

# JURNAL SOLUSI

**Editor in Chief:**

Junaidi Affan (STIE SBI Yogyakarta)

**Managing Editor:**

Surawan Setyabudi S (STIE SBI Yogyakarta)

**Editor Board:**

Frasto Biyanto (STIE YKPN Yogyakarta)

Sukhemi (Universitas PGRI Yogyakarta)

Hari Kusuma Satria Negara (UPN Yogyakarta)

Yusti Pujisari (STIE SBI Yogyakarta)

Hardoko (STIE SBI Yogyakarta)

Ilham Tri Murdo (STIE SBI Yogyakarta)

**Layout Editor:**

Triyan Agung Laksono (STIE SBI Yogyakarta)

**Reviewer/Peninjau:**

Zainal Mustafa (Universitas Islam Indonesia)

Dwipraptono Agus Harjito (Universitas Islam Indonesia)

Kadari (STIE YKP Yogyakarta)

Saifudin Zuhri (STIE SBI Yogyakarta)

Lucia Ika Fitriastuti (STIE SBI Yogyakarta)

Enita Binawati (STIE SBI Yogyakarta)

**Alamat Sekretariat:**

STIE SBI Yogyakarta

Jl.Ring Road Utara No.17 CondongCatur Yogyakarta

Phone 0274-887984

Email: [lppmstiesbi@gmail.com](mailto:lppmstiesbi@gmail.com)

**Distribusi dan Sirkulasi**

Bag. Perpustakaan STIE SBI Yogyakarta

# Jurnal Solusi

---

Volume 15, Nomor 2, Desember 2020

ISSN 1907-2376

## DAFTAR ISI

|  |   |
|--|---|
| <i>Ilham Tri Murdo,<br/>Junaidi Affan</i>                | Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia Dari Sisi Pendapatan Nasional Pendekatan Pengeluaran ~ 111  |
| <i>Rini Susilawati</i>                                   | Pengaruh Konsep Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dan Tingkat Pendapatan Pada Masa Sebelum, Awal dan New Normal Pandemi (Studi Komparasi Pada Café-Café di Minggir Yogyakarta) ~ 135 |
| <i>Ch. Dini Ika Handayani</i>                            | Efektifitas Pembelajaran Melalui Media Daring Ditinjau Dari Hasil Belajar Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid 19 ~ 155  |
| <i>Kuswadi Rustam</i>                                    | Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan 27 Puskesmas di Kabupaten Mojokerto Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat ~ 169  |
| <i>Yunita Fitri<br/>Wahyuningtyas,<br/>Nur Fitriyani</i> | Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Maneko Digital ~ 191   |
| <i>Dila Damayanti,<br/>Maharani</i>                      | Analisis Kualitas Layanan Jasa Transportasi Online (Studi Pada Pengguna Gojek di Daerah Istimewa Yogyakarta) ~ 207  |
| <i>Nurul Muti'ah,<br/>Dian Retnaningdiah</i>             | Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah dan Pengetahuan Penyusunan Laporan Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Anggota BWM Usaha Mandiri Sakinah Yogyakarta) ~ 223                 |

# **Analisis Kualitas Layanan Jasa Transportasi *Online* (Studi Pada Pengguna Gojek Di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

**Dila Damayanti<sup>1)</sup>, Maharani<sup>2)</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Email<sup>1)</sup>: dhamay\_dd@yahoo.com

Email<sup>2)</sup>: maharaninurdin97@gmail.com

## **Abstact**

*The very rapid development of technology has made internet users increase, thus inviting the presence of online transportation. Gojek is an online transportation service business that is growing rapidly at this time. As one of the most trusted online transportation services, Gojek must have an effective and innovative strategy to get and retain its customers. This study aims to determine how the quality of Gojek's online transportation services on customer satisfaction (a study of Gojek users in the Yogyakarta Special Region). Researchers used 80 respondents as samples in the study who were customers of Gojek online transportation in the Umbulharjo district of Yogyakarta City. The problems raised in this study were (1) identifying customer characteristics, (2) analyzing the level of interest and customer satisfaction. The data analysis used is descriptive analysis, Importance Performance Analysis (IPA). The results of the Importance Performance Analysis (IPA), there are several variables of the quality of Gojek online transportation services in quadrant II with an average IKP value of 68.25%. This means that users of the Gojek online transportation service in Umbulharjo District, Yogyakarta Province are quite satisfied with the performance of Gojek company drivers.*

**Keywords:** *IPA, Service Quality, Customer Satisfaction, Online Transportation*

## **Abstrak**

*Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat pengguna internet meningkat, sehingga mengundang hadirnya transportasi online. Gojek merupakan usaha layanan jasa transportasi online yang sedang berkembang pesat saat ini. Sebagai salah satu jasa transportasi online yang terpercaya, maka Gojek harus memiliki strategi yang efektif dan inovatif untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan jasa transportasi online perusahaan Gojek terhadap kepuasan pelanggan (studi pada pengguna Gojek di Daerah Istimewa Yogyakarta). Peneliti menggunakan 80 responden sebagai sampel dalam penelitian yang merupakan pelanggan transportasi online Gojek di kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah (1) mengidentifikasi karakteristik pelanggan, (2)*

