

SKRIPSI

**STUDI KARAKTERISTIK KEPUASAN PENGGUNA TRANSPORTASI
OJEK ONLINE DI KOTA PALU
(STUDI KASUS: GOJEK, MAXIM DAN GRAB)**

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan mencapai derajat S1 pada
Program Studi Teknik Sipil



Disusun oleh:

BULANDARI

D01 19 005

**PROGRAM STUDI TEKNIK SIPIL
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2023**

**STUDI KARAKTERISTIK KEPUASAN PENGGUNA TRANSPORTASI
OJEK ONLINE DIKOTA PALU (STUDI KASUS: GOJEK, MAXIM,
DAN MAXIM)**

ABSTRAK

Kota Palu merupakan ibu kota dari Provinsi Sulawesi Tengah, dan merupakan salah satu Kota besar di Sulawesi, sebagai kota besar Tentu perkembangan teknologi juga mulai pesat. Salah satunya yaitu perkembangan teknologi transportasinya yaitu ojek. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui karakteristik pengguna transportasi ojek gojek, maxim dan grab di Kota Palu, serta untuk mengetahui persentase tingkat kinerja kepuasan variabel kepuasan transportasi gojek, maxim, dan grab di Kota Palu dan untuk menganalisis faktor yang paling signifikan yang mempengaruhi kepuasan pengguna ojek online di kota palu khususnya pada Gojek, Maxim, dan Grab. Hasil dari penelitian menggunakan data dari hasil penyebaran kuisisioner dalam bentuk *google form* kepada masyarakat umum sebagai pengguna transportasi online gojek, maxim, dan grab. Dengan menggunakan metode uji validitas, uji reabilitas dan persen indeks. Hasil analisis diperoleh Pengguna ojek online lebih banyak menggunakan gojek dibanding maxim dan grab. Untuk persentase tingkat kinerja kepuasan memiliki nilai rata-rata tertinggi variabel keandalan sebesar 87,10%, variabel cepat tanggap sebesar 84,81%, variabel jaminan sebesar 85,24%, variabel kepedulian sebesar 85,03%, variabel bukti fisik sebesar 85,25%, dan variabel tarif harga sebesar 85,36%. Berdasarkan hasil perhitungan persen indeks diketahui bahwa faktor yang paling signifikan diperoleh dari variabel keandalan dengan nilai sebesar 87,10%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi persen indeksnya maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna.

Kata Kunci: Kepuasan, Pelanggan, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Persen Index.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era yang modern seperti sekarang ini, transportasi menjadi salah satu penunjang penting dalam kegiatan sehari-hari terutama di daerah perkotaan. Transportasi yang baik dapat mencerminkan keteraturan kota yang baik pula, hal ini disebabkan karena transportasi merupakan suatu alat bantu dalam mengarahkan pembangunan di daerah perkotaan. Selain itu, transportasi juga merupakan suatu prasarana bagi pergerakan manusia atau barang yang timbul akibat adanya kegiatan di daerah perkotaan. Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian, memperkuat persatuan dan kesatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan. Transportasi dapat membantu perekonomian yang baik disuatu daerah bahkan disuatu Negara (Fahrída, 2011). Semakin baik dan tertatanya transportasi disuatu daerah akan semakin baik pula perekonomiannya. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat mempengaruhi kebutuhan akan jasa transportasi yang semakin meningkat pula, hal ini lah yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

Kota Palu merupakan ibu kota dari Provinsi Sulawesi Tengah, dan merupakan salah satu Kota besar di Sulawesi, sebagai kota besar Tentu perkembangan teknologi juga mulai pesat. Salah satunya yaitu perkembangan teknologi transportasinya yaitu ojek. Ojek yang awalnya hanya dapat ditemui dan di order di pangkalan saja. Kini telah dapat dengan mudah di order kapan saja dan di mana saja melalui aplikasi yang bersifat online yang efektif dan efisien sehingga masyarakat sebagai pengguna transportasi akan di mudahkan dalam menjalankan aktivitasnya. Seiring dengan berjalannya waktu kini di Kota Palu telah hadir beberapa perusahaan jasa Transportasi online/ perusahaan kemitraan. Dengan hadirnya perusahaan tersebut membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat Kota Palu. Adapun beberapa perusahaan transportasi online yang kini telah hadir di Kota Palu yaitu, Gojek, Maxim, dan Grab.

Setelah Gorontalo, Gojek memperluas jangkauan layanannya ke Palu, Sulawesi Tengah. Hadirnya Gojek di kota ini, diharapkan bisa membantu masyarakat untuk mendapatkan solusi dan di saat yang sama membantu dalam memperoleh pendapatan yang lebih melalui teknologi. Di kota Palu sendiri Go-Jek telah mendirikan kantor cabang tepatnya pada tanggal 07 Juni 2018 lalu di Jl. Cumi-Cumi Kelurahan Iere, Kecamatan Palu Barat kota Palu. Tapi sekarang kantor cabang Gojek telah berpindah ke Jl. Towua No 62c, Tatura Selatan, kec. Palu Selatan. Kota Palu. (Nursyamsu & Abidin, 2021)

