k adalah jumlah variabel independen penelitian. Jika $r_{hitung} > r_{pearson\ product\ moment}$, dan bernilai positif, maka pertanyaan (indikator) tersebut dikatakan valid (Ghozali dalam simanjuntak, 2013).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Riyadi (2009) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama.

Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji statistik

Cronbach Alpha. Hasilnya jika suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai cronbach alpha > 0.60 (Ghozali dalam Syafrizal, 2011).

Jadi tujuan dari validitas dan reliabilitas kuesioner adalah untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang kita susun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid.

3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dipergunakan untuk menggambarkan garis yang menunjukkan arah hubungan antar variabel, serta dipergunakan untuk melakukan prediksi. Analisa ini dipergunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna. Dalam penelitian ini model persamaan dalam analisis regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi Variabel Kualitas

β_2 = Koefisien regresi Variabel Pelayanan

X_1 = Kualitas

X_2 = Pelayanan

ε = Estimasi *error* dari masing-masing variabel

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2013) mengatakan bahwa uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Asumsi yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika asumsi dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji yang digunakan

untuk uji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnoff* dimana:

H_0 : Data penelitian berdistribusi normal

H_1 : Data penelitian tidak berdistribusi normal

Berdasarkan sampel yang akan diuji hipotesisnya, apakah sampel berdistribusi normal atau tidak, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi pada uji ini $> 5\%$, maka diterima H_0 berarti distribusi sampel normal.
2. Jika nilai signifikansi pada uji ini $< 5\%$, maka ditolak H_0 berarti distribusi sampel tidak normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah suatu prosedur yang dilakukan untuk mengetahui status linier tidaknya suatu distribusi nilai data hasil yang diperoleh, melalui uji linieritas akan menentukan Anareg yang digunakan. Apabila dari suatu hasil dikategorikan linier maka data penelitian diselesaikan dengan Anareg linier. Sebaliknya apabila data tidak linier maka diselesaikan dengan Anareg non-linier.

Untuk mendeteksi apakah model linier atau tidak dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai F-Statistik dengan F-Tabel dengan taraf signifikan 5%, yaitu:

- 1) Jika nilai F-Statistik $> F$ -Tabel, maka hipotesis yang menyatakan bahwa model linier adalah ditolak.
- 2) Jika nilai F-Statistik $< F$ -Tabel, maka hipotesis yang menyatakan bahwa model linier adalah diterima

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (multiko).

Ghazali (2011) mengukur multikolinieritas dapat dilihat dari nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Varian Inflation Faktor*). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0.1$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian multikolinieritas adalah:

- 1). $H_0: VIF > 10$, terdapat multikolinieritas
- 2). $H_1: VIF < 10$, tidak terdapat multikolinieritas

d. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang tidak diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Dengan menggunakan dasar analisis sebagai berikut :

- 1). jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas,

- 2.) jika tidak ada yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

e. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya) Imam Ghozali (2013). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian yang dilakukan dalam uji autokorelasi digunakan dengan uji *Durbin-Watson* (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Klasifikasi Nilai Durbin – Watson

Nilai Durbin Watson	Keterangan
<1,10	Ada autokorelasi
1,10 – 1,54	Tidak ada kesimpulan
1,55 – 2,46	Tidak ada autokorelasi
2,47 – 2,90	Tidak ada kesimpulan
>2,91	Ada autokorelasi

Sumber: Wijaya (2011)

3.7.4 Uji Hipotesis

a. Melakukan Uji F (simultan)

Menurut Imam Ghozali (2013) uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Langkah-langkah dalam uji F adalah:

1) Merumuskan hipotesis.

H_0 : Seluruh variabel bebas yang terdiri dari kualitas, dan pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

H_1 : Seluruh variabel bebas yang terdiri dari kualitas, dan pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Menetapkan besarnya nilai *level of significance* (α) yaitu sebesar 0,05.

2) Mengambil Keputusan dengan nilai signifikansi.

- a) Jika nilai signifikansi $>$ dari pada 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya kualitas, pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara simultan variabel X secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y)
- b) Jika nilai signifikansi $<$ daripada 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya kualitas, pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

c) Mengambil Keputusan dengan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}

Rumus F_{hitung}

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{1 - R^2 / (n - k)}$$

Keterangan :

F = pengujian secara simultan

R^2 = koefisien determinasi

k = banyaknya variabel

n = banyaknya sampel

Rumus

$$F_{tabel} = F(K ; n - K)$$

F_{tabel}

- 1) $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- 2) $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

b. Melakukan Uji t (parsial)

Untuk Menurut Ghozali (2013) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Langkah-langkah dalam t adalah :

1) Merumuskan hipotesis

$H_0: \beta_i = 0$, artinya variabel kualitas dan pelayanan secara parsial tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_1: \beta_i \neq 0$, artinya variabel kualitas dan pelayanan secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2) Menetapkan besarnya *level of significance* (α) sebesar 0,05.

3) Mengambil Keputusan dengan nilai signifikansi

a) Jika nilai signifikansi $>$ dari pada 0,05, atau maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya kualitas dan pelayanan secara parsial tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b) Jika nilai signifikansi $<$ daripada 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya kualitas dan pelayanan secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

4) Jika nilai signifikansi $<$ daripada 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya kualitas dan pelayanan secara parsial

memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
Mengambil Keputusan dengan nilai T_{hitung} dengan T_{tabel}

Rumus T_{hitung}

$$t = \frac{bi}{Se(bi)}$$

Keterangan :

t = test signifikan dengan angka korelasi

bi = koefisien regresi

Se (bi) = *standard error* dari koefisien korelasi

Rumus

$$T_{tabel} = t (a/2 ; n - k - 1)$$

1. $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y.

2. $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y.

c. Menentukan Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat digunakan analisis korelasi. Hal ini untuk mengetahui secara dini apakah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yang dianalisis kuat atau rendah dan searah atau tidak.

Nilai R bervariasi antara -1 sampai dengan 1 ($-1 \leq R \leq 1$) artinya apabila $R = -1$ mendekati -1 menunjukkan hubungan antara sejumlah variabel bebas (X) secara bersama-sama dengan variabel terikat (Y) sempurna negatif atau berlawanan arah. Apabila $R = 0$ atau mendekati 0, menunjukkan tidak ada hubungan antara sejumlah variabel bebas (X) secara bersama-sama dengan variabel terikat (Y). Apabila $R = 1$ atau mendekati 1, maka hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) sempurna dan searah atau positif.

Tabel 3.3

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2012)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variable.



BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah STIAMAK Barunawati

Tahun 1990 berdiri Lembaga Pendidikan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Barunawati, dan pada tahun 1991 bentuk Sekolah Tinggi dirubah menjadi bentuk Akademi dan membuka jenjang D-3 jurusan Administrasi Niaga dengan status terdaftar pada tahun 1992, sehingga menjadi Akademi Administrasi Barunawati.

