

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PENGGUNA JASA TRANSPORTASI GOJEK *ONLINE* PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Sahdan

NIM : 212015272

**UNIVERSITAS MUHAMMADIAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PENGGUNA JASA TRANSPORTASI GOJEK *ONLINE* PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Sahdan

NIM : 212015272

**UNIVERSITAS MUHAMMADIAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2020**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sahdan
NIM : 212015272
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Gojek *Online* Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Agustus 2020
Yang Menyatakan,


Sahdan
NIM: 212015272

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Gojek *Online* Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang
Nama : Sahdan
NIM : 212015272
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada tanggal, Agustus 2020

Pembimbing I,

Hj. Zuhriyah, S.E., M.Si.
NIDN: 0018105606

Pembimbing II,

Gumar Herudiansyah, S.E., M.M.
NIDN: 0217108803

Mengetahui,
Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si.
NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Boleh saja ada seribu orang yang tak percaya pada impianmu. Tapi, Pastikan dari seribu orang itu, kamu bukan salah satunya”.

“Kalau tak bisa berlari, ya berjalan, kalau tak bisa berjalan, ya merangkak, asal jangan sampai menyerah atas apa yang dimulai”.

Skripsi ini Kupersembahkan kepada:

- **Kedua orang tuaku tercinta Bapak (Soleh) dan Ibu (Saidah).**
- **Semua saudara-saudaraku.**
- **Kedua dosen pembimbingku Ibu Hj. Zuhriyah, S.E., M.Si., dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E., M.Si.**
- **Semua sahabat-sahabatku.**
- **Almamater Kebangganku.**

PRAKATA

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Gojek Online Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat-syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Hj. Zuhriyah, S.E., M.Si., dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E., M.Si., yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran dengan tulus dan ikhlas. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Seluruh Dosen serta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah mengajarkan ilmu dan memberikan nasihat-nasihat yang membuat penulis termotivasi untuk semangat belajar serta membantu kelancaran dalam mengurus administrasi.

Penulis menyadari bahwa penyajian Skripsi ini secara teknis dan materi masih jauh dari kata kesempurnaan, akan tetapi dengan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis mencoba untuk menyusun Skripsi ini dengan sebaik-baiknya agar Skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Palembang, Agustus 2020

Sahdan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN <i>MOTTO</i> DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Sebelumnya	20
C. Kerangka Pemikiran	23
D. Hipotesis	24
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	25
B. Lokasi Penelitian	26
C. Operasionalisasi Variabel	26
D. Populasi dan Sampel Penelitian	30
E. Data yang Diperlukan	31
F. Metode Pengumpulan Data	32
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	32

	Halaman
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	40
B. Pembahasan	59
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
BIODATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Tanggapan Pelanggan Terhadap Gojek <i>Online</i>	6
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel	28
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas	44
Tabel IV.2 Hasil Uji Reabilitas	45
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	46
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	47
Tabel IV.6 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	47
Tabel IV.7 <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) (X1)	50
Tabel IV.8 <i>Reliability</i> (Keandalan) (X2)	51
Tabel IV.9 <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) (X3)	52
Tabel IV.10 <i>Assurance</i> (Jaminan) (X4)	53
Tabel IV.11 <i>Empathy</i> (Empati) (X5).....	54
Tabel IV.12 Hasil Regresi Linier Berganda	55
Tabel IV.13 Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)	57
Tabel IV.14 Hasil Uji t (Uji Parsial)	57
Tabel IV.15 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	24

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Angket Penelitian
- Lampiran 2. Tabulasi Data Identitas Responden
- Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
- Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X)
- Lampiran 5. Analisis Data
- Lampiran 6. Nilai-nilai r *Product Moment*
- Lampiran 7. Tabel Distribusi F
- Lampiran 8. Tabel Distribusi t
- Lampiran 9. Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 10. Surat Riset
- Lampiran 11. Sertifikat Toefl
- Lampiran 12. Sertifikat Hafalan Surat-surat Pendek
- Lampiran 13. Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi
- Lampiran 14. Plagiarism Checker X Originality Report
- Lampiran 15. Biodata Penulis

ABSTRAK

Sahdan/212015272/2020/Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Gojek *Online* Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang/Manajemen Pemasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi gojek *online* pada mahasiswa universitas muhammadiyah Palembang?. Tujuannya untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi Gojek *online* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 68 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji F (uji secara simultan), uji t (uji secara parsial), koefisien determinasi (R^2). Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} untuk variabel pengaruh kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) terhadap terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi Gojek *online* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang adalah F_{hitung} (7,926) > F_{tabel} (2,36), 2) Hasil uji t (uji parsial) bahwa diantara seluruh variabel-variabel di dalam kualitas pelayanan, yaitu variabel *tangibles* (X1) t_{hitung} (3,257) > t_{tabel} (1,66); *reliability* (X2) t_{hitung} (1,518) < t_{tabel} (1,66); *responsiveness* (X3) t_{hitung} (3,430) > t_{tabel} (1,66); *assurance* (X4) t_{hitung} (3,411) > t_{tabel} (1,66); dan *empathy* (X5) t_{hitung} (1,341) < t_{tabel} (1,66), 3) Hasil Koefisien Determinasi sebesar 0,641 menunjukkan bahwa karakteristik kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 64,1%.