Grab secara resmi membuka kantor cabang di Palu di Jl. Sam Ratulangi No. 56 pada Oktober 2017. Muhammad Erfan Supradhono, sebagai pemimpin kota, mengawasi, mengatur, dan mengelola bisnis Grab di Palu. (Nursyamsu & Abidin, 2021)

Seiring dengan berjalannya waktu Maxim pun semakin berkembang hingga ke pulau Sulawesi. Salah satu kota yang telah dijajaki Maxim di Sulawesi yaitu Kota Palu. Maxim juga telah mendirikan kantor cabang di Palu tepatnya di Jl. Danau Talaga No.2. Siranindi kec. Palu Barat. Kota Palu. Dan Kantor cabang di Kota Palu dipimpin oleh Parantio Bagus Nugroho, beliau yang mengelolah, mengatur dan mengontrol Maxim di Kota Palu. Maxim mulai beroperasi di Kota Palu pada tanggal 6 Juni 2020, pada saat awal beroperasinya Maxim hanya memiliki satu driver saja dengan orderan yang sepi kadang ada dan kadang di cancel. Namun sekarang driver Maxim yang aktif telah mencapai 1330-1555 driver setiap harinya, baik itu baik itu driver yang menggunakan roda dua maupun roda empat. (Nursyamsu & Abidin, 2021)

Dalam konteks persaingan antara Gojek, Maxim, dan Grab, kepuasan pengguna menjadi hal yang sangat penting. Kepuasan pengguna merupakan faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengguna yang menggunakan layanan ojek online tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami karakteristik kepuasan pengguna terhadap layanan ojek online yang mereka tawarkan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang membahas tentang topik yang sama sehingga dapat dijadikan acuan atau rujukan pengembangan dan

perluasan pembangunan. Penelitian tentang kepuasan pengguna transportasi ojek online sudah banyak dilakukan di berbagai kota di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka diperoleh rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana karakteristik pengguna transportasi Gojek, Maxim, dan Grab di kota Palu?
2. Berapa persentase tingkat kinerja kepuasan variabel pada pengguna transportasi Gojek, Maxim, dan Grab di kota Palu?
3. Faktor apa yang paling signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap layanan transportasi ojek online di kota Palu, khususnya pada Gojek, Maxim, dan Grab?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka di peroleh tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui karakteristik pengguna transportasi Gojek, Maxim, dan Grab di kota Palu
2. Untuk mengetahui persentase tingkat kinerja kepuasan variabel kepuasan pengguna transportasi Gojek, Maxim, dan Grab di kota Palu
3. Untuk menganalisis faktor yang paling signifikan yang mempengaruhi kepuasan pengguna ojek online di kota palu khususnya pada Gojek, Maxim, dan Grab.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak meluas dan tetap sesuai dengan tujuan penelitian, maka diberikan batasan-batasan masalah yang meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian berada di lokasi Palu Sulawesi Tengah
2. Transportasi yang di tinjau adalah transportasi online yaitu Gojek, maxim dan Grab.
3. Dalam pengambilan data menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner kepada pengguna jasa transportasi Gojek, Maxim, dan Grab.

1.5 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat dipergunakan untuk menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman dalam pengembangan dalam ilmu akademik dan pengetahuan di bidang transportasi khususnya transportasi online Gojek, Maxim, dan Grab
2. Untuk mengetahui kepuasan pengguna transportasi ojek online Gojek, Maxim, dan Grab

Mendapatkan pengetahuan mengenai kepuasan dan kualitas layanan apa yang menjadi faktor pendukung untuk Gojek, Maxim dan Grab

1.6 Sistematika penelitian

Sistematika penulisan yang di gunakan adalah untuk membagi benerapan bagian/lyang di buat bab per bab dengan maksud agar masalah yang di kemukakan lebih jelas dan lebih mudah di pahami. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Batasan Masalah, Manfaat Penelitian dan sistematika penulisan relevan dengan masalah yang di kaji.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang proses pelaksanaan penelitian diantaranya pengambilan data lapangan, analisis data, dan langkah-langkah penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil dan pembahasan pada penelitian dari kuesioner yang telah diolah sesuai dengan metode yang digunakan untuk mendapatkan tujuan yang diharapkan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan serta saran-saran/untuk penelitian atau studi selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Transportasi

Transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Sehingga dengan kegiatan tersebut maka terdapat tiga hal yaitu adanya muatan yang diangkut, tersedianya kendaraan sebagai alat angkut, dan terdapatnya jalan yang dapat dilalui. Proses pemindahan dari gerakan tempat asal, dimana kegiatan pengangkutan dimulai dan ke tempat tujuan dimana kegiatan diakhiri. (Chandra, 2016)

Transportasi juga berperan penting dalam kehidupan manusia, baik untuk keberlangsungan interaksi antara manusia, maupun sebagai alat untuk memudahkan manusia memindahkan barang dari satu tempat ke tempat yang lain. Adanya kegiatan masyarakat tersebut memerlukan alat atau sarana penunjang yang memadai. Sarana penunjang tersebut antara lain layanan transportasi atau jaringan transportasi.