Tahun 1994 diusulkan membuka Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi & Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) untuk jenjang S-1. Tahun 1995 permohonan membuka STIAMAK disahkan oleh Menteri Pendidikan dan membuka 2 jurusan : Program Administrasi Niaga dan Program Studi Administrasi Kemaritiman.

Tahun 1999 Dirjen Dikti menerbitkan surat keputusan tentang penggabungan 2 lembaga diatas menjadi Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan “STIAMAK” Barunawati, diberikan status terdaftar dengan program studi D-3 Administrasi Niaga, Program S1 Administrasi Niaga, dan Program D-3 Ketatalaksanaan Pelayaran Niaga dan Kepelabuhan. Tahun 2004 sudah diterbitkan ijin operasional untuk STIAMAK Barunawati.

Di dalam masyarakat masa depan, ilmu pengetahuan dan teknologi diyakini akan menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Penguasaan dan pemanfaatan ilmu pengetahuan merupakan peluang dan tantangan yang membutuhkan respon yang cepat dan strategis. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati Surabaya menghidupkan keilmuan yang didasari oleh spirit inovasi dalam balutan budaya nasional yang kokoh dan kontributif untuk berkarsa dan berkarya nyata dalam berbasis pengetahuan (knowledge-based society) khususnya di bidang kepelabuhan.

Kebijakan tol laut yang menjadi salah satu visi Presiden Joko Widodo untuk mewujudkan Nawacita pertama yakni memperkuat jati diri sebagai negara maritim dan Nawacita ketiga, yaitu membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan menjadi penegasan bahwa negara memang benar hadir ke seluruh daerah lewat kapal-kapal yang mengunjungi wilayah tersebut memberikan prospek bahwa tenaga kerja di bidang kepelabuhanan akan sangat dibutuhkan di wilayah Indonesia di masa depan.

Dalam merespon situasi tersebut, STIAMAK Barunawati Surabaya mewajibkan dirinya untuk memperluas dan pemeratakan akses pada pendidikan tinggi dan pelayanan masyarakat yang menjadi bagian dari tanggung jawab sosial Perguruan Tinggi. Selain itu, tuntutan dan harapan masyarakat pun semakin meningkat sehingga STIAMAK Barunawati Surabaya berkewajiban untuk menghasilkan lulusan yang berkualitas makin tinggi dan mampu berdiri setara dalam pergaulan masyarakat dunia, berperan aktif dalam menggerakkan potensi masyarakat khususnya di bidang administrasi kepelabuhanan, serta menghasilkan karya yang mampu mendorong peningkatan keunggulan dan daya saing bangsa.

4.1.2 Visi-misi Perusahaan

Visi

Menjadi pusat pendidikan sarjana Ilmu Administrasi Niaga bidang Kepelabuhanan yang mandiri, inovatif, dan terkemuka di Indonesia pada tahun 2021.

Misi

Untuk mewujudkan visi pada tahun 2021, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga STIAMAK Barunawati Surabaya menetapkan misinya yaitu:

- a. Menghasilkan lulusan Sarjana Ilmu Administrasi Niaga bidang Kepelabuhanan yang berakhlak mulia, beriman, berilmu dan berkarya.

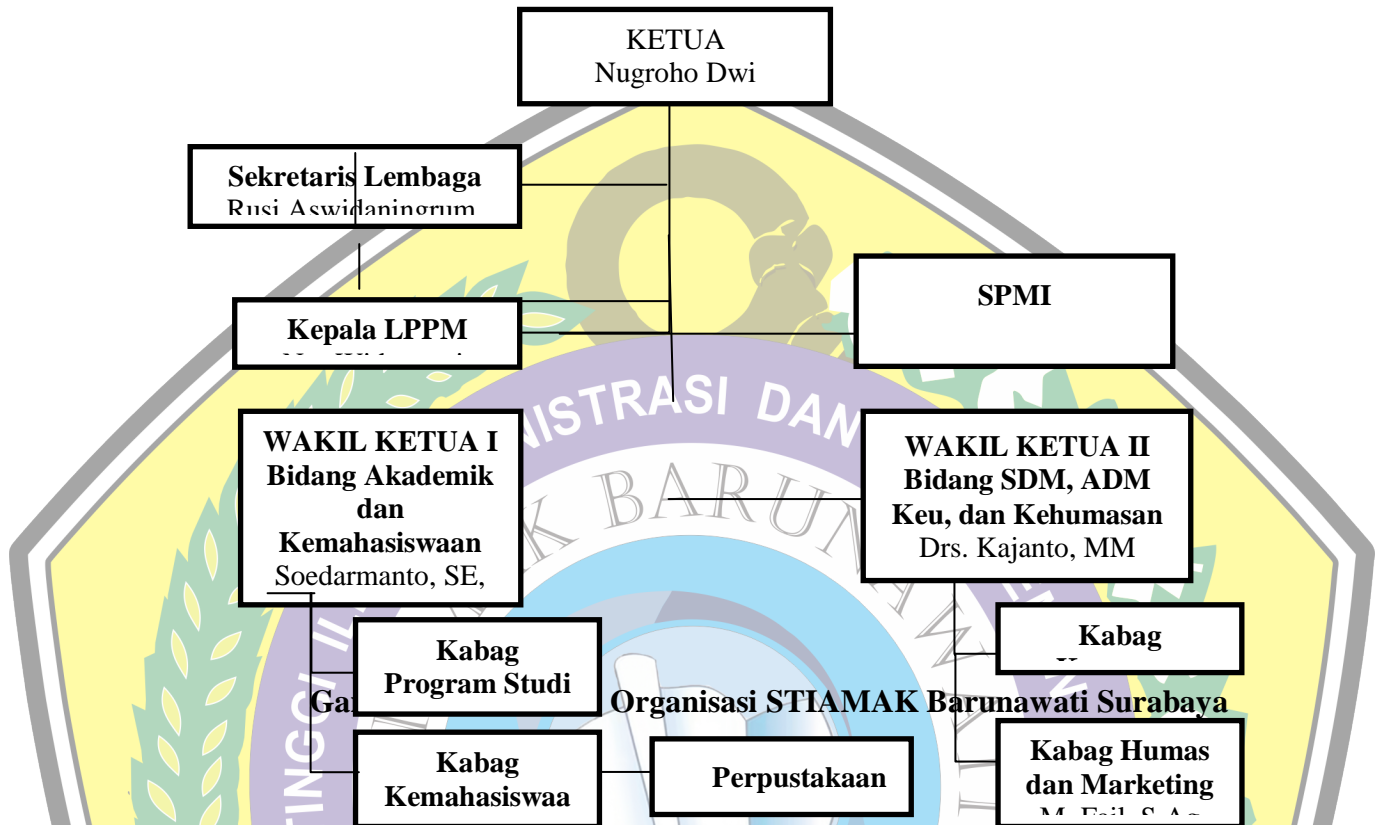
- b. Menyelenggarakan penelitian dan pelatihan di bidang kepelabuhanan yang inovatif.
- c. Mendharmabaktikan keahlian dalam ilmu dan teknologi kepada masyarakat di bidang kepelabuhanan.
- d. Mengutamakan kemandirian dalam melaksanakan tridharma perguruan tinggi.

