



Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Sistem Aplikasi Pengguna Gojek terhadap Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun

Chrisna Yudha Mahendra Putra

chrisna.yudha96@gmail.com

Dyah Kurniawati

dykwati@gmail.com

Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun

ABSTRAK

Penyedia jasa transportasi ojek di Indonesia berkembang semakin banyak, namun tingkat keselamatan, kesopanan, perlengkapan keselamatan bagi penumpang kurang diperhatikan oleh penyedia jasa. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kualitas layanan yang dipersepsikan oleh para pengguna GOJEK. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 orang yang pernah menggunakan aplikasi GOJEK minimal 1 kali. Pengambilan data menggunakan instrument kuesioner. Pengujian data menggunakan regresi linear berganda yang diolah dengan program SPSS 17.0 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan dan kualitas sistem aplikasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengukuran kualitas layanan menggunakan variabel *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*, pengukuran kualitas sistem aplikasi menggunakan variabel *easy of use, response time, reliability, flexibility, security* dan pengukuran kepuasan konsumen menggunakan variabel *mystery shopping, sistem keluhan dan saran, lost customer analysis*.

Kata kunci : kualitas layanan, kualitas sistem, kepuasan konsumen, ojek online

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Transportasi termasuk kebutuhan sekunder dalam kehidupan manusia. Dengan menggunakan alat transportasi, manusia dapat dimudahkan dalam melakukan berbagai kegiatan sehari hari. Transportasi dapat dilalui dari jalur darat, jalur laut, dan jalur udara. Disesuaikan dengan kegiatan yang mayoritas masyarakat di Indonesia menggunakan transportasi jalur darat, oleh karena itu jalur darat dianggap lebih mudah untuk menjangkau kebutuhan manusia dengan tujuan tertentu. Untuk mencari tambahan pendapatan, para pekerja yang memiliki motor menyediakan jasa transportasi darat yang dapat memudahkan orang untuk mengantarkan ke tujuan dengan cepat dan meningkat setiap tahunnya. Namun pada saat itu, tingkat keselamatan penumpang, kesopanan dan penetapan harga yang belum menjadi perhatian khusus para pengendara ojek dalam melayani konsumen.

Ada beberapa hal penting yang harus dibenahi sehubungan dengan standart tingkat keselamatan, kesopanan dan penetapan harga masih belum terorganisir secara baik. Tingkat pelayanan pun menjadi tolak ukur bagi konsumen untuk mengambil keputusan dalam menggunakan jasa transportasi. Menurut Kotler (2016:160) kualitas pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi melalui mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang konsumen harapkan dengan apa yang konsumen

rasakan. Konsumen akan menilai kualitas sebuah pelayanan jasa berdasarkan apa yang konsumen rasakan dan deskripsikan dalam benak konsumen.

Perkembangan teknologi membuka kesempatan yang luas terhadap pelaku bisnis untuk melakukan inovasi terbaru dalam melakukan pemasaran. Internet merupakan jaringan yang dapat di sambungkan melalui *gadget* atau *PC*, sehingga memudahkan orang untuk komunikasipun bertransaksi dimanapun dan kapan pun. Dengan inovasi bisnis baru melalui internet, membuka peluang bagi pelaku bisnis dalam melakukan transaksi yang tidak memakan waktu lama dan meminimalisir biaya. Melalui aplikasi yang diciptakan oleh pelaku bisnis maka pengusaha dapat lebih dekat ke konsumen dalam menawarkan produk barang maupun jasa. Sistem aplikasi merupakan suatu alat perantara dalam menghubungkan dua objek bahkan lebih yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu.

Nadiem menciptakan bisnis dalam bidang jasa transportasi berbasis kendaraan bermotor yang dinamakan PT GOJEK Indonesia untuk membantu, mengantarkan dan memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Hadirnya GOJEK Indonesia dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi semua kalangan masyarakat Indonesia yang sudah memiliki identitas diri dan juga memiliki Surat Ijin Mengemudi (SIM) dan dapat menjangkau konsumen dimana pun berada. Para *driver* GOJEK dituntut untuk berperilaku sopan terhadap konsumen dan memberikan pelayanan yang prima terhadap konsumen, dan juga di berikan pelatihan keselamatan berkendara.