2.2 Perkembangan ojek online

Era perkembangan internet di tengah-tengah pertumbuhan penduduk yang begitu pesat, internet sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat di segala aktivitas secara tepat dan efisien. salah satu bisnis yang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor atau yang dulu disebut dengan ojek yang sekarang sudah tersedia yang namanya ojek online. (Utami, 2018)

Salah satu transportasi online yang sering digunakan masyarakat saat ini adalah ojek online. Ojek online merupakan transportasi umum yang berbasis elektronik dimana masyarakat bisa memesan dan melakukan transaksi via aplikasi di smartphone. Layanan ojek berbasis online merupakan sebuah era yang memanfaatkan jaringan internet dengan menciptakan aplikasi pemesanan ojek secara online yang telah merubah ojek dari pangkalan menjadi berbasis online melalui aplikasi pada smartphone. Layanan ojek online berhasil menawarkan.

berbagai keunggulan dibandingkan angkutan umum lain yang tersedia saat ini. Hingga saat ini telah banyak yang menawarkan jasa angkutan umum menggunakan sepeda motor dengan berbasis online. (V.A.R. Barao et al., 2022)

sebelumnya untuk memperoleh moda transportasi yang diinginkan, masyarakat harus memperoleh dengan cara manual atau dapat menghubungi call center dari moda transportasi tersebut, saat ini masyarakat dengan mudah dapat memilih berbagai moda transportasi yang diinginkan dengan menggunakan handphone berbasis android. Dengan menggunakan aplikasi tersebut masyarakat dapat memperoleh estimasi jumlah biaya yang dikeluarkan untuk perjalanan yang akan dilakukannya, selain itu masyarakat merasa lebih aman dengan menggunakan aplikasi karena data pengemudi dan kendaraan tertera dengan jelas di aplikasi yang digunakan. (Tarmizi, 2018)

2.3 Transportasi ojek online

Transportasi online adalah pelayanan jasa transportasi yang berbasis internet dalam setiap kegiatan transaksinya, mulai dari pemesanan, pemantauan jalur, pembayaran dan penilaian terhadap pelayanan jasa itu sendiri. Transportasi online adalah salah satu bentuk dari penyelenggara lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi).

2.3.1 Gojek

Diawali dengan kehadiran perusahaan PT Go-Jek Indonesia pada tahun 2011 yang didirikan oleh Nadiem. Nadiem menciptakan Go-Jek, sebuah layanan antar jemput dengan ojek modern berbasis pesan. Ojek yang merupakan kendaraan motor roda dua ini menjadi transportasi yang sangat efektif. Aplikasi ini memungkinkan para user untuk dapat memesan ojek secara online. Gojek dikenal sebagai ojek yang modern dan profesional. Para driver telah dilengkapi dengan handphone berbasis android dengan tujuan memudahkan para driver dalam berhubungan dengan para user dan dapat dengan mudah memperoleh rute terbaik untuk melakukan pengantaran penumpang. (Utami, 2018)



Gambar 2.1 Aplikasi Gojek

Sumber: (Google,2023)

Adapun fitur yang menarik di aplikasi Gojek yaitu sebagai berikut:

1. Go-Ride, Merupakan layanan transportasi menggunakan sepeda motor (ojek) yang siap menjemput dan mengantar Anda ke tempat tujuan.
2. Go-Car, Merupakan layanan transportasi mobil dengan maksimal penumpang hingga 6 orang yang akan menjemput dan mengantar penumpang sesuai lokasi yang sudah ditentukan.
3. Go-Food, Merupakan layanan pesan makanan ke resto yang sudah bekerja sama dengan Gojek, kemudian pengemudi akan mengantarkan sampai ke Anda.
4. Go-Shop, merupakan layanan untuk membelikan barang atau makanan ke resto yang belum terdaftar dengan Gojek.
5. Go-Send, Merupakan layanan untuk membantu Anda mengambil dan mengantar dokumen atau paket yang berjarak dekat dengan cepat.
6. Go-Mart, Merupakan layanan membelanjakan barang pesanan penggunaannya di berbagai toko maupun supermarket, seperti indomaret.
7. Go-Box, Merupakan layanan sewa mobil box atau truk khusus bagi pengguna yang hendak pindahan atau mengangkut barang-barang besar.
8. Go-Bills, Layanan Go-Bills menawarkan kemudahan membayar tagihan listrik, BPJS maupun PDAM langsung dengan melalui aplikasi Gojek menggunakan saldo Gopay. Go-Pulsa, Layanan pengisian pulsa secara

mandiri sendiri yang tentunya membuat pengguna tidak perlu repot pergi ke counter pulsa.

9. Go-Tix, Merupakan layanan yang memberikan fasilitas pembelian tiket dan informasi mengenai acara yang akan digelar dalam waktu dekat di kota Anda.
10. Go-Deal, Untuk memudahkan menikmati fiturnya, Aplikasi Gojek juga memberikan promo dan Voucher menarik yang anda bisa nikmati dengan harga yang cukup murah. Masih banyak lagi fitur dengan manfaatnya masing-masing dari aplikasi Gojek yang bisa Anda coba sendiri. Seperti Go-Massage, Go-Clean, Go-Glam, Go-Laundry, Go- Auto, Go-Greener, Go-Games dan Go-Daily.