Tujuan

Untuk menjalankan misi maka Program Studi Ilmu Administrasi Niaga STIAMAK Barunawati Surabaya menetapkan tujuan yaitu:

- a. Melakukan kajian terhadap kurikulum program studi dengan melakukan perubahan kurikulum berbasis kompetensi menjadi kurikulum berbasis Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia dengan capaian bidang kurikulum dengan menanamkan akhlaq mulia, beriman, berilmu dan berkarya.
- b. Menghasilkan penelitian pelatihan di bidang kepelabuhanan yang inovatif yang berkala dan berbasis teknologi informasi.
- c. Menghasilkan pengabdian kepada masyarakat di bidang kepelabuhan berdasarkan ilmu dan teknologi yang dikuasai
- d. Menciptakan suasana akademik yang mendukung kegiatan belajar mengajar di Program Studi.
- e. Menyiapkan standar operasional prosedur yang terintegrasi dalam rangka mendukung kegiatan tridharma perguruan tinggi.
- f. Menyelenggarakan kegiatan tridharma perguruan tinggi yang mandiri dengan memberdayakan sumber daya dari lingkungan program studi dan kerjasama dengan institusi pendidikan dan institusi lain.

4.1.3 Gambaran Struktur Organisasi



4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIAMAK Barunawati Surabaya. Ini sesuai dengan metode pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu *probability sampling*. Dengan menggunakan *simple random sampling*, diharapkan sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Berdasarkan data dari 79 responden yang memakai jasa transportasi online, melalui daftar pertanyaan didapat kondisi responden tentang jenis kelamin, dan semester. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Gambaran umum objek penelitian tersebut satu per satu dapat diuraikan sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tingginya jumlah pengguna yang pernah memakai jasa transportasi online memungkinkan variasi proporsi yang besar bagi konsumen laki-laki dan perempuan. Gambaran umum mengenai pengguna jasa transportasi online berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Dalam %
Laki-Laki	50	63,3%
Perempuan	29	36,7%
Jumlah	79	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah laki-laki sebanyak 50 konsumen dengan persentase 63%. Sedangkan sisanya adalah perempuan sebanyak 29 konsumen dengan persentase 37%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Semester	Jumlah	Dalam %
Semester 2	28	35,4%
Semester 4	16	20,2%
Semester 6	14	17,8%
Semester 8	14	17,8%
Mahasiswa Transfer	7	8,8%
Jumlah	79	100

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Dari Tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa proporsi paling besar adalah dari responden semester 2 berjumlah 28 pengguna dengan presentase 35,4%. Kemudian responden semester 4 berjumlah 16 pengguna dengan presentase 20,2%, responden semester 4 berjumlah 14 pengguna dengan presentase 17,8%, responden semester 8 sebanyak 14 pengguna dengan presentase 17,8%, dan responden mahasiswa transfer sebanyak 7 konsumen dengan presentase 8,8 %.

4.3 Deskripsi Variable

Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian pada 79 Mahasiswa STIAMAK Barunawati untuk mengetahui kualitas dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penyebaran kuesioner yang ditunjukkan kepada 79 responden adalah sebagai berikut

4.3.1 Variabel Kualitas

Variabel kualitas di ukur dengan menggunakan 4 pernyataan, hasil penelitian responden terhadap variabel kualitas (X_1) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Penilaian Responden terhadap Variabel Kualitas (X_1)

No	Pernyataan	Skala Nilai					Total
		STS	TS	N	S	SS	
	Memiliki kelengkapan fitur yang bisa mencakup segala aktifitas sehari-hari	0	0	2	25	52	79
		0%	0%	2,5%	31,6%	65,8%	100%

	tidak dibutuhkan waktu yang lama untuk melihat hasil tampilan penulustran	0 0%	0 0%	4 5,1%	23 29,1%	52 65,8%	0%
	kurang aplikasi tidak mengalami perubahan ketika ada banyak permintaan	0 0%	0 0%	4 5,1%	29 37,0%	46 58,4%	79 100%
	pengguna dapat melaporkan tindakan criminal	0 0%	0 0%	2 2,6%	34 43,0%	43 54,4%	79 100%

4.3.2 Variabel Pelayanan

Variabel Pelayanan diukur dengan menggunakan 4 pernyataan, hasil penelitian responden terhadap variabel pelayanan (X_2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Penilaian Responden terhadap Variabel Pelayanan (X_2)

No	Pernyataan	Skala Nilai					Total
		STS	TS	N	S	SS	
	pengguna dapat menghubungi satgas bila terjadi kecelakaan	0 0%	0 0%	3 3,8%	25 31,6%	51 64,6%	79 100%

tang sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan aplikasi	0 0%	0 0%	5 6,8%	24 30,3%	50 65,9%	79 100%
layanan sesuai dengan SOP (Sesuai Operasional Prosedur)	0 0%	0 0%	4 5,5%	16 20,3%	59 75,9%	79 100%
ngemudi sesuai dengan peraturan lalu lintas	0 0%	0 0%	3 3,1%	16 19%	60 75,9%	79 100%

4.3.3 Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel Kepuasan pelanggan di ukur dengan menggunakan 4 pernyataan, hasil penelitian responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Penilaian Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Skala Nilai					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1	ya merasa bangga memakai aplikasi gojek	0 0%	0 0%	4 5,1%	23 21,5%	52 73,4%	79 100%
2	gokjek memberikan sistem laporan yang mudah di aplikasi	0 0%	0 2,5%	4 3,8%	15 14,1%	60 59,6%	79 100%
3	ya bersedia memberikan	0 0%	0 0%	4 5,1%	16 19%	59 75,9%	79 100%

	peringkat kepada pengemudi						
4	ring di temukan pengemudi menolak permintaan online	0	2	3	19	55	79
		0%	0%	3,8%	23,6%	69,6%	100%

4.4 Analisa Data

4.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} (korelasi *product moment Pearson's*) dengan nilai *pearson product moment table* untuk degree of freedom (df) = $n - k$, dalam hal ini n merupakan jumlah sampel dan adalah jumlah variabel bebas. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) = 79 dan besarnya df dapat dihitung $79 - 2 = 77$, dengan df 77 dan $\alpha = 0,05$ didapat *pearson product moment table* dengan uji dua sisi = 0,221. Jika r_{hitung} lebih besar dari *pearson product moment table* dan bernilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator valid Imam Ghozali (2013).