Keberadaan GOJEK di Kota Madiun sangat bermanfaat bagi mahasiswa yang merantau di Kota Madiun maupun masyarakat setempat dan mayoritas mahasiswa memiliki *gadget* atau *handphone* sehingga apabila mahasiswa memerlukan sesuatu yang praktis maka menggunakan aplikasi GOJEK. Begitu juga dengan mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang mayoritas menggunakan jasa GOJEK dengan berbagai fitur yang ada di dalam aplikasi menjadi solusi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan. Oleh karena itu, dengan banyaknya pengguna aplikasi GOJEK di kalangan mahasiswa, maka penelitian ini mengambil objek pada mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Rumusan Masalah

- Apakah kualitas layanan GOJEK berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen ?
- Apakah kualitas sistem aplikasi GOJEK berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen ?

Tujuan Penelitian

- Menganalisis signifikansi pengaruh positif kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen.
- Menganalisis signifikansi pengaruh positif kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Layanan

Kualitas layanan terukur apabila dalam pelaksanaannya dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Menurut Tjiptono (2010 : 243) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan kualitas yang tinggi serta dapat memenuhi harapan pelanggan terhadap suatu perusahaan tersebut. Sehingga konsumen akan menilai setelah menggunakan jasa tersebut dan mengevaluasi dalam penggunaan jangka panjang terhadap suatu perusahaan. Timbal balik yang akan dirasakan perusahaan oleh tanggapan konsumen tersebut akan memberikan nilai terkait dengan siklus hidup perusahaan serta penerapan strategi jangka panjang dalam melakukan inovasi. Oleh karena itu, dalam bersaing dengan perusahaan kompetitor juga harus memperhatikan pelayanan kepada konsumen.

Menurut Danang dan Fathonah (2015: 288) terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

- Bukti fisik (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh : gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan karyawan.
- Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Kualitas Sistem Aplikasi

Menurut Susanto (2013 : 22) sistem aplikasi adalah kumpulan atau grup dari sub sistem/bagian/komponen apapun baik fisik ataupun non fisik yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerja sama secara harmonis untuk mencapai satu tujuan tertentu. Apabila pengguna merasa sulit dalam menggunakan aplikasi, maka pengguna berpotensi tidak akan menggunakan aplikasi tersebut dan bahkan pengguna akan menggunakan aplikasi lain yang lebih informatif.

Menurut Delone dan McLean, (2003 : 123) menggunakan 5 indikator dalam pengukuran sebuah kualitas sistem aplikasi, yaitu :

Easy of Use (kemudahan dalam penggunaan): Suatu sistem informasi dapat dikatakan berkualitas jika sistem tersebut dirancang untuk memenuhi kepuasan pengguna melalui kemudahan dalam menggunakan sistem informasi tersebut yang pada akhirnya mempunyai pengaruh pada pemakai individu didalam melakukan pekerjaannya

Response Time (kecepatan akses): Kecepatan akses merupakan salah satu indikator kualitas sistem informasi. Jika akses sistem informasi yang memiliki kecepatan yang optimal maka layak dikatakan bahwa sistem informasi yang diterapkan mempunyai kualitas yang baik. Kecepatan akses akan meningkatkan kepuasan pengguna dalam menggunakan sistem informasi untuk memudahkan proses kerja individu yang akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan.

Reliability (keandalan sistem aplikasi): Keandalan sistem informasi ini adalah ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan. Keandalan sistem informasi dapat dilihat dari sistem informasi yang melayani kebutuhan pengguna tanpa adanya masalah yang dapat mengganggu kenyamanan pengguna dalam menggunakan sistem informasi.

Flexibility (fleksibilitas): Fleksibilitas suatu sistem informasi menunjukkan bahwa sistem informasi yang diterapkan tersebut memiliki kualitas yang baik. Fleksibilitas yang dimaksud adalah kemampuan sistem informasi dalam melakukan perubahan-perubahan kaitannya dengan memenuhi kebutuhan pengguna.