2.3.2 Maxim

Maxim adalah sebuah perusahaan layanan transportasi online yang berbasis teknologi internasional dan menawarkan layanan tambahan seperti pesan antar makanan dan barang, kargo dan lain-lain yang berpusat di Rusia. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Maxim merupakan salah satu perusahaan yang sudah mendunia dan bisa membantu masyarakat untuk mempermudah kegiatannya (Wibowo, 2018).



Gambar 2.2 Aplikasi Maxim

Sumber: (Google,2023)

Adapun fitur menarik di aplikasi maxim yaitu sebagai berikut:

1. Bike, merupakan kategori pertama yang di perkenalkan oleh maxim transportasi online, di dalam kategori bike ini terdapat layanan tunggal yaitu Bike yang artinya transportasi online menggunakan Roda dua atau biasa disebut

kendaraan bermotor.

2. Delivery, merupakan kategori maxim kedua yang didalamnya terdapat 2 layanan yaitu Food&Shop dan Delivery, Food&Shop adalah layanan membeli makanan atau barang lainnya yang dapat dipesan menggunakan uang driver terlebih dahulu dan setelah barang sampai baru uang diganti oleh pemesan. Delivery adalah layanan kurir yang hanya bertugas mengantar paket atau barang baru uang diganti oleh pemesan. Delivery adalah layanan kurir yang hanya bertugas mengantar paket atau barang.
3. Car, Dikategori keempat ini maxim menyediakan transportasi online mobile, dan layanan Maxim car di maxim tersedia dalam tiga tipe, yaitu maxim Car Biasa, Maxim Car L dan Maxim Rental Car. Jadi kalian bisa ilih salah satu, jika membutuhkan mobil tidak lebih dari 4 penumpang kalian bis gunakan maxim car biasa, jika lebih dari 4 penumpang bisa pesan maxim car L dan jika ingin Rental Mobil bisa gunakan layanan Maxim Rental Car.
4. Cargo, disini maxim menyediakan layanan kargo atau antar barang berkapasitas besar, jika kalian membutuhkan kendaraan untuk angkat barang bisa pesan maxim kargo, kebutuhan pindahan rumah dll. Dan juga diberi pilihan kendaraan mobil yang berbagai tipe, bisa mobil truk atau mobil barang jenis lainnya.
5. Layanan lain di kategori terakhir ada layanan Penderekan kendaraan dan layanan Jumper atau menghidupkan mesin kendaraan mobil yang macet di-jalan. Layanan ini paling istimewa karena hanya tersedia di aplikasi maxim saja.

2.3.3 Grab

Grab merupakan Grab merupakan perusahaan teknologi asal Malaysia ber-kantor pusat di Singapura dan menyediakan aplikasi layanan angkutan umum meliputi kendaraan bermotor beroda 2 atau 4 roda.(Gishella, 2021)



Gambar 2.3 Aplikasi Grab

sumber: (Google,2023)

Adapun fitur menarik dari aplikasi Grab yaitu:

1. Grab taxi, fitur ini memungkinkan pengguna untuk memesan taksi konvensional melalui aplikasi Grab.
2. Grab carr, fitur ini merupakan layanan sewa mobil pribadi. Ini cocok untuk mereka yang menginginkan kenyamanan dan privasi ekstra.
3. Grab bike, fitur layanan ini memungkinkan pengguna untuk memesan ojek. Ini adalah pilihan transportasi yang populer dan cepat, terutama dalam lalu lintas yang padat.
4. Grab express, ini adalah layanan pengiriman barang cepat.
5. Grab food, adalah layanan pengiriman makanan yang memungkinkan pengguna untuk pesan makanan dari beratus-ratus restoran dan kafe lokal di sekitar mereka.
6. Grab pay, dompet digital grab yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran digital untuk semua transaksi Grab dan bahkan beberapa pengecer offline.
7. Grab share, fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbagi perjalanan mereka dengan pengguna lain yang memiliki rute yang sama atau serupa.
8. Grab rent, layanan ini menyediakan mobil dengan sopir selama periode waktu tertentu.
9. Grab mart, layanan belanja instan yang mengirimkan kebutuhan sehari-hari

dan kebutuhan rumah tangga dari toko terdekat dan minimarket.

10. Grab chat, fitur ini memungkinkan pengguna dan sopir untuk berkomunikasi satu sama lain melalui aplikasi dengan pesan teks atau suara.

2.4 Tujuan dan manfaat transportasi online

Adapun tujuan dan manfaat lahirnya jasa transportasi berbasis aplikasi online adalah sebagai berikut (Soekanto, 2007):

- a. Praktis dan mudah digunakan, layanan jasa transportasi berbasis aplikasi online ini cukup menggunakan telepon pintar yang sudah menggunakan internet dan aplikasi jasa transportasi online yang ada di dalamnya, kita dapat melakukan pemesanan layanan jasa transportasi.
- b. Transparan, dengan jasa transportasi berbasis aplikasi online ini juga memungkinkan pelanggan mengetahui dengan pasti setiap informasi jasa transportasi online secara detail seperti nama driver, nomor kendaraan, posisi kendaraan, posisi kendaraan yang dipakai, waktu perjalanan, lisensi pengemudi, dan lain sebagainya.
- c. Lebih terpercaya, maksudnya di sini lebih terpercaya adalah para pengemudi atau driver sudah terdaftar di dalam perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi online ini berupa identitas lengkap dan perlengkapan berkendara yang sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI) sehingga dapat meminimalisir risiko kerugian terhadap pengguna jasa transportasi ini.