*menganalisis tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, Importance Performance Analysis (IPA). Hasil dari Importance Performance Analysis (IPA) terdapat beberapa variabel kualitas pelayanan jasa transportasi online perusahaan Gojek pada kuadran II dengan nilai IKP rata-rata 68,25%. Hal ini dapat diartikan bahwa pengguna layanan transportasi online Gojek di Kecamatan Umbulharjo Provinsi DIY merasa cukup puas atas kinerja driver perusahaan Gojek.*

**Kata kunci:** *IPA, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Transportasi Online*

## **A. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Transportasi merupakan sarana yang sangat mendukung aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari, oleh sebab itu pemilihan transportasi perlu dipersiapkan dengan baik karena sangat mempengaruhi kegiatan-kegiatan perekonomian yang meliputi: pengiriman barang, angkutan penumpang, dan lain sebagainya. Ketergantungan masyarakat di seluruh belahan dunia terhadap transportasi sangat tinggi, termasuk di Indonesia. Transportasi darat merupakan salah satu yang paling mendapatkan perhatian khusus dan diminati. Kemajuan lain yang sangat pesat dan berpengaruh bagi kehidupan manusia adalah teknologi informasi. Kemajuan teknologi informasi dengan didukung jaringan internet yang luas memicu munculnya jasa transportasi ojek *online*. Salah satu aplikasi ojek *online* yang memberikan solusi dan kemudahan dalam melakukan pemesanan layanan jasa *online* adalah Gojek. Gojek merupakan salah satu fenomena bisnis jasa transportasi di tengah kemajuan teknologi informasi. Dahulu ojek biasa dikelola secara kepemilikan tunggal dan biasanya pelanggan harus datang ke pangkalan ojek untuk memakai jasa transportasi. Sekarang banyak bermunculan taxi motor yang dikelola dengan sangat baik dan profesional oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Kemunculan ojek *online* saat ini sangat bermanfaat dan membantu masyarakat, termasuk masyarakat di Kota Yogyakarta.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis yaitu untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, adapun manfaat kepuasan pelanggan menurut Fandy Tjiptono (2012:310) meliputi: hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan, dan laba yang diperoleh meningkat. Persaingan antar perusahaan meningkatkan desakan perusahaan untuk memberikan kualitas pelayanan dan nilai tambah (*value*). Transportasi *online* saat ini tidak hanya tersedia untuk jenis kendaraan roda dua namun juga merambah pada jenis kendaraan roda empat, salah satunya adalah *Gocar* yang

dapat digunakan untuk perjalanan dua orang atau lebih. Alasan umum masyarakat menentukan keputusan dalam memilih layanan jasa transportasi *online* salah satunya adalah pelayanan yang baik. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada pengguna layanan jasa transportasi *online* perusahaan Gojek dengan judul “Analisis Kualitas Layanan Jasa Transportasi *Online* (Studi pada Pengguna Gojek di Daerah Istimewa Yogyakarta)”.

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian adalah “Bagaimana Kualitas Layanan Jasa Transportasi *Online* pada perusahaan Gojek untuk menilai Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)?

Batasan Masalah dan Asumsi

- a. Pemilihan subjek penulisan hanya dibatasi pada pelanggan Gojek di Kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta.
- b. Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah yang pernah memanfaatkan layanan Gojek minimal 1 (satu) tahun.
- c. Data penelitian hanya dibatasi pada penggunaan didalam aplikasi *Go-Ride*, *Go-Car* dan *Go-Food*.

### **Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menentukan kuadran-kuadran tiap atribut kualitas layanan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA).
- b. Untuk mengetahui kualitas layanan jasa transportasi yang diberikan oleh perusahaan Gojek kepada pelanggannya.
- c. Untuk menentukan prioritas perbaikan kualitas layanan perusahaan Gojek dengan memasukkan hasil *Importance Performance Analysis* (IPA).
- d. Untuk memberikan usulan perbaikan layanan kepada perusahaan Gojek.

### **Manfaat Penelitian**

- a. Bagi penulis, menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam bidang pemasaran jasa yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.
- b. Bagi perusahaan, sebagai informasi yang dapat dijadikan salah satu strategi pemasaran dalam meningkatkan kualitas layanan kepada pengguna jasa transportasi *online* Gojek.
- c. Bagi akademik, sebagai acuan penulisan dan penelitian dalam meningkatkan wawasan pembaca di bidang pemasaran jasa.

## **B. KAJIAN PUSTAKA**

### **Kajian Teoritis**

#### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Fandy Tjiptono (2014:268) “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan”. Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pengguna atau pelanggan terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tertentu. Menurut Nasution pengertian kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

#### **Definisi Jasa**

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014:7) “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.” Selanjutnya, (Zethaml dan Bitner : 1996) dalam Lupiyoadi (2014:7) memberikan batasan tentang jasa sebagai berikut “*Service is all economic activities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at that time it is produced, and provides added value in forms (such as convenience, amusement, comfort or health)*”. “Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen.”