Security (Keamanan): Suatu sistem informasi dikatakan baik jika keamanan sistem tersebut dapat diandalkan. Keamanan sistem ini dapat dilihat melalui data pengguna yang aman disimpan oleh suatu sistem informasi. Jika data pengguna dapat disimpan oleh sistem informasi secara aman maka, akan memperkecil kesempatan pihak lain untuk menyalahgunakan data pengguna sistem informasi.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016:156), bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang diterima dengan harapannya terhadap ekspektasi konsumen. Konsumen akan merasa sangat puas apabila kinerja yang diterima melebihi harapannya. Harapan tersebut terbentuk oleh pengalaman pembelian, pengalaman teman, pengalaman pasar, dan hal lain yang di dapat dari pesaing. Harapan konsumen secara umum meliputi, pelayanan, fasilitas yang nyaman, perasaan aman dalam menggunakan produk maupun jasa. dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen yang timbul setelah menggunakan produk atau jasa sesuai dengan harapan konsumen dan ekspektasi konsumen akan sebuah produk atau jasa. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan tidak puas. Namun, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Dan apabila kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut Kotler dan Keller (2016: 160-164) mengidentifikasi ada empat metode sebagai pengukuran kepuasan konsumen :

Sistem keluh dan Saran: Organisasi yang berorientasi pada konsumen (customer-oriented) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah bagi para konsumennya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan.

Ghost Shopping (Mysteri Shopping): Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing.

Lost Customer Analysis: Perusahaan menghubungi konsumen yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar memahami apa yang telah terjadi.

Survei Kepuasan Konsumen: Sebagian besar riset kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik survey melalui pos, telpon, e-mail, website, maupun wawancara langsung.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Atsatalada & Mudiantono (2012), Veronica (2016) menemukan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi. Penelitian lain yang dilakukan oleh Purba & Endah (2018), Agung (2019) juga menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna transportasi ojek *online*. Dalam penelitian ini mengulas tentang jasa transportasi ojek *online* sehingga yang perlu diteliti pada aspek kualitas layanan yang menjadi tolak ukur konsumen dalam menilai hal yang didapatkan konsumen sesuai dengan harapan konsumen. Oleh karena itu kualitas layanan yang baik memenuhi harapan konsumen bahkan melebihi ekspektasi konsumen maka tingkat kepuasan konsumen akan tercapai.

H₁ : Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

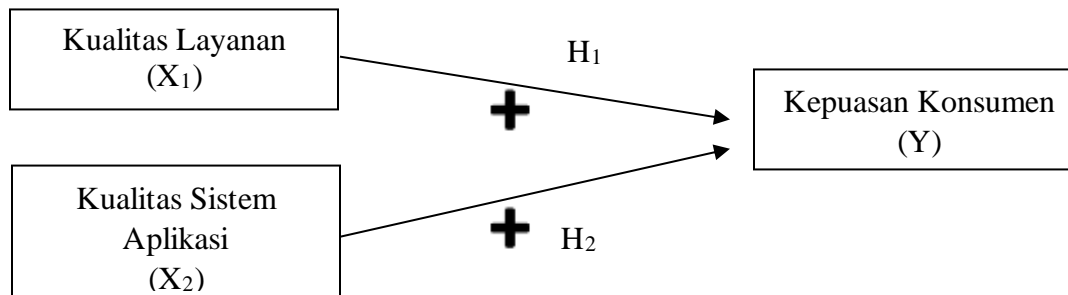
Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widodo, Dwi & Nurchayati (2016) menunjukkan bahwa kualitas sistem aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan sebagai mediasi. Dalam penelitian ini menilai pengalaman konsumen menggunakan aplikasi GOJEK. Karena sistem aplikasi sebagai sarana komunikasi antara pengendara dan konsumen. Oleh karena itu, suatu sistem aplikasi yang mengandung informasi jelas serta memudahkan konsumen dalam menggunakan akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GOJEK.

H₂ : Kualitas sistem aplikasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Berdasarkan kerangka konseptual diatas dapat diketahui bahwa kualitas layanan (X_1), dan kualitas sistem aplikasi (X_2) merupakan variabel independen sedangkan kepuasan konsumen (Y) merupakan variabel dependen.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun yang pernah menggunakan aplikasi GOJEK dengan minimal 1 kali. Bila populasi besar maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam penelitian ini, sampel yang akan diteliti adalah pengguna aplikasi GOJEK di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun. Sebesar 100 responden dengan menggunakan *purposive sampling*.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan adalah perbedaan antara harapan dan kenyataan para konsumen akan layanan yang konsumen terima. Dalam hal ini kualitas layanan yang diberikan *driver* GOJEK terhadap konsumen. Sehingga dapat diketahui dengan cara membandingkan ekspektasi konsumen atas layanan yang diberikan *driver* GOJEK (Lovelock dan Wright, 2018:96). Dengan mengacu pada Rifaldi, Kadunci & Sulistyowati (2016) dimensi dan indikator pengukuran variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. Reliabilitas (*reliability*), diukur dengan 4 butir pernyataan :
 - 1) Menyediakan pelayanan yang tepat waktu
 - 2) Menyediakan pelayanan yang baik sejak awal bertemu hingga akhir
 - 3) Kemampuan memenuhi permintaan konsumen
 - 4) Pelayanan sesuai yang dijanjikan
- b. Daya Tanggap (*responsiveness*), diukur dengan 4 butir pernyataan :
 - 1) Kesiediaan *driver* dalam memberikan layanan yang cepat
 - 2) Kesiediaan *driver* dalam membantu kesulitan pelanggan dengan baik
 - 3) Keluangan waktu *driver* untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat
 - 4) Kejelasan informasi dan penyampaian jasa
- c. Jaminan (*assurance*), diukur dengan 4 butir pernyataan :
 - 1) Reputasi perusahaan yang terjamin