2.5 Mekanisme menjalankan jasa transportasi berbasis aplikasi online

Jasa transportasi berbasis aplikasi online ini memiliki 3 bagian penting yaitu:

- a. Penyedia Aplikasi (Penyelenggara Sistem Elektronik)

Menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 ayat (6) menyatakan bahwa penyelenggaraan sistem elektronik adalah pemanfaatan sistem elektronik oleh penyelenggara negara, orang, badan usaha, dan/atau masyarakat. Penyedia aplikasi jasa transportasi berbasis aplikasi online merupakan penyelenggara sistem elektronik sebagai penghubung driver kendaraan dengan para pengguna jasa, yang merupakan bagian inti dari lahirnya jasa transportasi berbasis aplikasi online ini, sebagai penyedia aplikasi memiliki

peranan kunci dalam keberhasilan dalam sistem jasa transportasi berbasis aplikasi online, dikarenakan penyedia layanan aplikasi merupakan perhubung antara *supply and demand* (permintaan dan penawaran) yakni penyedia aplikasi atau perusahaan aplikasi, driver, dan pengguna jasa transportasi berbasis aplikasi online.

b. Pengendara

Pengendara yaitu orang yang mengemudikan kendaraan bermotor. Pengemudi yang baik merupakan orang yang sudah mengembangkan kemampuan dasar mengemudi, kebiasaan mengemudi, kondisi yang tepat, dan penilaian suara yang baik serta sehat mental dan jasmani. Sebuah sikap tanggung jawab dan kehati-hatian merupakan hal yang paling penting. Sikap kehati-hatian pengemudi akan melakukan hal yang tepat atau mengambil tindakan pencegahan yang aman dan tepat. Batas keselamatan harus dijaga dan pemberian kelonggaran dibuat untuk menghindari kecelakaan.

Driver memanfaatkan aplikasi yang telah disediakan perusahaan penyedia aplikasi online untuk mendapatkan pesanan (pesanan yang diterima akan tercantum alamat yang dituju, nama, nomor handphone dan foto pengguna layanan). Setelah driver mendapatkan semua data-data pengguna jasa dalam aplikasi yang dapat dilihat/dari telepon pintar si driver, maka pengendara akan menuju tempat dimana pemesan jasa transportasi tersebut berada. Driver memiliki kewajiban dalam memberikan pelayanan berupa keamanan, keselamatan dan kenyamanan.

c. Pengguna Jasa atau Transportasi (konsumen)

Pengguna layanan jasa adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Pengguna layanan jasa transportasi berbasis aplikasi online adalah masyarakat yang umumnya membutuhkan pelayanan transportasi yang cepat, aman, nyaman dan murah.

Pengguna jasa transportasi berbasis aplikasi online ini harus mengunduh dan

menginstal lebih dahulu aplikasi jasa transportasi didalam telepon pintar yang dimilikinya yang tentunya sudah terhubung dengan jaringan internet serta melakukan pendaftaran layanan berupa mengisi data diri yang nantinya akan diterima dan diproses oleh server perusahaan jasa transportasi online tersebut.

2.6 Kualitas Layanan

Pelanggan memegang peranan penting dalam dunia bisnis, secara tidak langsung, seseorang pelanggan dapat menjadikan saluran pemasaran bagi suatu bisnis. Ketika pelanggan merasa puas atas pelayanan suatu produk/jasa, sangat dimungkinkan pelanggan tersebut “mempromosikan” secara sukarela produk atau jasa itu kepada orang-orang sekitarnya. Adanya rekomendasi positif dari suatu pelanggan kepada seseorang atau beberapa calon pelanggan lainnya sudah pasti akan menguntungkan pihak penjual, karena calon pelanggan tersebut tidak perlu lagi akan kualitas jasa. Sebaliknya apabila pelanggan tersebut merasa kurang puas atau bahkan kecewa terhadap suatu produk atau jasa, maka yang terjadi adalah kesediaan untuk menggunakan produk jasa dari penjualan itu akan hilang dan saluran promosi secara cuma-cuma kepada orang terdekat pun tidak akan jadi masalah.

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang di perhatikan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan/penumpang. (Utami, 2018)

Menurut teori Tjiptono (2008), menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta letetapan penyampaianya dalam membagi harapan konsumen. (Utami, 2018)

Menurut teori Tjiptono (2008), menyatakan bahwa kualitas pelayanan

merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta letetapan penyampaiannya dalam membagi harapan konsumen.