#### **Kualitas Jasa**

Kualitas jasa menurut Lupiyoadi (2014:212) adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Menurut ISO9000 dalam Lupiyoadi (2014:212) “Kualitas adalah *“degree to which a set of inherent characteristics fulfils requirements”* (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan). Persyaratan dalam hal ini adalah: *“need or expectation that is stated, generally implied or obligatory”* (yaitu kebutuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib). Jadi, kualitas sebagaimana yang diinterpretasikan ISO9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa suatu titik focus yang diupayakan dalam suatu produk atau pelayanan untuk dapat memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.

## **Kepuasan Pelanggan**

Kata ‘kepuasan atau *satisfaction*’ berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku pelanggan, istilah “kepuasan pelanggan” lantas menjadi sesuatu yang kompleks (Fandy Tjiptono 2011: 433). Menurut Kotler dan Keller (dalam Tjiptono, 2011:31) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen tidak puas. Jika kinerja memiliki nilai sama atau lebih besar dari harapan, maka konsumen puas. Kepuasan semacam langkah perbandingan antara pengalaman dengan evaluasi hasil, dapat menghasilkan sesuatu yang nyaman secara rohani, bukan hanya nyaman karena dibayangkan atau diharapkan.

## **Importance Performance Analysis (IPA)**

*Importance Performance Analysis* merupakan metode pengukuran kepuasan pelanggan yang dapat dilakukan dengan menganalisis kepentingan dan kinerja dari suatu perusahaan. Teknik *Importance Performance Analysis* (IPA) dikemukakan pertama kali oleh Martilla & James (1997) dalam artikel mereka yang dipublikasikan di *Jurnal of Marketing*. Martilla & James (1997) yang dikutip oleh Tjiptono dan Chandra (2016: 222-223) memaparkan bahwa dalam teknik ini, respon diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan dianalisis menggunakan *Importance-Performance Matrix*. Matriks ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengakolaborasi sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, dimana perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan total. Selain itu, matriks ini juga menimbulkan bidang atau atribut tertentu yang perlu ditambahkan dan aspek-aspek yang perlu dikurangi prioritasnya. Kendati demikian, batas antara “tingkat kepentingan tinggi” dan tingkat kepentingan rendah” serta “tingkat kinerja tinggi” dan tingkat kinerja rendah *relative arbitrary*, tergantung konteks riset bersangkutan.

## **Kajian Empiris**

Sam Rysal Wily Purnansah (2017), dengan judul analisis pelayanan kualitas Go-Jek menggunakan pendekatan servqual, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Potencial Gain in Customer Value* (PGCV). Dengan hasil nilai gap menunjukkan negatif pada setiap atribut kualitas yang disusun oleh Parasuraman, dan nilai gap tertinggi adalah ketersediaan asuransi sebesar -1.36. Kemudian hasil pemetaan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) atribut yang kritis adalah ketepatan waktu antar. Pada perhitungan *Potencial Gain in Customer Value* (PGCV) standar

kualitas dan prioritas yang harus diperbaiki oleh Go-Jek adalah ketersediaan asuransi, penguasaan *google maps*, kecepatan waktu antar, dan pilihan rute menuju lokasi dengan nilai PGCV secara berurutan 8.396, 8.28, dan 6.426.

Muhammad Tho'in (2017), dengan judul *Analysis of Islamic Bank Customer's Satisfaction Using Importance Performance Analysis* (IPA). Berdasarkan penelitian didapatkan hasil bahwa hal yang perlu ditingkatkan adalah atribut-atribut yang membutuhkan perhatian dan menjadi prioritas utama pada kuadran A, meliputi: bank memiliki karyawan yang dapat dipercaya dan keakuratan pelayanan yang diberikan karyawan, bank menyediakan layanan sesuai dengan janji. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan kesesuaian tingkat kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Bank Islam memperoleh nilai sebesar 96.58%. Nilai ini berada pada jarak interval 81,00% yang berarti bahwa secara keseluruhan pelanggan merasa puas dengan kinerja layanan pada Bank Islam di Surakarta.

Tenny Natifah (2014), dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan *Importance Performance Analysis* Serta Implikasinya pada Kepuasan Peserta didik (Suatu Survei di SDN Cikadut 1 Kota Bandung). Analisis Optimum layanan dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* pada masing-masing dimensi, maka memperoleh enam optimum layanan, meliputi: pencahayaan (lampu) di kelas, kenyamanan ruang ibadah/ Mushola, kesiapan guru dalam membantu kesulitan belajar dan meluangkan waktu dalam kesulitan belajar siswa, ketanggapan karyawan kebersihan sekolah, serta kemudahan dalam menghubungi guru melalui telepon.