- 2) Keramahan *driver* dalam memberikan pelayanan
 - 3) Rasa aman selama menerima layanan
 - 4) Kesabaran *driver*
- d. Empati (*emphaty*), diukur dengan 3 butir pernyataan :
- 1) Keramahan dalam memberikan keterangan
 - 2) Memahami kebutuhan konsumen
 - 3) Mengutamakan kebutuhan konsumen
- e. Bukti Fisik (*tangible*), diukur dengan 3 butir pernyataan :
- 1) Fasilitas fisik
 - 2) Perlengkapan dan peralatan yang digunakan
 - 3) Penampilan *driver*

Kualitas Sistem Aplikasi

Kualitas sistem aplikasi merupakan sumber informasi yang terkandung dalam sistem aplikasi tersebut. Sehingga mengarah pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, dan kebijakan tertentu yang dapat menjadi kebutuhan pemakai (Susanto, 2013:22). Variabel kualitas sistem aplikasi diukur dengan menggunakan 5 indikator yang dikembangkan oleh Widodo, Dwi & Nurchayati (2016) adalah sebagai berikut :

- a. Kemudahan dalam penggunaan
- b. Kecepatan akses
- c. Keandalan sistem aplikasi
- d. Fleksibilitas
- e. Keamanan

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang diterima dengan harapannya. Harapan tersebut terbentuk oleh pengalaman pembelian, pengalaman teman, pengalaman pasar, dan hal lain yang di dapat dari pesaing (Kotler dan Keller, 2016 : 156). Variabel kepuasan konsumen diukur dengan indikator yang telah dikembangkan oleh Rifaldi, Kadunci & Sulistyowati (2016) sebagai berikut:

- a. Terpenuhinya harapan konsumen terhadap pelayanan
- b. Perasaan puas menggunakan jasa
- c. Kepuasan terhadap fasilitas

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Responden

GOJEK merupakan perusahaan *start up* yang awalnya fokus kepada jasa transportasi khususnya ojek bersifat *online*, sekarang GOJEK telah melakukan inovasi dengan memiliki berbagai layanan yang dapat menjadi solusi dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Perusahaan yang didirikan pada tahun 2010 di Jakarta, Indonesia oleh hasil kolaborasi Nadiem Makarim dan Michaelangelo. Kehadiran GOJEK guna membantu, mengantarkan dan memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Dalam penyebarannya, hingga saat ini GOJEK telah beroperasi di 167 kota dan kabupaten dari Sabang ujung paling barat sampai Merauke ujung paling timur Indonesia, dan bahkan GOJEK terus memperluas jangkauan konsumennya hingga luar negeri seperti Thailand, Vietnam dan Singapura. (<https://www.GOJEK.com/about/>).

Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan secara *online* dengan menggunakan *google form* sejumlah 100 mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun sebagai responden. Adapun karakteristik pemilihan responden berdasarkan jenis kelamin, program studi, semester, dan jumlah penggunaan aplikasi GOJEK diuraikan sebagai berikut :

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Katagori	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	32	32 %
Perempuan	68	68 %
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin sejumlah 32 mahasiswa atau 32% berjenis kelamin laki – laki, dan sejumlah 68% berjenis perempuan. Dengan demikian mayoritas yang menjadi responden yaitu Perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