Kata kunci: pengaruh, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

Sahdan /212015272/2020/*The Influence of Service Quality toward Customer's Satisfaction of Online Gojek Transportation Service Users of Muhammadiyah University Students in Palembang/Marketing Management*

This research is formulated whether or not there was a significant influence of service quality toward customer's satisfaction of online taxi transportation service users of Muhammadiyah University students in Palembang. This research is aimed at determining the influence of service quality toward customer's satisfaction of Gojek online transportation service users of Muhammadiyah University students in Palembang. This research was such an associative research. The variables in this research were service quality and customer satisfaction. The sample in this research were 68 respondents. The data used in this research was primary data. The data collection method in this research was through questionnaire. Data analysis techniques used were multiple linear regression, F test (simultaneous test), t test (partial test), coefficient of determination (R²). The results of the analysis showed that: 1) The results of hypothesis testing showed that the Fcount value for the variable service quality influenced (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) toward customer's satisfaction of Gojek online transportation service users of Muhammadiyah University in Palembang in which Fcount (7.926) > Table (2,36). 2) T test results (partial test) that among all variables in service quality, namely tangibles (X1) tcount (3.257) > ttable (1,66); reliability (X2) tcount (1.518) < ttable (1,66); responsiveness (X3) tcount (3,430) > ttable (1,66); assurance (X4) tcount (3,411) > ttable (1,66); and empathy (X5) tcount (1.341) < ttable (1,66). 3) Determination coefficient results of 0.641 showed that the characteristics of service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) were able to explain customer's satisfaction by 64.1%.

Keywords: *influence, service quality and customer's satisfaction.*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman, gaya hidup masyarakat semakin serba cepat dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Sehingga masyarakat seringkali mencari sesuatu yang praktis dan serba cepat dalam mememenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut diikuti dengan adanya berbagai penyediaan layanan yang membantu masyarakat. Setiap perusahaan menawarkan keunggulan kepada konsumen supaya dapat terus bertahan. Semakin menarik, mudah, dan menguntungkan sistem penjualan bagi konsumen, maka keuntungan bagi perusahaan semakin besar. Oleh karena itu, sistem penjualan suatu perusahaan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan perusahaan karena sistem penjualan perusahaan tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi.

Di era modern seperti saat ini alat transportasi dan komunikasi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Karena dua hal tersebut sering digunakan untuk mempermudah segala pekerjaan manusia. Kecanggihan alat transportasi di Abad 21 tidak dapat terbendung lagi. Hal ini terbukti dengan adanya berbagai bidang seperti dari bidang komunikasi. Pemanfaatan teknologi bukan hanya dibidang komunikasi saja tetapi teknologi dimanfaatkan pada bidang pendidikan, ekonomi, pertanian, keamanan, transportasi dan lain-lain (Setiyanto, 2016:150).

Perkembangan zaman yang makin pesat, semakin hari manusia semakin kreatif dan inovatif menciptakan bisnis baru, terutama bisnis yang menyediakan jasa transportasi. Karena manusia pada zaman sekarang membutuhkan transportasi yang cepat, nyaman, aman dan mudah ditemukan. Di daerah perkotaan seperti Kota Palembang yang cukup luas dan penduduknya yang lumayan padat, kemacetan sering terjadi dan masyarakat banyak yang menggunakan kendaraan pribadi, sehingga memicu kemacetan tersebut. Dan untuk masyarakat yang menggunakan transportasi umum lebih jenuh ketika menghadapi kemacetan yang terjadi.

Dengan bermunculan berbagai masalah transportasi, semakin banyak pula bisnis sektor jasa transportasi yang berpeluang untuk berbisnis, seperti bisnis dalam skala besar, seperti: taxi, bus sampai skala kecil, seperti: becak motor, angkot ataupun ojek pangkalan. Untuk memenuhi kebutuhan akan jasa transportasi tersebut, perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang baik dan inovatif. Inovasi bukanlah hanya sekedar proses penciptaan sesuatu yang baru, tetapi dia juga merupakan produk aktual atau *outcome* (hasil). Bagi bisnis penghasil jasa, *outcome* bukan hasil *output*, akan tetapi modifikasi dari pelayanan yang sudah ada, sehingga perusahaan jasa transportasi membuat inovasi yang mempermudah masyarakat serta mempersingkat waktu perjalanan (Tjiptono & Chandra, 2011:34).