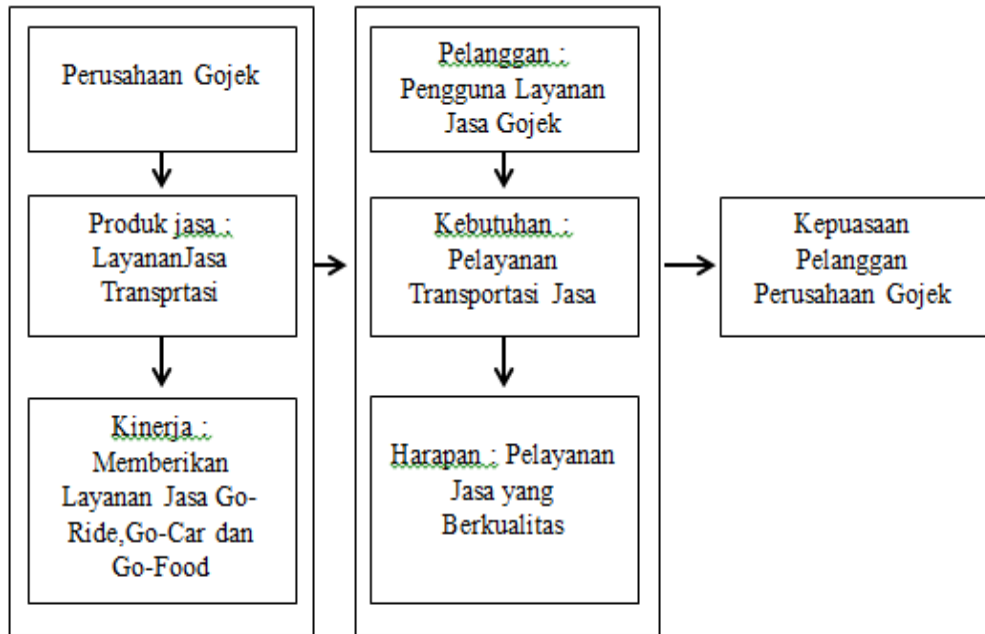
Yonas Boky (2016) dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa terhadap Pelayanan Akademik Sekolah Tinggi Theologia Jaffray Makasar”. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa masih dibutuhkan peningkatan sarana prasarana pendidikan terutama di dalam kelas, kehandalan dosen dan staf akademik sebagai penyedia jasa diakui oleh mahasiswa telah sesuai kapasitas, sikap tanggap pihak akademik pendidikan dikatakan cukup baik begitu pula dengan perlakuan pihak akademik kepada mahasiswa. Staf bidang akademik sudah memahami kepentingan dan kesulitan mahasiswa dengan memberikan tanggung jawab kepada dosen wali yang selalu bersikap baik dengan mahasiswa.

Melania (2015) dengan judul “*Importance performance analysis* kualitas layanan administrasi STIE Pancasetia”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata persepsi mahasiswa mengenai kinerja mengenai atribut *importance performance analysis* hampir seluruhnya lebih rendah daripada harapan mereka. Kecuali kerahaman dan kehangatan serta perhatian yang tulus dalam melayani mahasiswa. Beberapa hal yang perlu mendapat perhatian lebih dan ditingkatkan kinerjanya adalah mengenai lokasi, gedung, fasilitas kampus, kebersihan dan kemananan, ketepatan waktu layanan dan kemudahan staf untuk dihubungi oleh mahasiswa.

### **Kerangka Teoritis**

Kerangka pemikiran penelitian menggambarkan hubungan dari variabel *independent*. Adapun kerangka pemikiran yang digunakan adalah sebagai berikut:

### Kerangka Pemikiran Penelitian



**Gambar 2.2**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**

Sumber: Dikembangkan oleh Peneliti (2020)

## C. METODE PENELITIAN

### Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di wilayah Umbulharjo Kota Yogyakarta yang merupakan kawasan perguruan tinggi, meliputi: Universitas Ahmad Dahlan (Kampus 1, 2, dan 3), Universitas Teknologi Yogyakarta (Kampus 2 dan 3), Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta, STIE Widya Wiwaha Yogyakarta, Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta, dan Universitas Cokroaminoto Yogyakarta. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan juli 2020.

### Populasi dan Sampel

#### Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80), pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pendapat di atas populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran objek, atau individu yang sedang dikaji. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian adalah para konsumen atau pelanggan pengguna jasa transportasi *online* perusahaan Gojek di wilayah Umbulharjo Kota Yogyakarta.

### **Sampel**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, atau bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga mewakili populasinya (Siyoto & Sodik, 2015:63). Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016:218). Dengan menggunakan pendekatan *Purposive Sampling* yaitu menentukan pengambilan sampel dengan menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Adapun syarat-syarat dalam penelitian, meliputi:

- 1) Pria dan wanita dengan umur minimal 17 tahun.
- 2) Mempunyai aplikasi Gojek.
- 3) Pengguna jasa Gojek minimal 1 tahun.
- 4) Khusus pelanggan yang menggunakan layanan *Go-Ride*, *Go-Food*, dan *Go-Car*.