Pelayanan yang berkualitas dapat menggunakan program relationship retailing yang didalamnya termasuk desain untuk menarik, memelihara, dan meningkatkan customer relationship. Pelayanan kepada konsumen dilakukan pedagang eceran untuk memberikan: (a) kemudahan kepada konsumen potensial dalam berbelanja atau mengenal tempat barang/jasa yang disediakan, (b) kemudahan pelaksana transaksi pada saat konsumen berusaha melakukan pembelian, (c) kepuasan pelanggan terhadap jasa atau barang setelah transaksi dengan cara:

- a. *Pre transaction service*, pelayanan yang disediakan untuk pelanggan sebelum masuk kedalam transaksi penjualan yaitu bantuan informasi dan saat yang menyenangkan.
- b. *Transaction service*, pelayanan yang disediakan selama penjualan, seperti langganan, adanya barang, personal seling, sales transaction.
- c. *Past transtation service*, pelayanan yang disediakan setelah penjualan dilakukan seperti penanganan keluhan, pengambilan barang, pelayanan dan perbaikan pengiriman barang.

Kualitas mempunyai arti penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk/jasa yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang, sedangkan bila kualitas produk/jasa tidak sesuai yang diharapkan maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk jasa jenis/llainnya. Meskipun konsumen mempunyai persepsi yang berbeda terhadap kualitas produk/jasa, tetapi setidaknya konsumen akan memilih produk yang dapat memuaskan kebutuhannya.(Utami, 2018)

Dalam mengukur standar pelayanan terdapat dimensi-dimensi jasa yang dapat digunakan sebagai tolak ukur. (Lupiyoadi, 2001), terdapat lima dimensi kualitas pelayanan (servqual) yang dirincikan sebagai berikut:

- a. Responsivennes (ketanggapan)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Dimensi *responsiveness* meliputi pemberian informasi yang jelas, keluhan pelanggan yang selalu diperhatikan sikap karyawan untuk membantu pelanggan/penumpang.

b. *Reability* (keandalan)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan mulai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dimensi *reliability* meliputi memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya. Dalam artian ketepatan waktu pelayanan, prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit, pelayanan yang sama tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

c. *Empathy* (kepedulian)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimensi *empati* meliputi keluhan yang selalu diperhatikan, sikap karyawan yang ramah dan sabar.

d. *Assurance* (jaminan)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan kepada perusahaan. Dimensi *assurance* meliputi pengetahuan, kemampuan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.

e. *Tangibles* (bukti fisik)

Yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Dimensi *tangibles* meliputi peralatan (teknologi) yang memadai, fasilitas fisik yang bersih (gedung, gudang dan lain sebagainya), serta penampilan karyawan yang menarik dan rapi.

2.7 Kepuasan pelanggan / konsumen

Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan.(Wibisono & , 2016)

2.8 Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Faktor utama yang memengaruhi kepuasan dari pelanggan adalah apabila pelanggan merasa apa yang diinginkannya terpenuhi dengan maksimal. Menurut Irawan, pelanggan merasa puas jika harapannya terpenuhi. Ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan. Dimensi pertama, adalah kualitas produk atau jasa. Pelanggan akan puas bila setelah membeli dan menggunakan produk/jasa tersebut, ternyata kualitasnya baik. Dimensi kedua, adalah harga. Bagi pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money. Dimensi ketiga adalah service quality sangat tergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dimensi keempat adalah emotional factor. Persepsi pelanggan memegang peranan penting karena adanya emotional value yang diberikan brand tertentu. Dimensi kelima adalah kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.

Mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan perusahaan harus melakukan empat hal yaitu antara lain:

- a. Mengidentifikasi siapa pelanggannya
- b. Memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas
- c. Memahami strategi kualitas layanan pelanggan
- d. Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

2.9 Perilaku pelanggan yang tidak puas

Salah satu alasan yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan adalah tidak terpenuhinya harapan seperti yang diinginkan. Misalkan alasan kualitas yang tidak bagus, pelayanan yang tidak memuaskan, dan harga yang mahal. Pelanggan

yang puas akan membeli dan mencoba lagi tetapi jika sebaliknya kemungkinan akan melakukan komplain dan komplain tersebut harus dapat terselesaikan sampai pelanggan terpuaskan.

2.10 Penelitian terdahulu

Tabel 2.1 penelitian terdahulu

No.	Judul, Nama, Tahun, Universitas	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	
			Persamaan	pebedaan
1.	“Kajian pemahaman pengguna sepeda motor dalam berlalu lintas, studi kasus kota Ungaran dan sekitarnya” Sari kusuma Ningrum &Bertha Sylvia Pratiwi, 2015, Fakultas Teknik undaris	Dalam penelitian Kajian Pemahaman Pengguna Sepeda Motor Dalam Berlalu Lintas (Studi Kasus Kota Ungaran dan sekitarnya) ini menggunakan analisis deskripsi sederhana dengan menggunakan analisis statistik tabulasi silang (cross tab). Hasil sementara Rata-rata responden memahami komponen berlalu lintas antara 60-65 persen dan sekitar \pm 10 persen ragu maupun kurang paham. Kondisi fisik kendaraan responden memiliki kelengkapan dan kondisi dalam	Sama-sama menggunakan metode uji reabilitas dan validitas	pada penelitian ini meneliti di kota palu sedangkan penelitian terdahulu meneliti di kota semarang