Jasa transportasi yang memiliki pelayanan yang cepat dari segi komunikasi untuk pemesanan, sehingga masyarakat lebih memilih jasa tersebut karena cukup mudah dan cepat. Untuk mendapatkan loyalitas para

pelanggan perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat agar mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan yang didapatkan dan dirasakan oleh pelanggan, nilai yang dipikirkan pelanggan.

Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut, sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjualkan jasa berarti menjualkan produknya dalam bentuk kepercayaan.

Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan *brand* yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya (Assauri, 2015:214).

Menurut Kotler dan Keller (dalam Gaol, 2016), loyalitas pelanggan juga dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan adalah perasaan senang ataupun kecewa yang muncul setelah menggunakan jasa tersebut. Pelanggan akan merasa senang dan kecewa setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Dalam artian lain, seseorang merasa puas apabila hasil yang didapat minimal mampu

memenuhi harapannya, sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hasil yang didapat tidak mampu memenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku pengguna kembali secara terus-menerus, sehingga terbentuklah loyalitas.

Gojek adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi ojek. Bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Perusahaan ini berdiri pertama kali di Kota Jakarta pada tahun 2011. Gojek merupakan perusahaan yang berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek. Karena efektifitas tujuan perusahaan ini yang bermitra kepada pengendara ojek yang berpengalaman semakin baik dan meningkatnya peminat pelanggan, sehingga Gojek dikembangkan di kota-kota besar lainnya seperti khususnya daerah Jabodetabek, Palembang, Bandung, Medan, Surabaya, Bali dan kota-kota lainnya.

Kehadiran PT. Gojek Indonesia di Kota Palembang pada tanggal 15 Januari 2015 lalu, sejak kehadiran Gojek di Kota Palembang menjadi alat alternatif masyarakat untuk bepergian. Kantor pusatnya beralamat Jalan Jendral Basuki Rachmat No.1608 B-D RT/RW: 23/09, Kel, Pahlawan, Kec. Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Gojek menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, dan bepergian ketika macet. Berkiprah di Kota Palembang lebih kurang 5 tahun. Konsumen merasa lebih mudah dan cepat memakai Gojek dengan harga yang terjangkau. Melihat perkembangan konsumen dan yang meningkat PT. Gojek Indonesia *launching* Gocar di Kota Palembang pada bulan April 2016 lalu.

Jasa dan layanan yang diberikan Gojek tidak hanya sebagai transportasi orang (Go-Ride dan Go-Car), tetapi juga banyak fitur lain yang ditawarkan seperti Go-Food berupa layanan untuk pemesanan makanan, Go-Send layanan untuk pengiriman barang, Go-Shop layanan untuk belanja barang, dan masih banyak fitur lainnya. Gojek menjadi pionir layanan ojek berbasis aplikasi *mobile* melalui layanan Go-Ride-nya. Dengan ini, pengguna aplikasi Gojek cukup memesan ojek melalui aplikasi *mobile* secara *online* dan nantinya akan dijemput oleh driver ojek yang merespon pesanan pengguna atau calon penumpang. Transaksi pembayaran dilakukan saat pengguna sampai ke tujuan kepada supir ojek. Tarif yang dikenakan bervariasi berdasarkan jarak yang ditempuh atau berdasarkan *flat rate* yang diberlakukan. Beberapa perusahaan yang menjadi pesaing Gojek adalah Grab dan UBER. Kedua perusahaan ini memiliki layanan yang serupa dengan layanan Go-Ride dari Go-Jek.

Semakin banyaknya ojek *online* berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga dan banyaknya alternatif pilihan jasa ojek *online*. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut, maka perusahaan ojek *online* khususnya Gojek harus bisa menciptakan kepuasan pelanggan.

Konsumen adalah satu-satunya yang dapat menilai baik buruknya suatu kualitas pelayanan. Konsumen dapat menilai apakah pelayanan yang telah diterima sesuai dengan pelayanan yang diharapkan. Layanan yang

diberikan oleh suatu perusahaan akan menentukan konsumen untuk kembali lagi dan menggunakan layanan, atau dengan kata lain perusahaan dapat memuaskan konsumen sehingga menciptakan loyalitas konsumen.

Terkait mengenai kepuasan pelanggan telah dilakukan pra riset terhadap 30 pengguna pelayanan transportasi Gojek *online* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang dengan hasil survei sebagai berikut.