No	Program Studi	Jumlah Responden	Persentase
1.	Bimbingan dan Konseling	3	3%
2.	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia	3	3%
3.	Pendidikan Matematika	3	3%
4.	Sastra Inggris	5	5%
5.	Biologi	2	2%
6.	Farmasi	22	22%
7.	Teknik Industri	5	5%
8.	Manajemen	31	31%
9.	Akuntansi	21	21%
10.	Psikologi	5	5%
	Jumlah	100	100%

Berdasarkan data tabel 2 karakteristik responden menurut program studi Bimbingan dan Konseling sejumlah 3 mahasiswa atau (3%) , Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia sejumlah 3 mahasiswa atau (3%), Pendidikan Matematika sejumlah 3 mahasiswa atau (3%), Sastra Inggris sejumlah 5 mahasiswa atau (5%), Biologi sejumlah 2 mahasiswa atau (2%), Farmasi sejumlah 22 mahasiswa atau (22%), Teknik Industri sejumlah 5 mahasiswa atau (5%), Manajemen sejumlah 31 mahasiswa atau (31%), Akuntansi sejumlah 21 mahasiswa atau (21%), dan Psikologi sejumlah 5 mahasiswa atau (5%).

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Semester	Jumlah Responden	Persentase
1	12	12%
3	14	14%
5	15	15%
7	32	32%
9	27	27%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel 3 karakteristik mahasiswa yang menjadi responden berdasarkan semester yaitu semester 1 sejumlah 12 mahasiswa (12%), semester 3 sejumlah 14 mahasiswa atau (14%), semester 5 sejumlah 15 mahasiswa atau 15%, semester 7 sejumlah 32 mahasiswa atau 32%, semester 9 sejumlah 27 mahasiswa atau 27%.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi GOJEK

Penggunaan aplikasi GOJEK	Jumlah Responden	Persentase
1 kali	41	41%
2 kali	21	21%
3 kali	14	14%
4 kali	4	4%
> 4 kali	20	20%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel 4 karakteristik responden berdasarkan kategori banyaknya penggunaan aplikasi GOJEK dalam kurun waktu seminggu terakhir 1 kali sejumlah 41 mahasiswa atau (41%), 2 kali sejumlah 21 mahasiswa atau (21%), 3 kali sejumlah 14 mahasiswa atau (14%), 4 kali sejumlah 4 mahasiswa atau 4%, dan yang > 4 kali sejumlah 20 mahasiswa atau 20%.

Tabel 5. Tanggapan Responden

No.	Variabel	Indikator Pengukuran	Mean	Kriteria
1.		<i>Driver</i> GO-JEK menyediakan pelayanan yang tepat waktu	3,85	Tinggi
2.		<i>Driver</i> GO-JEK menyediakan pelayanan yang baik sejak awal pemesanan hingga akhir transaksi.	4,02	Tinggi
3.		<i>Driver</i> GO-JEK memberikan pelayanan yang sesuai permintaan konsumen.	4,06	Tinggi
4.		<i>Driver</i> GO-JEK memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan.	3,93	Tinggi
5.		Kesediaan <i>driver</i> dalam memberikan pelayanan yang cepat.	3,74	Tinggi
6.		Kesediaan <i>driver</i> dalam membantu kesulitan konsumen dengan baik.	3,84	Tinggi
7.	Kualitas Layanan	<i>Driver</i> meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan dengan baik.	3,89	Tinggi
8.		<i>Driver</i> GO-JEK memberikan informasi dan penyampaian jasa dengan jelas.	3,83	Tinggi
9.		GO-JEK memiliki reputasi yang terjamin.	3,89	Tinggi
10.		<i>Driver</i> GO-JEK ramah dalam memberikan pelayanan.	3,9	Tinggi
11.		Saya merasa aman selama menggunakan pelayanan GO-JEK.	3,81	Tinggi
12.		<i>Driver</i> GO-JEK sabar melayani konsumen.	3,93	Tinggi
13.		<i>Driver</i> GO-JEK ramah dalam memberikan keterangan.	3,91	Tinggi
14.		<i>Driver</i> memahami kebutuhan konsumen.	3,76	Tinggi
15.		<i>Driver</i> mengutamakan kebutuhan konsumen.	3,92	Tinggi