### **Definisi Operasional Variabel**

#### **a. Bukti Fisik (*Tangibles*)**

*Tangible* atau bukti fisik (X1) adalah bentuk pelayanan yang diberikan oleh perusahaan Gojek yang dapat dilihat secara langsung, misalnya fasilitas fisik, perlengkapan berkendara dan sarana komunikasi. Indikator dari variabel bukti langsung meliputi: Kendaraan yang baik, atribut kelengkapan berkendara sesuai aturan, atribut tambahan dalam kendaraan yang dibutuhkan dan penampilan driver seperti memakai jaket Gojek.

#### **b. Keandalan (*Reability*)**

*Reliability* atau keandalan (X2) artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, tepat, akurat dan memuaskan. Indikatornya meliputi: Mengantarkan konsumen sampai ketempat tujuan dengan tepat, waktu tempuh saat mengantarkan konsumen, akses jaringan ketika menghubungi driver dan dapat dipercaya oleh konsumen.

#### **c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

*Responsiveness* atau daya tanggap (X3) artinya keinginan para driver untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Indikatornya meliputi: Memberikan solusi bagi pelanggan yang complain, ketepatan waktu dalam layanan, kecepatan pada pelayanan dan kejelasan informasi.

**d. Jaminan (*Assurance*)**

*Assurance* atau jaminan (X4) artinya segala sesuatu yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki setiap driver bebas dari resiko yang berbahaya dan keraguraguan. Indikatornya meliputi: etika dalam melakukan pelayanan, kepercayaan konsumen terhadap driver, rasa aman ketika driver mengemudi kendaraan serta rasa nyaman yang diberikan oleh driver.

**e. Empati (*Emphaty*)**

*Empathy* artinya segala sesuatu yang diberikan perusahaan Gojek yang meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dengan kebutuhan para konsumen. Indikator meliputi: mengutamakan keselamatan, mendengarkan keluhan atau keinginan konsumen, jam operasional dan berkomunikasi dengan baik.

**Teknik Pengumpulan Data**

**Instrumen Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016:102), instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Indikator tersebut dituangkan secara rinci dalam bentuk butir-butir pertanyaan yang berupa angket dan dibandingkan kepada responden. Penetapan skor yang di berikan pada tiap-tiap butir instrumen dalam penelitian ini responden diminta untuk mengisi setiap butir pertanyaan dengan memilih salah satu dari lima pilihan yang tersedia. Alat pengumpulan data ini berupa angka atau melalui perhitungan yang digunakan untuk mencari kebenaran atas data dan teori. Alat pengumpulan data yang digunakan melalui uji validitas dan uji reliabilitas.

**Uji Validitas**

Untuk menguji tingkat validitas pada penelitian menggunakan rumus *korelasi product moment* dengan angka kasar ( $r_{xy}$ ). Kriteria pengujian, apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 maka alat ukur tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan taraf signifikan 0,05 maka alat ukur tersebut dinyatakan tidak valid.

**Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah ketelitian dan ketepatan teknik pengukuran. Reliabilitas digunakan untuk menunjukan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan dalam penelitian (Sugiyono, 2016:270). Menguji kereliabilisan suatu kuesioner digunakan metode *Alpha Croanbach*. Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel dan tidaknya suatu kuesioner penelitian pada umumnya adalah perbandingan antara nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat signifikan 5%.

Pengujian reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* ini, maka nilai  $r_{hitung}$  diwakili oleh nilai Alpha (Arikunto, 2013:195).

### **Teknik Analisis Data**

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diciptakan oleh Martilla & James. Pasuraman dalam Rangkuti (2006) dalam Annisa (2013: 50-52). Konsep ini berasal dari konsep SERVQUAL, pada dasarnya tingkat kepentingan pelanggan (*customer expectation*) diukur dalam kaitannya dengan variabel yang seharusnya dikerjakan oleh perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa berkualitas tinggi. Setelah diketahui tingkat kepentingan dan kinerja setiap peubah (atribut) untuk seluruh responden, maka langkah berikutnya adalah memetakan hasil perhitungan yang telah didapat ke dalam Diagram Kartesius. Untuk menyederhanakan angka dalam diagram dapat dilakukan dengan membagi masing-masing total kepentingan dan total kinerja dengan jumlah responden.

## **D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Perusahaan Gojek**

Gojek adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja diberbagai sektor informal di Indonesia. Gojek bermitra dengan para pengendara ojek yang berpengalaman. Kegiatan Gojek bertumpu pada 3 nilai pokok, meliputi: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Pada tanggal 13 Oktober 2010, Gojek resmi berdiri dengan 20 orang pengemudi. Pada saat itu, Gojek masih mengandalkan call center untuk menghubungkan penumpang dengan pengemudi ojek. Pertengahan 2014, Nadiem Makarim mulai mendapatkan tawaran investasi dan Gojek akhirnya meluncurkan aplikasi berbasis Android dan iOS untuk menggantikan sistem pemesanan menggunakan *call center*. Khusus di Negara Indonesia Gojek telah resmi beroperasi di 25 kota besar, meliputi: Medan, Batam, Palembang, Pekanbaru, Jambi, Padang, Bandar Lampung, Jabodetabek, Bandung, Sukabumi, Yogyakarta, Semarang, Pontianak, Banjarmasin, Manado, Makassar, Denpasar, Mataram dengan rencana pengembangan di kota-kota lain pada tahun mendatang.