Tabel I.1
Tanggapan Pelanggan Terhadap Gojek *Online*

No.	Indikator	Ya		Tidak	
		Orang	%	Orang	%
1	Cara pemesanannya praktis	25	83,3	5	16,7
2	Keamanan berkendara	18	60,0	12	40,0
3	Kecepatannya sampai tujuan	22	73,3	8	26,7
4	Harganya terjangkau dan sesuai	20	66,7	10	33,3

Sumber: Hasil Survei, Mei Tahun 2020.

Berdasarkan Tabel I.1 di atas dapat dilihat bahwa alasan konsumen menggunakan jasa Gojek karena cara pemesanannya yang praktis 25 orang (83,3%) setuju dan 5 orang (16,7%) tidak setuju, karena alasan keamanan saat berkendara 18 orang (60,0%) setuju dan 12 orang (40,0%) tidak setuju, karena alasan kecepatan sampai ke tujuan 22 orang (73,3%) setuju dan 8 orang (26,7%) tidak setuju dan karena alasan harga yang terjangkau 20 orang (66,7%) setuju dan 10 orang (33,3%) tidak setuju.

Berdasarkan pra riset yang telah dilakukan, ada 4 aspek dalam indikator, yaitu Cara pemesanannya praktis, Keamanan berkendara, Kecepatannya sampai tujuan, serta Harganya terjangkau dan sesuai diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi perusahaan

untuk menghadapi persaingan. Salah satu untuk merebut pangsa pasar adalah memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya. Kenyamanan dan keamanan juga menjadi faktor dalam meraih pelanggan. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dan menjadi pelanggan setia akan merekomendasikan dari mulut ke mulut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Gojek *Online* Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi Gojek *online* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi Gojek *online* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian bermanfaat menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari perkuliahan

yang telah diterima dan dipraktekkan ke dalam penelitian yang sebenarnya.

2. Bagi Pelanggan

Sebagai bahan pertimbangan bagi pelanggan dalam memilih jasa yang dilihat dari segi kinerja, sehingga dapat sesuai dengan dengan apa yang diharapkan.

3. Bagi Almamater

Penelitian dapat bermanfaat untuk menjadikan referensi bagi peneliti yang akan meneliti tentang kualitas pelayanan pengguna jasa transportasi Gojek *online* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, Yeni. 2019. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bisnis Online Shop: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada di Kota Pekanbaru)*. Tesis Online. Program Pascasarjana (PPS). Universitas Islam Negeri (UIN). Riau: Sultan Syarif Kasim Riau.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT raja Grafindo Persada.
- Athira Yasmin Haladi. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Di Kota Surabaya*. Jurnal Online. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Consuegra, D Molina. 2007. *An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in Service Sector*. *Journal of Product & Brand Management*.
- Dhita Tresiya. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri*. Jurnal Online. Fakultas Ekonomi. Universitas Kediri.
- Dwi Karsasih. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online PT. Gojek Indonesia Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang*. *Jurnal Kompetitif Universitas Tridinanti Palembang*. Vol.7 No. 1 Ed. Januari-Juni 2018.
- Ghozali, Iman. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 22*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbitan Univeristas Diponegoro.
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Irawan, Hendy. 2016. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Kamus Bahasa Indonesia. 2017. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2016. *Marketing Management*, Edisi Milenium, International Edition. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussr, J. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia*, Edisi Ketujuh, Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahmudi. 2015. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mawey, Thalia Claudia. 2018. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo*. *Jurnal Online*. Emba, Vol.6 No.3 Juli 2018.
- Mowen, J. C., & Minor, M. 2012. *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima, Jilid Satu). Jakarta: Erlangga.
- Muhammad Rezki. 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek*. *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)* Vol.4, No.1, Mei 2019, pp. 50~57 p-ISSN: 2527-449X, e-ISSN: 2549-7421.
- Mustika, Meliza. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wardah Beauty House Medan*. *Skripsi Online*. Program Studi Strata 1. Manajemen Ekstensi, Departemen Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Medan: Universitas Sumatera Utara Medan.
- Reinhard K. Soromi. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online GrabBike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi*. Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 9. No. 1, 2019 (p-ISSN 2338-9605; e-2655-206X).
- Rifaldi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta*. *Jurnal Online*. Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta.
- Setiadi, N. J. 2013. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Setiyanto, Danu Aris. 2016. *Sebuah Catatan Sosial Tentang Ilmu, Islam, dan Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.

Situmorang, S. H., & Lufti, M. 2014. *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Jakarta: Buku Seru.

Tjiptono F, & Chandra G. 2012. *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Publisher.

Tjiptono, F. 2016. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Umar, H. 2013. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.