Hasil perhitungan untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 4.1, Tabel 4.2, Tabel 4.3, Tabel 4.4 dan Tabel 4.5.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas (X_1)

Pertanyaan	r_{hitung}	<i>table product</i>	Kesimpulan
------------	--------------	----------------------	------------

/Pernyataan		moment	
X _{1.1}	0,715	0,221	Valid
X _{1.2}	0,839	0,221	Valid
X _{1.3}	0,716	0,221	Valid
X _{1.4}	0,757	0,221	Valid

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Pelayanan (X₂)

Pertanyaan /Pernyataan	r_{hitung}	table product moment	Kesimpulan
X _{2.1}	0,776	0,221	Valid
X _{2.2}	0,778	0,221	Valid
X _{2.3}	0,696	0,221	Valid
X _{2.4}	0,815	0,221	Valid

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

Pertanyaan /Pernyataan	r_{hitung}	table product moment	Kesimpulan
Y.1	0,803	0,221	Valid
Y.2	0,859	0,221	Valid
Y.3	0,813	0,221	Valid
Y.4	0,644	0,221	Valid

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah suatu uji yang digunakan untuk mengukur

tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Pengujian realibilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil jawaban dari kuisioner oleh responden benar-benar stabil dalam mengukur suatu gejala atau kejadian.

Uji realibilitas dilakukan dengan cara *One Shot*, yaitu pengukurannya hanya sekali kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS 20.0 memberikan fasilitas untuk mengukur realibilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,60 Imam Ghozali (2013) Dari hasil uji reliabilitas nilai *cronbach alpha* dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.9

Uji Realibilitas *Cronbach Alpha*

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Kesimpulan
Kualitas (X ₁)	0,752	> 0,6	Reliabel
Pelayanan (X ₂)	0,765	> 0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,787	> 0,6	Reliabel

Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS, 2018

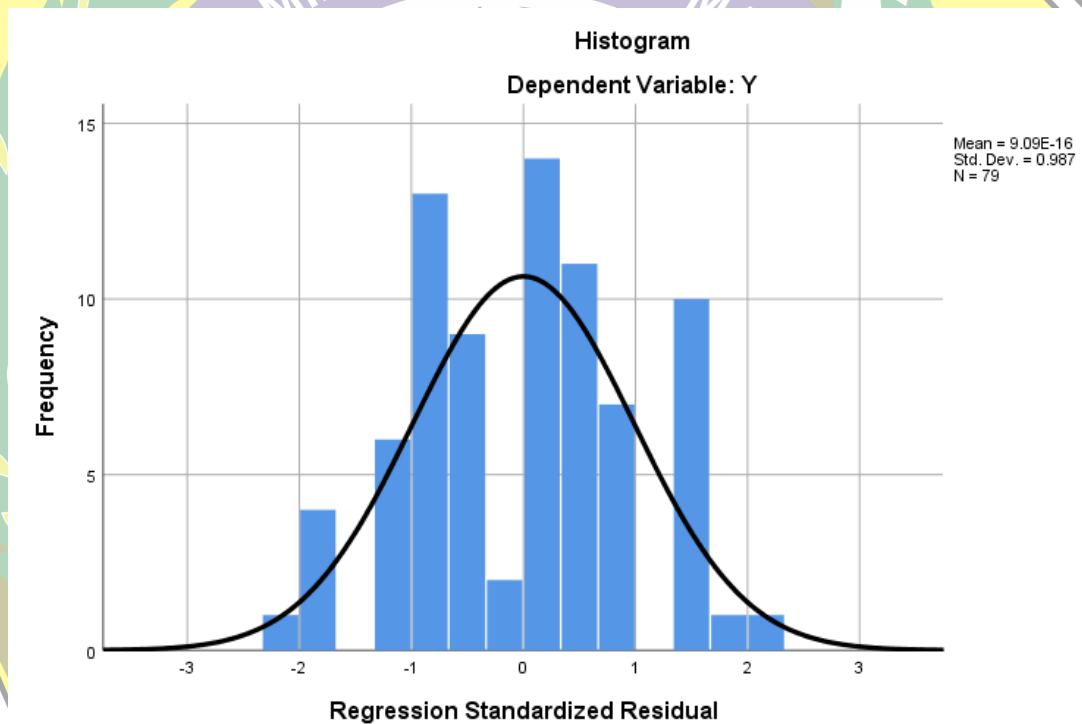
Dari hasil uji realibilitas pada Tabel 4.9 diketahui bahwa variabel kualitas, pelayanan dan kepuasan pelanggan semuanya reliabel, karena setiap variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Dengan demikian variabel-variabel tersebut dapat dianalisis lebih lanjut.

4.4.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui normalitas (normal atau tidaknya) faktor pengganggu et (*error terms*). Sebagaimana telah diketahui bahwa faktor pengganggu tersebut diasumsikan memiliki distribusi normal, sehingga uji t (persial) dapat dilakukan. Untuk dapat menguji normalitas model regresi, penelitian ini menggunakan metode

Histogram of Regression Standardized Reresidual. Dasar pengambilan keputusan adalah data dikatakan berdistribusi normal, jika data menyebar disekitar garis diagonal atau grafik histogramnya, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas dari hasil statistik, dapat dilihat pada gambar 4.2



Sumber dari hasil spss

Gambar 4.2

Histogram Variabel Dependent Kepuasan pelanggan

Pada gambar 4.2. Hasil uji normalitas pada gambar grafik terlihat bahwa penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik tidak menyebar jauh dari garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal dan melenceng

ke kanan, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Ini menyatakan bahwa uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan jika tidak dilakukan secara hati-hati, secara visual terlihat normal namun secara statistik tidak, atau sebaliknya secara visual tidak normal namun secara statistik normal.

Disamping menggunakan uji grafik dilengkapi dengan uji statistik, salah satunya dengan menggunakan uji statistik non parametik *kolmogorof-Smirnov*. Jika hasil K-S mempunyai $p \geq 0,05$, maka dapat dikatakan *untandardized Reresidual* normal. Hasil uji tersebut disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Uji Non Parametik Kolmogorof-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07100350
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.078
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

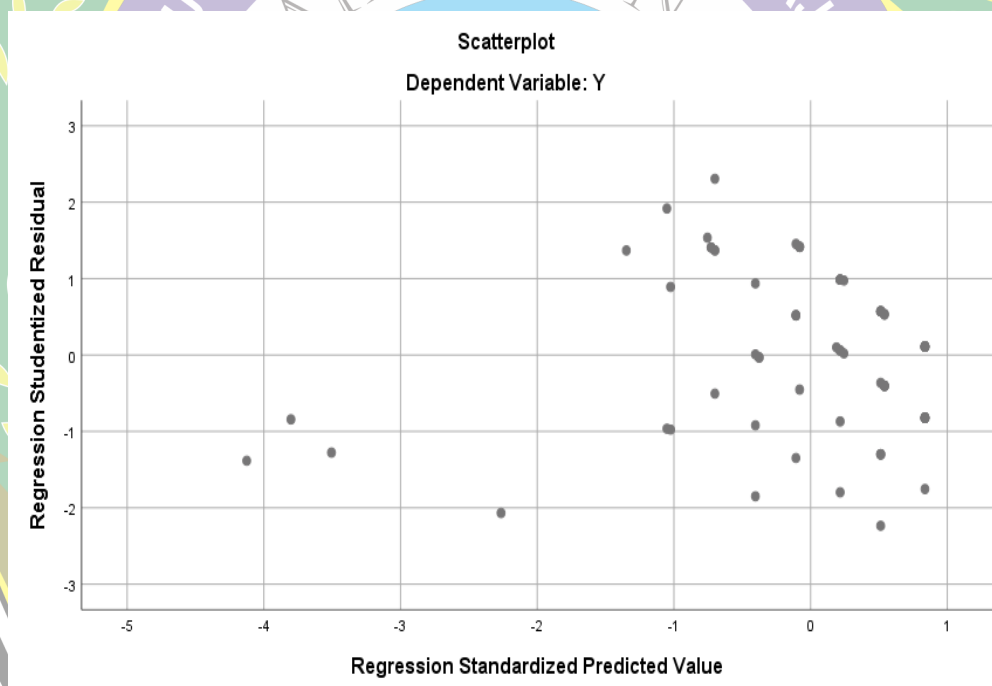
d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel 4. diatas terlihat bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,086 dengan tingkat signifikan 0,200 berarti hal itu menunjukkan bahwa model regresi terdistribusi normal karena tingkat signifikansinya $\geq 0,05$

b. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji Heterokedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual dari suatu pengamatan lain. Cara untuk mengetahui gejala heterokedastisitas yaitu dengan menggunakan metode grafik. Jika tidak ada pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 4.11
Uji Heterokedastisitas



Sumber dari hasil Spss 20

Bedasarkan gambar tersebut, terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas dan dibawah 0 (nol) pada sumbu y. jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana variabel-variabel independen dalam persamaan regresi mempunyai korelasi (hubungan) erat satu sama lain. Tujuannya adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik harus terbebas dari multikolinearitas untuk setiap variabel independennya. Identifikasi keberadaan multikolinearitas ini dapat didasarkan pada nilai *Tolerance And Variance Inflation Factor* (VIF). Bila $VIF > 10$ maka dianggap ada multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya, sebaliknya bila $VIF < 10$ maka dianggap tidak terdapat multikolinearitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

* Variabel	Tolerance	VIF *	Kesimpulan
Kualitas (X1)	0,303	3,300	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Pelayanan (X2)	0,303	3,300	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS 20, 2019

Dari tabel uji multikolinearitas diatas, dapat disimpulkan bahwa variable kualitas dan pelayanan tidak terdapat multikonearitas. Hal ini dikarenakan hasil uji multikonearitas telah memenuhi asumsi vif, dimana semua variable lebih dari 0.1 dan nilai $VIF < 10$.

d. Uji Autokorelasi

Analisis regresi yang baik tidak terjadi autokorelasi. Untuk mengukur adanya gejala autokorelasi atau tidak dapat dilihat menggunakan uji *Durbin-Watson*, Imam Ghozali (2013). Hipotesis untuk pengujian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : tidak ada autokorelasi

H_1 : ada autokorelasi

Tabel 4.13

Nilai *Durbin-Watson*

Model	<i>Durbin-Watson</i>
1	1.938

Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS 20, 2019

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *Durbin Watson Test* sebesar 1.938 Sedangkan nilai *Durbin Watson* tersebut berada pada interval tidak ada autokorelasi yaitu dapat dibuktikan pada perhitungan berikut ini :

Dengan $K=2$ dan $n=79$, serta tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$) diperoleh hasil $dL = 1,583$ dan $dU = 1,6867$ Dikatakan tidak ada autokorelasi bila $dL < DW < 4 - dU$ atau $1,583 < 1,938 < 4 - 1,6867$ atau $1,583 < 1,938 < 2,3133$, dengan demikian hasil pengolahan data menunjukkan tidak terdapat autokorelasi.

e. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel penelitian secara signifikan mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Menurut Priyatno (2012), kedua variabel dikatakan linier apabila memiliki taraf signifikansi *linierity* lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$). Uji

linieritas pada SPSS *for windows* diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.14
Uji Linieritas

<i>Linierity</i>	Sig.	Kesimpulan
Kepuasan Pelanggan * Kualitas	0,000	Linier
Kepuasan Pelanggan * Pelayanan	0,000	Linier

Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS, 2018

Berdasarkan Tabel 4.14 pada output *ANOVA Table* diatas, dapat dilihat bahwa signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kualitas terhadap kepuasan pelanggan, dan Pelayanan terhadap kepuasan pelangga terdapat hubungan yang linier, maka asumsi linieritas terpenuhi.

4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Kualitas, Pelayana terhadap Kepuasan Pelanggan.. Berdasarkan dari hasil perhitungan pengolahan data dengan bantuan komputer program SPSS 20 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda pada Tabel 4.

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Beta		
(Constant)	0,968		0,678	0,500

Kualitas (X1)	0,452	0,407	3,400	,001
Pelayanan (X2)	0,494	0,447	3,733	,000

Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS 20, 2019

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda yang signifikan sebagai berikut:

$$Y = 0,968 + 0,452 X_1 + 0,494X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan pelanggan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi Variabel Kualitas

β_2 = Koefisien regresi Variabel Pelayanan

X₁ = Kualitas

X₂ = Pelayanan

ε = Estimasi *error* dari masing-masing variabel

Interprestasi dari model regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (α) yang dihasilkan sebesar 0,968 menunjukkan bahwa besarnya nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,968 jika Kualitas (X₁) , dan Pelayanan (X₂) adalah konstan.
2. Nilai koefisien Kualitas (β_1) sebesar 0,452 menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas (β_1) meningkat satu satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,452
3. Nilai koefisien Pelayanan (β_2) sebesar 0,494 menunjukkan bahwa jika variabel pelayanan (β_2) meningkat satu satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,494.

4.4.4 Uji Hipotesis

4.4.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas (kualitas, pelayanan) secara parsial atau individual menerangkan variabel terikat (Kepuasan Pelanggan).

a. Perumusan hipotesis untuk uji t (parsial) pada variabel kualitas(X_1):

$$1) H_0 = 0$$

$$H_1 \neq 0$$

Atau

H_0 : Variabel bebas Kualitas (X_1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Aplikasi gojek pada mahasiswa STIAMAK Barunawati.

H_1 : Variabel bebas Kualitas (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Aplikasi gojek pada mahasiswa STIAMAK Barunawati.

2) Jika nilai signifikansi variabel bebas Kualitas (X_1) pada uji t sig $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh X terhadap Y.

Jika nilai t sig $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

$$\begin{aligned} 3) T_{tabel} &= t(a/2; n-k-1) \\ &= 0,05/2; 79-2-1 \\ &= 0,025; 76 \\ &= 1,991 \end{aligned}$$

Berdasarkan Tabel 4.18 analisis uji T adalah besarnya Nilai t_{hitung} pada variabel Kualitas (X_1) adalah sebesar 3.400 dengan tingkat signifikansi adalah 0,005. Karena $3.400 > 1,991$ dan $0,000 < 0,05$ maka menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Kesimpulan: Variabel bebas Kualitas (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Aplikasi gojek pada mahasiswa STIAMAK Barunawati.

b. Perumusan hipotesis untuk uji t (parsial) pada variabel Pelayanan (X_2):

$$1) H_0 = 0$$

$$H_1 \neq 0$$

Atau

H_0 : Variabel bebas Pelayanan (X_2) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Aplikasi gojek pada mahasiswa STIAMAK Barunawati.