		<p>sangat baik dengan diatas 90 persen memenuhi standar yang telah ditentukan. Sebagian besar responden sekitar 83 persen telah memiliki SIM C</p>		
2.	<p>“analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Gojek di Kabupaten Kubu Raya” Efa Irdhayanti SE MM & Yuni Firayanti S.IP MM,2019,Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat</p>	<p>Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap variabel tangible, realibility, responsiveness, assurance dan emphaty terhadap kepuasan konsumen, menunjukkan indikator indikator dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji hipotesis, variabel responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel tangible, reliability, assurance dan emphaty tidak berpengaruh signifikan</p>	<p>Pengelohan datanya sama-sama menggunakan metode validitas dan realibilitan serta menganalisis kepuasan pengguna gojek</p>	<p>pada penelitian ini meneliti di kota palu sedangkan penelitian terdahulu meneliti di Kabupaten Kubu Raya. Pada penelitian terdahulu objek-Nya hanya fokus di Gojek</p>

		<p>terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan variabel tangible, reliability, assurance dan empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari uji koefisien Determinasi (R²) dapat dilihat persentase sumbangan pengaruh variabel bebas yaitu variabel tangible (X1), realibility (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), empathy (X5) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y) sebesar 80,1%. Sedangkan sisanya 19,9 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.</p>		
3.	<p>“Perilaku Masyarakat dalam menggunakan jasa ojek online di</p>	<p>Desain penelitian adalah penelitian deskriptif. Responden terdiri dari 382 pengguna Grab, yang dipilih melalui purposive</p>	<p>Pada penelitian ini sama-sama menggunakan metode reabilitas</p>	<p>Objek penelitian terdahulu menggunakan objek pengguna grab</p>

	Indonesia.” Bernadine,2021, Universitas Bengkulu	sampling. Instrumen berupa kuesioner yang dibagikan secara online. Dalam analisis data, digunakan program LISREL 8.7. Hasil penelitian sebagai berikut. Kualitas layanan tidak mempengaruhi kepuasan; kualitas layanan dan kepercayaan tidak mempengaruhi loyalitas; kepuasan tidak memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas. Namun, kepercayaan, dan persepsi risiko mempengaruhi kepuasan; persepsi risiko dan kepuasan mempengaruhi loyalitas; kepuasan memediasi efek dari persepsi risiko dan kepercayaan pada loyalitas. Implikasinya, manajemen Grab perlu membimbing para calon pengemudi untuk		
--	--	---	--	--

		memberikan layanan terbaik kepada para pelanggan.		
4.	“Studi Moda transportasi online gojek dan grab dengan metode Topsis di kota Magelang”	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata hasil perhitungan penelitian yang sudah dihitung dengan rumus TOPSIS yang diaplikasikan menggunakan software excel untuk meranking alternatif menghasilkan ranking 1 untuk transportasi online Grab dengan nilai preferensi 0.552248142 dan transportasi online Go-jek berada diranking 2 dengan nilai preferensi 0.447751858.</p> <p>Berdasarkan tingkat pelayanan angkutan umum terhadap masyarakat, dapat diketahui bahwa. Angkutan pedesaan belum dapat menjangkau keseluruhan desa-desa wilayah tepanuli tengah, karena</p>		Pada penelitian terdahulu menggunakan metode TOPSIS

		<p>hanya ada sekitar 11 desa yang dilalui oleh angkutan yang beroperasi di rute wilayah penelitian tersebut dari 31 desa yang ada. Sehingga penduduk yang disana tidak terlayani, harus berjalan kaki ke desa yang dilalui oleh angkutan pedesaan tersebut. Dengan persepsi penumpang angkutan umum pedesaan dapat kita ketahui bagaimana tingkat pelayanan angkutan berdasarkan kecepatan angkutan yaitu sedang (53%) ongkos perjalanan sedang (50%), keamanan angkutan, cukup aman (50%), tingkat keselamatan, memuaskan 954%) dan kenyamanan angkutan, nyaman (81%).</p>		
--	--	---	--	--

5.	<p>“Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen melalui loyalitas konsumen gojek”</p> <p>Rizky Satria Akbar, 2020, Universitas Ilmu Ekonomi Indonesia</p>	<p>Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Go-jek wilayah Jakarta Timur. Teknik pengambilan sampel ini adalah accidental sampling dimana sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis jalur (path analysis Berdasarkan hasil perhitungan secara langsung dan parsial terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 (taraf signifikansi). Secara langsung dan parsial terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap loyalitas konsumen dengan nilai di bawah 0,05 (taraf signifikansi). Dan secara</p>	<p>Objek penelitiannya sama yaitu pengguna jasa gojek</p>	<p>Pada penelitian terdahulu objek-Nya hanya fokus di Gojek</p>
----	---	--	---	---

		<p>tidak langsung dan parsial terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen melalui loyalitas konsumen Go-jek.</p> <p>Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi, nilai R² loyalitas konsumen sebesar 0,583 dan nilai R² kepuasan konsumen sebesar 0,737. Dan nilai Q² sebesar 0,891.</p>		
--	--	--	--	--

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data oleh peneliti, beberapa kesimpulan dapat dibuat yaitu:

Pengguna ojek online lebih banyak menggunakan gojek dibanding maxim dan grab, untuk umur pengguna transportasi online paling banyak di range 20-25 tahun, untuk jenis kelamin lebih dominan pengguna perempuan dibandingkan laki-laki dengan jumlah persentase 57% untuk pengguna gojek, untuk maxim lebih dominan pengguna laki-laki dengan jumlah persentase 52%, pada pendidikan terakhir pengguna ojek online didominasi oleh anak sekolah menengah atas dengan jumlah persentase 70% untuk gojek, dan yang terendah terdapat pada D3 dan S2, pada karakteristik berdasarkan pekerjaan Mahasiswa menjadi pengguna tertinggi untuk gojek jumlah persentase 59%, dan yang terendah didominasi oleh karyawan BUMN/BUMD, untuk penghasilan pengguna ojek online yang paling banyak berpenghasilan dibawah 1 juta rupiah dengan jumlah persentase 74% dan yang terendah terdapat pada penghasilan diatas 9 juta, berdasarkan tujuan perjalanan pengguna ojek online lebih banyak menggunakan untuk tujuan ke kampus dengan jumlah persentase 39%.

Berdasarkan hasil pengujian validitas instrument gojek, maxim dan grab, terlihat bahwa seluruh pernyataan yang diajukan dalam mengukur masing-masing variabel memiliki nilai koefisien validitas di atas nilai rtabel, yang menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang diajukan sudah melakukan fungsi ukurnya dengan kata lain sudah dinyatakan valid. Dari hasil reabilitas terlihat bahwa nilai koefisien realibilitas di peroleh masing-masing nilai koefisien realibilitas lebih dari 0,81 yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan sudah menunjukkan keandalannya sehingga sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan hasil perhitungan persen indeks diketahui bahwa faktor yang paling signifikan diperoleh dari variabel keandalan dengan nilai sebesar 87,10%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi persen indeksnya maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, penulis mempunyai saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak terkait supaya dapat menarik dan mempertahankan konsumen dengan memperhatikan kekurangan yang harus diperbaiki baik bagi sistem pelayan, harga dan lain-lain, sehingga konsumen merasa puas menggunakan ojek online gojek, maxim, dan grab
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya sebagai acuan untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan judul “Studi karakteristik kepuasan pengguna transportasi ojek online di kota Palu (studi kasus: gojek, maxim, dan grab)”, walaupun penelitian jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Astri Fuji RS, Desta Fransiska, Meitry Ayu P, N. J. (2016). Analisis kepuasan konsumen Gojek di wilayah Kota Bandung. *Analisis Kepuasan Konsumen Gojek Di Wilayah Kota Bandung*, 2, 1–71.
- Akbar, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Loyalitas Konsumen Go-Jek. *Jurnal STEI Ekonomi*, XX(Xx), 1–24. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>
- Ariana, R. (2016).
- Chandra, T. &. (2016). Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136.
- Delfina, Y. (2022). *Program studi teknik sipil fakultas teknik universitas muhammadiyah sumatera barat 2022*.
- Gishella, B. S. (2021). Studi Moda Transportasi Online Gojek Dan Grab Dengan Metode Topsis Di Kota Magelang. *Jurnal Rekayasa Infrastruktur Sipil*, 2(1), 74. <https://doi.org/10.31002/jris.v2i1.4184>
- Irdhayanti, E., & Firayanti, Y. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Gojek Di Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Kontemporer*, 5, 1–21.
- Kusumaningrum, S., & Pratiwi, B. S. (2015). Kajian Pemahaman Pengguna Sepeda Motor Dalam Berlalu Lintas (Studi Kasus Kota Ungaran Dan Sekitarnya). *Teknika*, 2015, 44–52. <http://journals.usm.ac.id/index.php/teknika/article/view/755>
- Nursyamsu, & Abidin, A. (2021). Analisis Motif Driver Ojek Online Dalam Menjalani Lebih Dari Satu Kemitraan Perspektif Etika Bisnis Islam Di Kota Palu.

Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam, 3(2), 163–182.

<https://doi.org/10.24239/jiebi.v3i2.75.163-182>

Soekanto. (2007). Analisis Perbedaan Transaksi Pembayaran Sistem Go-Pay Dan Cash Dalam Perspektif Hukum Konvensional Dan Hukum Islam. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 2004, 6–25.

Vol, E. (2022). *e-ISSN2745-6366 ECONOMIE Vol. 04, No.1, Juni 2022*. 04(1), 64–74.

Tarmizi, A. (2018). Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 191–198.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i2.107>

Utami, M. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Pengguna Go-jek di kecamatan Telanaipura Kota Jambi). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://repository.uin-jambi.ac.id/553/1/SES141396> Misti Saari Utami Ekonomi Syariah - Muhammad Kurnia.pdf

V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, & J.G.S.Souza. (2022).

Wibisono, A., & , S. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *PERFORMANCE “ Jurnal Bisnis & Akuntansi,”* 6(2), 32.
<https://doi.org/10.24929/feb.v6i2.268>

Yanwar, B. L., Hadi, D., & Anggarawati, S. (2021). *Perilaku Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Ojek Online Di Indonesia*. 16(1), 55–78.

Yunardhi, H. (2018). Analisa Kerusakan Jalan Dengan Metode Pci Dan Alternatif Penyelesaiannya (Studi Kasus : Ruas Jalan D.I. Panjaitan). *Jurnal Teknologi Sipil*, 2(2), 38–47.