### **Hasil Uji Instrumen**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Hasilnya jika dibandingkan antara  $r_{tabel}$  dengan  $df = n-2$  dan dengan  $\alpha = 0,1/ 10 \%$ . Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  = tidak valid dan Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  = valid. Analisis Uji Validitas dengan jumlah responden sebanyak 80, maka nilai  $r_{tabel} = \mathbf{0,1852}$ . Selanjutnya untuk menguji validitasnya tiap butir pertanyaan, dapat dilakukan dengan membandingkan nilai dari  $r_{hitung}$  dan nilai dari  $r_{table}$ . Setelah dilakukan perhitungan dengan spss diperoleh hasil yang valid. Hasil yang valid terdapat pada semua

pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian karena hasil  $r_{hitung} > 0,1852$ .

b. Hasil Uji Reliabilitas

Nilai *Alpha Cronbach* variabel tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2. Berdasarkan perbandingan dengan kriteria tingkat reliabilitas, maka hasil uji reliabilitas dinyatakan bahwa reliabilitas variabel tingkat kepentingan dan tingkat kinerja tergolong tinggi.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan**

| Variabel                               | Alpha Cronbach | Keterangan |
|--|----------------|------------|
| Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )        | 0,809          | Reliabel   |
| Keandalan ( <i>Realibility</i> )       | 0,815          | Reliabel   |
| Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) | 0,822          | Reliabel   |
| Jaminan ( <i>Assurance</i> )           | 0,775          | Reliabel   |
| Empati ( <i>Emphaty</i> )              | 0,731          | Reliabel   |

*Sumber: Data diolah peneliti 2020*

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja**

| Variabel                               | Alpha Cronbach | Keterangan |
|--|----------------|------------|
| Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )        | 0,816          | Reliabel   |
| Keandalan ( <i>Realibility</i> )       | 0,824          | Reliabel   |
| Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) | 0,806          | Reliabel   |
| Jaminan ( <i>Assurance</i> )           | 0,865          | Reliabel   |
| Empati ( <i>Emphaty</i> )              | 0,733          | Reliabel   |

*Sumber: Data diolah peneliti 2020*

## Hasil Uji Kepuasan

### Hasil Uji *Importance Performance Analysis* (IPA)

1) Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran A menggambarkan bahwa pengguna menganggap atribut tersebut penting, namun pelayanan yang diberikan tidak memberikan kepuasan pengguna. Adapun atribut pertanyaan yang terdapat pada kuadran ini yaitu: (1) Driver memberikan layanan yang tepat sesuai dengan aplikasi, dan (2) Pelanggan mendapatkan kepercayaan atas layanan jasa yang digunakan.

2) Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran B menggambarkan atribut yang dianggap penting oleh pengguna, sementara perusahaan sudah memberikan pelayanan yang baik kepada pengguna

di atribut ini. Adapun atribut pertanyaan yang terdapat pada kuadran ini, yaitu: (1) Driver menggunakan atribut kelengkapan berkendara sesuai dengan aturan, (2) Driver memakai atribut resmi dari perusahaan Gojek, (3) Driver memberikan respon yang cepat kepada pelanggan melalui chat dan telepon, (4) Kejujuran driver dalam melayani pelanggan, (5) Etika (sopan santun) driver ketika memberikan layanan kepada pelanggan, (6) Pelanggan merasa aman dan nyaman ketika mendapatkan layanan dari driver, (7) Driver selalu mengutamakan keselamatan dan kepentingan pelanggan.

3) Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran C menggambarkan atribut yang dianggap tidak penting oleh pengguna dan perusahaan memberikan pelayanan yang rendah kepada pengguna untuk atribut ini. Adapun atribut pertanyaan yang terdapat pada kuadran ini, yaitu: (1) Driver datang dan melayani pelanggan di lokasi yang tepat (akurasi tujuan), (2) Driver dapat melayani pelanggan sesuai dengan waktu yang ditentukan (akurasi waktu), (3) Driver memberikan informasi yang jelas terkait layanan yang dipesan oleh pelanggan, (4) Driver mampu menjawab pertanyaan pelanggan secara informatif, (5) Driver memastikan ulang layanan yang dipesan oleh pelanggan, (6) Driver mendengarkan permintaan dan keluhan pelanggan secara seksama, (7) Driver mampu memberikan solusi terbaik kepada pelanggan, dan (8) Memiliki call center yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan.

4) Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran D menggambarkan wilayah dimana atribut memiliki tingkat kepentingan rendah bagi pengguna, tetapi perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada pengguna, oleh karena itu daerah ini disebut daerah berlebih. Adapun atribut pertanyaan yang terdapat pada kuadran ini, yaitu: (1) Driver menyediakan fasilitas lengkap untuk pelanggan, dan (2) Driver datang dan melayani pelanggan yang tepat.