16.		Fasilitas fisik yang disediakan GO-JEK sudah baik.	3,77	Tinggi
17.		<i>Driver</i> GO-JEK memberikan perlengkapan keamanan berkendara seperti helm untuk digunakan oleh konsumen.	4,21	Sangat Tinggi
18.		<i>Driver</i> GO-JEK selalu menggunakan identitas perusahaan berupa jaket berwarna hijau yang berlogo GO-JEK.	4,18	Tinggi
Rata-rata			3,91	Tinggi
1.		Aplikasi GO-JEK mudah diakses.	4,15	Tinggi
2.		Aplikasi GO-JEK memiliki kecepatan akses yang baik.	3,9	Tinggi
3.	Kualitas Sistem	Aplikasi GO-JEK memiliki konten atau layanan yang dapat diakses tanpa adanya masalah.	3,73	Tinggi
4.	Aplikasi	Aplikasi GO-JEK memiliki fleksibilitas yang baik dalam memenuhi kebutuhan pengguna.	3,89	Tinggi
5.		Transaksi melalui aplikasi GO-JEK memiliki keamanan yang tinggi.	3,81	Tinggi
Rata-rata			3,90	Tinggi
1.		Layanan yang diberikan GO-JEK sesuai dengan apa yang saya harapkan	3,93	Tinggi
2.	Kepuasan Konsumen	Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh GO-JEK	4	Tinggi
3.		Saya puas dengan fasilitas GO-JEK daripada penyedia layanan transportasi ojek online lain.	3,8	Tinggi
Rata-rata			3,91	Tinggi

Berdasarkan penyebaran kuesioner rata-rata jawaban responden atas item pengukuran dari masing-masing variabel dijelaskan sesuai dengan tabel 5. Dari jawaban responden berdasarkan variabel kualitas layanan dengan pengukuran 18 item pernyataan memiliki *mean* atau rata-rata 3,91 yang memiliki kriteria sangat tinggi. Variabel kualitas sistem aplikasi dari 5 item pernyataan memiliki rata-rata 3,90 dengan kriteria tinggi. Juga variabel kepuasan konsumen dari 3 item pernyataan menunjukkan bahwa jawaban responden dengan rata-rata sebesar 3,91 yang memiliki kriteria tinggi.

Tabel 6. Uji Validitas & Uji Reliabilitas

No	Variabel	Item Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r tabel (α)= 0,05= 0,1654	Keterangan	Nilai Alpha Hitung
1.	Kualitas Layanan	KL1	0,503	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	0,913
		KL2	0,677	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL3	0,629	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL4	0,623	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL5	0,589	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL6	0,560	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL7	0,582	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL8	0,572	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL9	0,505	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL10	0,638	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL11	0,606	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL12	0,675	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL13	0,571	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL14	0,567	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL15	0,565	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL16	0,636	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	

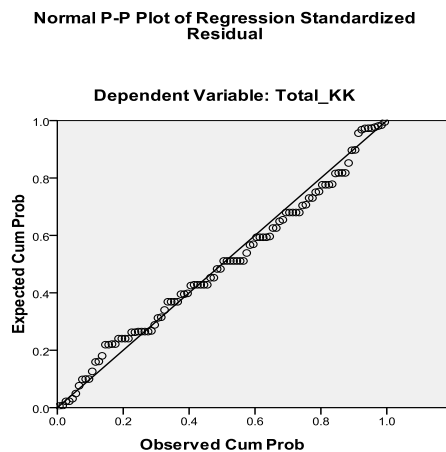
		KL17	0,515	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KL18	0,492	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
2.	Kualitas Sistem Aplikasi	KS01	0,513	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	0,822
		KS02	0,702	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KS03	0,705	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KS04	0,609	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KS05	0,560	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
3.	Kepuasan Konsumen	KK1	0,561	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	0,747
		KK2	0,671	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
		KK3	0,517	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	

Uji Validitas

Berdasarkan analisis pada tabel 6 diperoleh semua item valid konstanta nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,164) Suatu variabel atau konstruk dikatakan reliabel apabila memiliki statistik *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$. Berdasarkan pada tabel 6 menunjukkan bahwa hasil nilai *Cronbach Alpha* hitung masing-masing variabel lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam kuesioner pada masing-masing variabel adalah reliabel.

Uji Normalitas

Dalam pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat bentuk distribusi datanya melalui histogram maupun *normal probability plot*.



Gambar 1. Grafik Normal Plot

Terlihat pada gambar 1 menunjukkan bahwa data terlihat normal dengan melihat titik berada pada sekitar garis diagonal.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2014:33) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independent / bebas. Multikolinieritas pada penelitian ini dengan melihat nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* yang dapat mengidentifikasi ada atau tidaknya masalah multikolinieritas. Apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan *variance inflation* (VIF) < 10 maka tidak terjadi masalah multikolenieritas antar variabel independen.