H_1 : Variabel bebas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Aplikasi gojek pada mahasiswa STIAMAK Barunawati.

2) Jika nilai signifikansi variabel bebas Pelanggan (X_2) pada uji t sig $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh X terhadap Y. Jika nilai t sig $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

$$\begin{aligned} 3) T_{tabel} &= t(a/2; n-k-1) \\ &= 0,05/2; 79-2-1 \\ &= 0,025; 76 \\ &= 1,991 \end{aligned}$$

Berdasarkan Tabel 4.18 analisis uji T adalah besarnya Nilai t_{hitung} pada variabel Pelayanan (X_2) adalah sebesar 3,733 dengan tingkat signifikansi adalah 0,005. Karena $3,733 > 1,991$ dan $0,000 < 0,05$ maka menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Kesimpulan: Variabel bebas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Aplikasi gojek pada mahasiswa STIAMAK Barunawati

4.4.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas Kualitas (X_1 dan Pelayanan (X_2) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 4.16
Uji Simultan (Uji F)

Model	F	Sig.
1	77.030	,000 ^b

Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS 20, 2019

Perumusan hipotesis untuk uji F (simultan):

a. $H_0 = 0$

$H_1 \neq 0$

Atau

H_0 : Seluruh variabel bebas yang terdiri dari Kualitas (X_1) dan Pelayanan (X_2) tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Aplikasi gojek pada mahasiswa STIAMAK Barunawati.

H_1 : Seluruh variabel bebas yang terdiri dari Kualitas (X_1) dan Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Aplikasi gojek pada mahasiswa STIAMAK Barunawati.

Jika Nilai signifikansi dari uji F sig < 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Jika nilai sig > 0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

b. $F_{tabel} = k; n-k$

= 4; 79-2

= 4 ; 77

= 3.12

Berdasarkan Tabel 4. uji ANOVA atau F didapatkan F_{hitung} sebesar 77,030 dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($77,030 > 3.12$) dan tingkat signifikansi $0.000 < 0,05$ maka dapat menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Kesimpulan: Variabel bebas Kualitas (X_1) dan Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Transportasi online pada mahasiswa STIAMAK Barnawati.

4.4.3 Uji Koefisien Determinasi Disesuaikan (*Adjusted R²*)

Uji Koefisiensi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai R^2 yang semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Koefisiensi determinasi yang digunakan *Adjusted R Square* dapat naik turun apabila satu variabel independen, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, (Ghozali, 2013).

Tabel 4.17
Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,818 ^a	0,670	0,661	1,08500

Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS 20, 2019

Dari tabel 4. diatas menunjukkan besarnya *adjusted R²* adalah 0,661 hal ini berarti 66,1 % variasi Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi dari ke 2 variabel independen, yaitu Kualitas dan Pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 33,9% (100%-66,1%) dijelaskan oleh variabel-variabel diluar model.

4.5 Pembahasan

Masalah Kualitas dan Pelayanan sangat penting untuk diperhatikan dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan karena memiliki hubungan yang

signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa nilai signifikan F_{hitung} 77,030 lebih besar dari F_{tabel} 3,12 dan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari α 0.05 yang berarti secara keseluruhan variabel kualitas dan pelayanan memiliki hubungan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan dan hipotesis ke 3 dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

Hasil perhitungan menggunakan analisis regresi linier berganda pada uji t , diperoleh nilai koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas adalah 3,400 untuk Kualitas (X_1) dan 3,773 untuk Pelayanan (X_2). Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa hubungan dari masing-masing variabel bebas adalah positif atau searah, dan jika nilai koefisien regresi bernilai negatif menunjukkan bahwa hubungan dari masing-masing variabel bebas adalah negatif atau berlawanan. Yang berarti Kualitas (X_1) dan Pelayanan (X_2) memiliki hubungan yang positif atau searah terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

4.5.1 Pengaruh Kualitas (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa “Kualitas (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)” dapat diterima, karena variabel Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa dengan t_{hitung} sebesar 3,400 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,991, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ yaitu 0,000.

Pengujian hipotesis pertama menunjukkan hasil penelitian bahwa Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi gojek. Hal ini berarti semakin baik kualitas aplikasi gojek dapat meningkatkan kepuasan menurut Tri ulfa wardani (2017), pengertian kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan (kotler 2012).

Hal ini juga diperkuat seperti pada penelitian Tri ulfa wardani (2017) yang berjudul " Pengaruh Kualitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi kasus mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara) yang berisi " Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel kualitas dan pelayanan berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan “.

4.5.2 Pengaruh Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan hipotesis kedua (H₂) yang menyatakan bahwa “ Pelayanan (X₂) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) “ dapat diterima, karena variabel Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa dengan t_{hitung} sebesar 3,733 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,991, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ yaitu 0,000.

Hipotesis kedua menunjukkan hasil penelitian bahwa Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Agar memikat pelanggan pihak gojek memberikan pelayanan berupa keselamatan dalam berkendara dan memberikan kenyamanan pada pelanggan . Karena menurut Groomros(2012) Pelayanan adalah suatu kegiatan atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak terlihat yang terjadi sebagai dampak adanya hubungan antara pelanggan dengan yang diberikan oleh perusahaan dengan memberikan pelayanan yang maksud untuk menyelesaikan persoalan pelanggan.

Hal ini juga diperkuat seperti pada hasil penelitian Novi Fitria Ningsih (2018) yang berjudul” Pengaruh kualitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung) hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Kualitas dan Pelayanan Berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

4.5.3 Pengaruh Kualitas (X₁) dan Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan

Pelanggan (Y)

Hasil uji F penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} yang dihasilkan model regresi adalah sebesar 77,030 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji F tersebut telah membuktikan bahwa hipotesis ketiga penelitian ini, yaitu: “Diduga variable Kualitas dan Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek pada mahasiswa STIAMAK Barunawati” diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas (X_1) dan Pelayanan (X_2) bersama-sama memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal tersebut didukung adanya nilai koefisiensi korelasi (R) yang dihasilkan oleh model regresi tersebut adalah sebesar 0,818, yang menunjukkan adanya korelasi yang kuat (antara 0,60 – 0,799) dari hubungan Kualitas (X_1) dan Pelayanan (X_2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai koefisiensi determinasi berganda (R^2) yang dihasilkan oleh model regresi adalah sebesar 0,670, yang menunjukkan bahwa proporsi pengaruh Kualitas (X_1) dan Pelayanan (X_2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 66,1% %. Disamping itu, jika dilihat dari hasil uji analisis regresi linear berganda bisa disimpulkan bahwa Pelayanan ialah variabel yang paling mempengaruhi Kepuasan pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas (X_1) Berpengaruh Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan t_{hitung} sebesar 3,400 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,991, dan secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan pelanggan. Yaitu apabila kualitas meningkat, maka akan semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.
2. Variabel Pelayanan (X_2) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan t_{hitung} sebesar 3,733 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,991, dan secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Yaitu apabila Pelayanan meningkat, maka akan semakin meningkat pula Kepuasan Pelanggan
3. Secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh signifikan antara variabel-variabel bebas (X) yaitu hasil uji F sebesar 77,030 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka Kualitas dan Pelayanan terhadap variabel terikat (Y) Yaitu Kepuasan Pelayanan.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harusnya Kualitas yang diberikan pihak PT Gojek memberikan informasi yang jelas pada konsumen, dan tanggap pada pemesanan yang dilakukan konsumen .
2. Harusnya pelayanan yang diberikan pihak PT Gojek memberikan pelayanan seperti memberikan masker pada pelanggan dan memberikan jas hujan pada pelanggan pada saat hujan ..

3. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi, pendukung, pedoman, pembanding, dan diharapkan untuk menambah variabel lain yang dapat dijadikan indikator dalam penelitian lanjutan. penggalian keempat variabel ini untuk diteliti, dapat terus dilakukan. sehingga terlihat variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, contohnya adalah variabel Kepuasan Pelanggan seperti *people*, *promo*, *harga*, *keamanan* .



DAFTAR PUSTAKA

- Atika Zahra,2017,” Pengaruh Kualitas Pelayanan Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan” Studi Di Kota Yogyakarta.
- Astri Fuji,2018,”Pengaruh Harga,Kualitas Layanan,Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Gojek Di Kota Medan”
- Effendi, Irwansyah (2010) “Kesadaran yang lebih tinggi”: Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Freed Luthans (2013) *The Power Of Brands* : PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Goetsch & Davis (2012) *Quality management , fourth Edition*. Cram101 Incorporated
- Groonros(2012) *Service Management And Marketing: Customer Management In Service Thierdedition, Johnwiley & Sons*
- Herman Hudojo (2010) Mengajar Belajar Matematika. Jakarta: Proyek Pengembangan Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan Dirjendikti.
- Kadir, Abdul (2012) “Dasar Pemograman Web Dinamas Menggunakan PHP. Yogyakarta: Andi (14 juni 2019)
- Kotler,(2012). Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jakarta :Erlangga
- Kottler(2010 dan Keller(2010) Manajemen Pemasaran Edisi 15 Jakarta :Erlangga
- Lupiyoadi dan Hamdani (2014) Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisike 3. Jakarta:Rajawali
- Maulidiyah Septiana,2017,”Kualitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan GO-JEK Di DKI Jakarta”
- Moenir, (2009) Manajemen Pelayanadi indonesia, Bumi Aksara, Jakarta
- Oliver,(2009) *Satisfaction A Behavioral Prespective* McGraw, Singapore
- Perangin angin. Loina (2012). Hubungan Masyarakat : Membina Hubungan Baik Dengan Publik Bandung: CV.laolo.
- Tjipjono (2009) *Service management* Mewujudkan Layanan Prima Yogyakarta: CV Andi Offset
- Sugiyono (2011) *Metedo Penelitian , Pendiidkan, Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif* Bandung :Alfabeta
- Walker,et.al (2011) *Evaluasi Empiris dan Inovasi karekteristikJurnal Penelitian Administrasi Publik Dan Teori.*

W. Edward Dening(2015)).*Guide Ton Quality Control.*

Cambirdge:Massachussets Insti Of Technology.



Lampiran 1

**KUESIONER KUALITAS DAN PELAYANAN APLIKASI
GOJEK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
MAHASISWA STIAMAK SURABAYA**

Nama :
Semester :
Jenis kelamin :
() Pria
() Wanita

No	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
A	Kualitas					
1	Memiliki kelengkapan fitur yang bisa mencakup segala aktifitas sehari-hari					
2	Tidak dibutuhkan waktu yang lama untuk melihat hasil tampilan penelusuran					
3	Fitur aplikasi tidak mengalami perubahan ketika ada banyak Permintaan					
4	penggunan dapat melaporkan tindakan kriminal					
B	Pelayanan					
5	penggunan dapat menghubungi satgas bila terjadi kecelakaan					
6	datang sesuai dengan waktu yang ada di aplikasi					
7	pelayanan sesuai dengan SOP					
8	Driver sesuai dengan peraturan lalu lintas					
C	kepuasan pelanggan					
9	saya merasa bangga memakai aplikasi gojek					
10	govej memberikan sistem laporan yang mudah di aplikasi					
11	saya bersedia memberikan rating kepada driver					
12	sering ditemukan driver menolak orederan					

Keterangan cara pengisian :

Berilah tanda “√” (centang) pada kolom jawaban di setiap pertanyaan sesuai yang anda alami

(1) Sangat tidak setuju (2) Tidak setuju (3) Cukup setuju (4) setuju (5) Sangat setuju

Terima kasih atas waktu yang anda berikan untuk mengisi kuesioner ini. Informasi yang anda berikan sangat membantu penulisan skripsi yang saat ini saya tuliskan. Semoga amal baik yang anda berikan akan menerima balasan terbaik.

Lampiran 2

Hasil Data SPSS Statistik Deskriptif

Kualitas (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	2	2.5	2.5	2.5
	4.00	25	31.6	31.6	34.2
	5.00	52	65.8	65.8	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	5.1	5.1	5.1
	4.00	23	29.1	29.1	34.2
	5.00	52	65.8	65.8	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	5.1	5.1	5.1
	4.00	16	20.3	20.3	25.3
	5.00	59	74.7	74.7	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	3.8	3.8	3.8
	4.00	16	20.3	20.3	24.1
	5.00	60	75.9	75.9	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Pelayanan (X2)

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	5.1	5.1	5.1
	4.00	16	20.3	20.3	25.3
	5.00	59	74.7	74.7	100.0
Total		79	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	3.8	3.8	3.8
	4.00	16	20.3	20.3	24.1
	5.00	60	75.9	75.9	100.0
Total		79	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	2	2.5	2.5	2.5
	4.00	34	43.0	43.0	45.6
	5.00	43	54.4	54.4	100.0
Total		79	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	5.1	5.1	5.1
	4.00	15	19.0	19.0	24.1
	5.00	60	75.9	75.9	100.0
Total		79	100.0	100.0	

Kepuasan Pelanggan (Y)

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	5.1	5.1	5.1
	4.00	17	21.5	21.5	26.6
	5.00	58	73.4	73.4	100.0
Total		79	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.5	2.5	2.5
	3.00	3	3.8	3.8	6.3
	4.00	19	24.1	24.1	30.4
	5.00	55	69.6	69.6	100.0
Total		79	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	5.1	5.1	5.1
	4.00	15	19.0	19.0	24.1
	5.00	60	75.9	75.9	100.0
Total		79	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	3.8	3.8	3.8
	4.00	25	31.6	31.6	35.4
	5.00	51	64.6	64.6	100.0
Total		79	100.0	100.0	