### **Indeks Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan perhitungan, diperoleh hasil IKP sebesar 68,25% yang berarti pengguna cukup puas. Apabila nilai IKP 50% atau lebih rendah menandakan kinerja kurang baik dan IKP lebih dari 80% menandakan pengguna puas terhadap layanan (Sukmana dkk, 2015:17). Dengan nilai IKP 68,25% tersebut, dapat diartikan bahwa pengguna layanan transportasi *online* Gojek di Kecamatan Umbulharjo Provinsi DIY merasa cukup puas atas kinerja driver perusahaan Gojek. Oleh karena itu, pihak pengelola perusahaan Gojek di Kecamatan Umbulharjo Provinsi DIY diharapkan mempertahankan dan meningkatkan kinerja pelayanan agar kepuasan pengguna pada layanan transportasi *online* Gojek semakin meningkat.

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dapat diketahui bahwa atribut yang memiliki

nilai rata-rata kepentingan tertinggi yaitu atribut nomor 3 pada dimensi bukti fisik (*tangible*) sebesar 4,23 dengan indikator driver menggunakan atribut resmi (dari perusahaan Gojek). Hal ini disebabkan karena responden menilai bahwa atribut tersebut merupakan faktor kepentingan yang harus diutamakan oleh penyedia jasa layanan transportasi untuk mendukung kualitas dan kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa layanan transportasi *online* perusahaan Gojek. Sedangkan atribut yang memiliki nilai rata-rata kepentingan terendah yaitu atribut nomor 3 pada dimensi empati (*emphaty*) sebesar 3,74 dengan indikator driver mampu memberikan solusi terbaik kepada pelanggan. Hal ini disebabkan karena responden menilai bahwa atribut tersebut bukan merupakan faktor kepentingan yang harus diutamakan, karena pengguna merasa masalah yang timbul pada saat menggunakan layanan jasa transportasi *online* jarang terjadi, yang mereka ketahui hanyalah seberapa baik kualitas dan kepuasan yang didapatkan oleh pengguna layanan jasa transportasi *online* perusahaan Gojek.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada tingkat kepuasan, dapat diketahui bahwa atribut yang memiliki nilai rata-rata kepuasan tertinggi yaitu atribut nomor 16 pada dimensi empati (*emphaty*) sebesar 4,21 dengan indikator driver selalu mengutamakan keselamatan dan kepentingan pelanggan. Hal ini disebabkan karena responden menilai bahwa atribut tersebut merupakan keutamaan sebuah perusahaan dimana pelanggan menginginkan pelayanan yang baik, mengutamakan kepentingan serta keselamatan. Sedangkan atribut yang memiliki nilai rata-rata kepuasan terendah yaitu atribut nomor 10 pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 3,90 dengan indikator driver mampu menjawab pertanyaan pelanggan secara informatif. Hal ini disebabkan karena responden menilai bahwa terkadang driver membutuhkan waktu yang lebih lama untuk merespon pertanyaan pelanggan yang berkaitan dengan pesanan.

Dalam upaya mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa transportasi *online* perusahaan Gojek, maka perlu diketahui atribut yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan *Go-Ride*, *Go-Food* dan *Go-Car* yang diberikan oleh driver perusahaan Gojek Yogyakarta. Melalui kuesioner/ angket dengan 19 butir pernyataan maka data mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa transportasi *online* perusahaan Gojek akan diperoleh. Hasil yang diperoleh berdasarkan dari perhitungan statistik menggunakan teknik analisis *Importance Performance Analysis* (IPA).

Perhitungan tingkat kesesuaian bertujuan untuk mengukur apakah pelayanan jasa transportasi *online* perusahaan Gojek di Daerah Istimewa Yogyakarta sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Hasil analisis dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa “driver mampu memberikan solusi terbaik kepada pelanggan” merupakan atribut yang memiliki nilai tingkat kesesuaian paling tinggi yaitu 105%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa atribut tersebut merupakan pelayanan yang paling sesuai dengan harapan pelanggan dan artinya pelanggan sudah sangat puas terhadap pelayanan tersebut. Selanjutnya di kuadran A terdapat atribut nomor 7 yang memiliki rata-rata *Importance Performance Analysis*

(IPA) di bawah 100 % lebih tepatnya 96,69% dan merupakan atribut dengan nilai paling rendah, hal tersebut mengindikasikan sebagian besar pelanggan kurang puas terhadap pelayanan yang ada pada atribut ini. Hal ini bisa terjadi karena dalam layanan pesan antar driver atau pengantar sering dihadapkan dengan jalan yang macet dan kemasan saat memesan layanan *Go-Food* menggunakan pembungkus dari kertas yang menyebabkan kemasan berubah bentuk akibat berbagai faktor eksternal. Karena hal tersebut, maka pelanggan merasa layanan yang dipesan kurang sesuai dengan yang di harapkan.