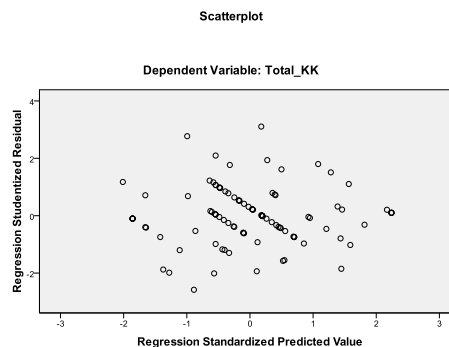
Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Keterangan
Kualitas Layanan	0,417	2,396	Tidak terjadi Multikolenieritas

Kualitas Sistem Aplikasi	0,417	2,396	Tidak terjadi Multikolenieritas
--------------------------	-------	-------	---------------------------------

Pada tabel 7 menunjukkan nilai *tolerance* menunjukkan nilai *tolerance* model regresi pada variabel kualitas layanan sebesar 0,417 dan kualitas sistem aplikasi sebesar 0,417 memiliki nilai $> 0,10$. Nilai *variance inflation* (VIF) pada model regresi variabel kualitas layanan 2,396 dan kualitas sistem aplikasi sebesar 2,396 memiliki nilai < 10 . Sehingga disimpulkan bahwa hasil pengujian tidak terjadi multikolenieritas antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Pada gambar 2 (Grafik Scatterplot) terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak untuk memprediksi variabel kepuasan konsumen berdasarkan masukan variabel kualitas layanan dan kualitas sistem aplikasi.

Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen (Ghozali, 2014:19).

Tabel 8. Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients Beta	t Hitung	Sig. (0,05)	Sig.satu sisi	Keterangan	R ²
Constant	0,385					
Kualitas Layanan	0,101	5,815	0,000	0,000	Signifikan	0,681
Kualitas Sistem Aplikasi	0,218	4,064	0,000	0,000	Signifikan	

Berdasarkan tabel 8 dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

$$Y = 0,385 + 0,101 X_1 + 0,218 X_2$$

Nilai persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 0,385 dengan menganggap variabel kualitas layanan (X₁) dan kualitas sistem aplikasi (X₂) dianggap nol, maka besarnya kenaikan kepuasan konsumen (Y) adalah 0,385.
- Nilai koefisien variabel kualitas layanan (X₁) sebesar 0,101 artinya setiap peningkatan kualitas layanan juga akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,101 dengan asumsi variabel kualitas sistem aplikasi bernilai tetap.
- Nilai koefisien variabel kualitas sistem aplikasi (X₂) sebesar 0,218 artinya setiap peningkatan kualitas sistem aplikasi juga akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,218.

Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 8, nilai uji t statistik menunjukkan bahwa pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen: Nilai t hitung $5,815 > t$ tabel $1,66055$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada pengguna GOJEK.

Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi terhadap Kepuasan Konsumen: Nilai t hitung $4,064 > t$ tabel $1,66055$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem aplikasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi GOJEK.

Koefisien Determinasi

Pada tabel 8 diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,681$ artinya $68,1\%$ perubahan tingkat kepuasan konsumen disebabkan karena variabel kualitas layanan dan kualitas sistem aplikasi, sedangkan sisanya $31,9\%$ ($100\% - 68,1\% = 31,9\%$) disebabkan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam persamaan model ini. Nilai R^2 dikatakan baik mendekati satu karena nilai R^2 berkisar nol sampai satu (Ghozali, 2014:45).

Pembahasan dan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna GOJEK

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t hitung $5,815 > t$ tabel $1,66055$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yaitu variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan pengguna transportasi ojek online. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Atsatalada & Mudiantono (2012), Rifaldi, Kadunci & Sulistyowati (2016), Purba & Endah (2018), dan Suneni, Rivai & Febrilia (2019), menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna transportasi ojek *online*. Dalam hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas layanan yang dirasakan oleh konsumen maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Hasil ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan dengan indikator reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik meningkatkan kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini variabel kualitas layanan merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Lovelock dan Wright (2018:96) bahwa kualitas layanan merupakan evaluasi jangka panjang konsumen atau pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan sehingga pelanggan akan menilai tingkat kepuasan atau tidak kepuasan konsumen setelah menggunakan jasa dan menggunakan informasi ini untuk memperbarui persepsi konsumen tentang kualitas layanan tersebut.

Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna GOJEK

Hasil analisis menunjukkan nilai t hitung $4,064 > t$ tabel $1,66055$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yaitu variabel kualitas sistem aplikasi berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Widodo, Dwi & Nurchayati (2016) menemukan bahwa variabel kualitas sistem aplikasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Agus (2008) bahwa semakin tinggi kualitas sistem aplikasi yang dirasakan oleh konsumen maka semakin tinggi (kuat) tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa tingkat kebutuhan konsumen akan sebuah produk melalui jasa serta diikuti dengan perkembangan teknologi semakin maju sehingga perusahaan *start-up* memberikan kemudahan kepada konsumen dalam menciptakan efisiensi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, keberadaan GOJEK telah membantu konsumen lebih praktis dalam memenuhi kebutuhan sehingga menimbulkan rasa kepuasan konsumen. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa kualitas sistem aplikasi

dengan indikator kemudahan dalam penggunaan, kecepatan akses, keandalan sistem aplikasi, fleksibilitas, serta keamanan pengguna aplikasi menimbulkan kepuasan konsumen.

Dalam hal ini penelitian yang dilakukan Delone dan McLean (2003:110) mengemukakan bahwa kualitas sistem aplikasi merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, dan kebijakan prosedur dari sistem aplikasi informasi yang dapat menyediakan informasi kebutuhan pengguna. Oleh karena itu performa sistem aplikasi yang baik menjadi faktor memengaruhi secara signifikan atas kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi GOJEK.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,815 > t_{tabel} sebesar 1,66055 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, artinya semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan oleh konsumen dapat mempengaruhi semakin tingginya kepuasan konsumen dan menjadi variabel yang berpengaruh dominan pada penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa atribut reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dapat memengaruhi kepuasan konsumen pengguna GOJEK.

Variabel kualitas sistem aplikasi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,064 > t_{tabel} sebesar 1,66055 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, artinya semakin tinggi kualitas sistem aplikasi yang dirasakan oleh konsumen dapat memengaruhi tingginya kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa atribut kemudahan dalam penggunaan, kecepatan akses, keandalan sistem aplikasi, fleksibilitas dan keamanan dapat memengaruhi kepuasan konsumen pengguna GOJEK.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang diberikan bagi peneliti selanjutnya adalah memperluas populasi untuk mengambil sampel agar tanggapan responden lebih akurat dan berguna untuk GOJEK dalam melakukan inovasi dari segi kualitas layanan, kualitas sistem aplikasi, dan kepuasan konsumen, serta perlu menambah jumlah variabel lain seperti keberadaan fitur baru dalam layanan GOJEK dan harga sebagai pendorong untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Karena dalam penelitian ini membahas tentang variabel kualitas layanan dan kualitas sistem aplikasi artinya masih belum memberikan informasi yang lengkap terkait oleh variabel kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai R^2 yang masih tinggi yaitu sebesar 68,1% dan masih ada 31,9% yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Atsatalada, N & Mudiantono. 2012. Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi PO Sumber Alam. Universitas Diponegoro.
- Danang, S & Fathonah, E.P. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : CAPS
- Purba, I. & Endah, K. 2018. Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online di Kota Medan, Universitas Prima Indonesia, Medan. Purba & Endah
- Kotler, P & Keller, K L. 2016, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi ketigabelas. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, Christopher H & Lauren K. Wright. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. INDEKS.
- Rifaldi; Kadunci & Sulistyowati. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online GOJEK Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/i Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta.

- Suneni, Rivai A. & Febrilia, I. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online GRAB. Universitas Negeri Jakarta.
- Susanto, Azhar. 2013. *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung: Lingga Jaya.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Prinsip – Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Widodo A, Dwi HR & Nurchayati. 2016. Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi RTS (Rail Ticketing System) Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. Penumpang “KAI” Ekonomi Operasi 4 Semarang.



Hak Kopy (*copyright*) atas Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi ada pada penerbit dengan demikian isinya tidak diperkenankan untuk dikopi atau di-*email* secara masal atau dipasang diberbagai situs tanpa ijin tertulis dari penerbit. Namun demikian dokumen ini dapat diprint diunduh, atau di-*email* untuk kepentingan atau secara individual.