Lampiran 3

Hasil Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Kualitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	KUALITAS
X1.1	Pearson Correlation	1	.597**	.221	.358**	.715**
	Sig. (2-tailed)		.000	.051	.001	.000
	N	79	79	79	79	79
X1.2	Pearson Correlation	.597**	1	.450**	.469**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	79	79	79	79	79
X1.3	Pearson Correlation	.221	.450**	1	.487**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.051	.000		.000	.000
	N	79	79	79	79	79
X1.4	Pearson Correlation	.358**	.469**	.487**	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	79	79	79	79	79
KUALITAS	Pearson Correlation	.715**	.839**	.716**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	79	79	79	79	79

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	4

2. Pelayanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	PELAYANAN
X2.1	Pearson Correlation	1	.487**	.349**	.531**	.776**

	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000
	N	79	79	79	79	79
X2.2	Pearson Correlation	.487**	1	.370**	.546**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000
	N	79	79	79	79	79
X2.3	Pearson Correlation	.349**	.370**	1	.414**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001		.000	.000
	N	79	79	79	79	79
X2.4	Pearson Correlation	.531**	.546**	.414**	1	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	79	79	79	79	79
PELAYANAN	Pearson Correlation	.776**	.778**	.696**	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	79	79	79	79	79

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
.765	4

3. Kepuasan Pelanggan

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.565**	.596**	.368**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	79	79	79	79	79
Y2	Pearson Correlation	.565**	1	.668**	.391**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	79	79	79	79	79

Y3	Pearson Correlation	.596**	.668**	1	.284 [*]	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.011	.000
	N	79	79	79	79	79
Y4	Pearson Correlation	.368**	.391**	.284 [*]	1	.644**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.011		.000
	N	79	79	79	79	79
Y	Pearson Correlation	.803**	.859**	.813**	.644**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	79	79	79	79	79

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha

N of Items

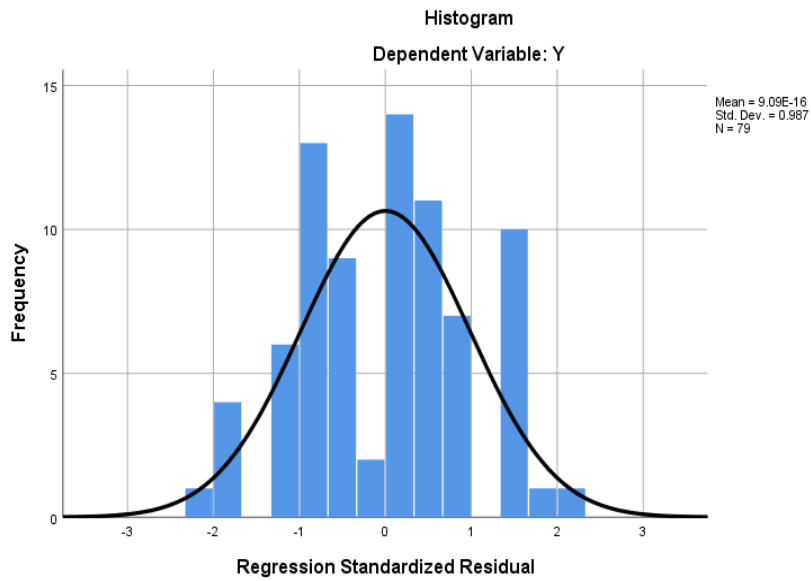
.787

4

Lampiran 4

Hasil Uji Data SPSS Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07100350
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.078
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

2. Uji Multikolinieritas

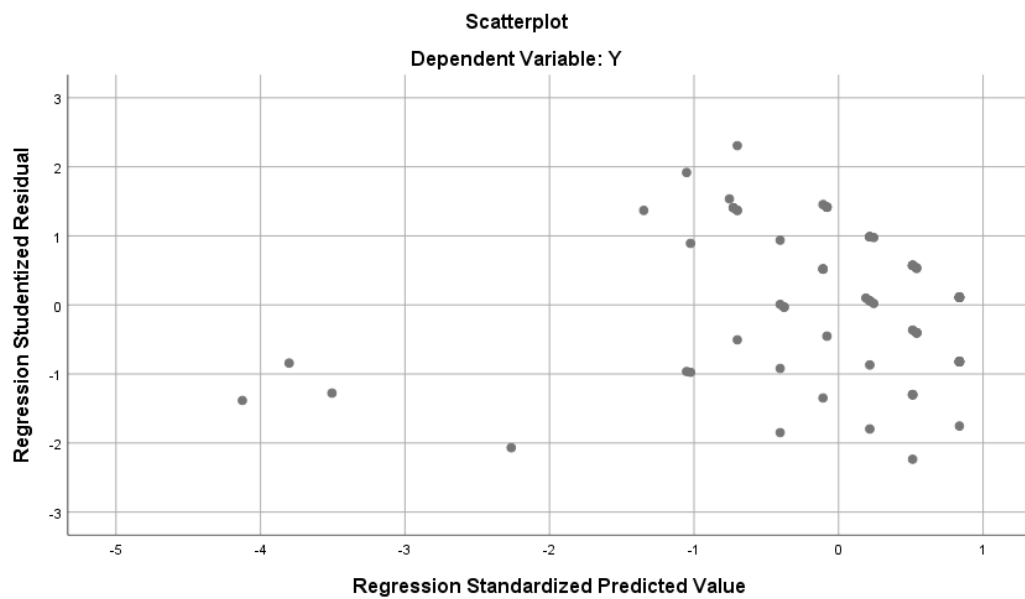
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	-------------------------

		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.968	1.427			
	X1	.452	.133	.407	.303	3.300
	X2	.494	.132	.447	.303	3.300

a. Dependent Variable: Y

3. uji heterokedastisitas



4. uji linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Kualitas	Between Groups	(Combined)	197.616	6	32.936	32.388	.000
		Linearity	164.962	1	164.962	162.215	.000
		Deviation from Linearity	32.654	5	6.531	6.422	.000
	Within Groups		73.219	72	1.017		
	Total		270.835	78			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Pelayanan	Between Groups	(Combined)	203.414	7	29.059	30.602	.000

	Linearity	167.753	1	167.753	176.657	.000
	Deviation from Linearity	35.661	6	5.944	6.259	.000
	Within Groups	67.421	71	.950		
	Total	270.835	78			

4. uji autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.818 ^a	.670	.661	1.08500	1.938

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 5**HASIL REGRESI LINIER BERGANDA****Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.968	1.427		.678	.500
	X1	.452	.133	.407	3.400	.001
	X2	.494	.132	.447	3.733	.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 7

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.968	1.427		.678	.500
	X1	.452	.133	.407	3.400	.001
	X2	.494	.132	.447	3.733	.000

a. Dependent Variable: Y

2. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181.366	2	90.683	77.030	.000 ^b
	Residual	89.470	76	1.177		
	Total	270.835	78			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

3. UJI KOEFISIEN DETERMINAN

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.818 ^a	.670	.661	1.08500	1.938

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