Walaupun demikian, dengan index kepuasan di bawah 100%, persentasenya masih di atas 90% yang berarti perusahaan Gojek masih sangat mungkin melakukan sedikit evaluasi dan perbaikan untuk pelayanan yang maksimal. Perusahaan Gojek perlu melakukan pengadaan atribut khusus yang digunakan untuk mengantarkan makanan (*Go-Food*) kepada pelanggan agar pelanggan merasa ada kesesuaian produk dan produk yang dipesan tidak rusak, berubah bentuk, serta pemilihan rute yang tepat untuk menghindari keterlambatan layanan. Hasil pengujian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sam Rizal Willy Purnansah dengan judul analisis pelayanan kualitas Go-Jek menggunakan pendekatan *servqual*, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Potencial Gain in Customer Value* (PGCV), dengan hasil pemetaan pada diagram kartesius ketepatan waktu antar menjadi atribut yang kritis dan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Hal tersebut harus di perhatikan dan dijadikan prioritas utama oleh perusahaan Gojek untuk di perbaiki demi pelayanan yang maksimal, terutama pelayanan dalam ranah pesan antar secara *online*.

## **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Tingkat kepuasan pengguna menggunakan metode *importance performance analysis* (IPA) dapat membagi atribut-atribut layanan yang perlu untuk ditingkatkan dan perlu untuk dipertahankan dengan melihat letak kuadran dari masing-masing atribut. Pemilihan variabel dari kualitas layanan, yaitu: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) karena variabel tersebut dapat mengevaluasi kepuasan pengguna berdasarkan pengalaman pengguna dalam menggunakan suatu layanan jasa transportasi *online* perusahaan Gojek. Tingkat kepuasan pengguna dengan metode *importance performance analysis* (IPA) didasarkan pada variabel kualitas layanan yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) dapat dilihat dari nilai IKP sebesar 68,25% yang berarti cukup puas dengan kinerja *driver* perusahaan Gojek yang ada di Kecamatan Umbulharjo Daerah Istimewa Yogyakarta.

### **Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran untuk pihak perusahaan Gojek di kecamatan Umbulharjo Daerah

Istimewa Yogyakarta sebagai berikut:

- a. Perusahaan Gojek dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada pelanggannya dengan memperhatikan atribut yang berada di kuadran kartesius, seperti mempertahankan pelayanan pada kuadran B yang mana kinerja driver pada atribut ini telah sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.
- b. Perusahaan Gojek harus memperhatikan atribut yang berada di kuadran C, karena kualitas layanan pada kuadran ini rendah maka harus di tingkatkan agar pelanggan merasa puas.
- c. Perusahaan Gojek harus tetap memberikan pelayanan yang baik pada atribut-atribut lainnya. Dari segi kualitas fisik perusahaan Gojek bias memberikan atribut pendukung seperti masker, dari segi kualitas daya tanggap pihak perusahaan dapat meningkatkan daya tanggap terhadap kebutuhan pelanggan seperti informasi yang jelas. Dari segi kualitas jaminan, perusahaan Gojek tetap memperhatikan etika driver seperti memberikan senyuman dan juga ramah. Dari segi empati driver perusahaan Gojek tetap menerima keluhan dan saran dari pelanggan ketika terjadi permasalahan pemesanan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adam, Muhammad, (2015), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi, (2013), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik – cet 15*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Eko, Mulyati, (2010), *Kualitas Produk dan Jasa dalam Pemasaran*, Jakarta: Indeks.
- Fandy, Tjiptono, Gregorius Chandra, (2012), *Pemasaran Strategi Mengupas Pemasaran Strategi, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategy Kompetitif – Cet II*, Yogyakarta: C.V ANDI.
- Fatimah, Siti, (2019), *Pengantar Transportasi*, Ponorogo: Myria Publisher.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek\\_\(perusahaan\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek_(perusahaan)), diakses hari kamis tanggal 12 Maret 2020 pukul 21.00.
- <https://www.gojek.com/id/brand-story/>, diakses hari minggu tanggal 12 Juli 2020 pukul 21.40.
- Intan, Ida Ayu, (2015) “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Barunan Sanur, *Jurnal Manajemen Unud*, Vol IV No. 7.
- Imam, Ghozali (2011), *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Januar Effendi, Ali Lilli. (2016) “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung”, *Jurnal Manajemen*, Vol II No.2.

- Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen, Edisi Pertama, Cetakan Pertama*, Jakarta: Pranada Media.
- Nasution, (2011), *Pengantar anajemen Mutu – Cet III*, Jakarta: Erlangga.
- Reza, Dimas Sigit, Farah Oktavia, (2014), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal. Skripsi Sarjana (tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Siyoto Sandu, Sodik Ali, (2015), *Daftar Metodologi Kuantitatif*, Yogyakarta: Literasi Media.
- Sugiyono, (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani, et. al. (2016) “Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol III, No.1.
- Wahyuni, Yuyun, (2016), *Dasar-Dasar Statistik – Cet III*, Yogyakarta: Swacipta Mediatama.
- Wiratna, Sujarweni, W (2019), *SPSS Untuk Penelitian*, Yogyakarta:Pustaka Baru Press.