

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK (*E-SERVICE QUALITY*)
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BISNIS JASA
TRANSPORTASI GOJEK**

Hilma Nur Fidia, Titik Desi Harsoyo

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

hilmanrfidia@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy* dan *Responsiveness* terhadap Kepuasan Pelanggan layanan jasa transportasi GOJEK. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal. Sampel penelitian ini adalah pelanggan berusia minimal 17 tahun dengan menggunakan layanan jasa transportasi GOJEK minimal satu tahun. Sampel yang diambil dengan teknik Random Sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Variabel Terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan, sedangkan Variabel Bebas dalam penelitian ini adalah *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy* dan *Responsiveness*. Analisis yang dilakukan menggunakan metode uji asumsi klasik, koefisien determinasi, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *Efficiency* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan layanan jasa transportasi GOJEK; 2) *Fulfillment* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan layanan jasa transportasi GOJEK; 3) *System Availability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan layanan jasa transportasi GOJEK; 4) *Privacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan layanan jasa transportasi GOJEK; 5) *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan layanan jasa transportasi GOJEK.

Kata Kunci: *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, Responsiveness* dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of efficiency, fulfillment, system availability, privacy and responsiveness on customer satisfaction of gojek transportation service business. This type of research is causal quantitative research. The sample of this study is consumers aged at least 17 years who using GOJEK transportation service business for at least 1 year. Data were collected using a questionnaire. The bound variable in this study was the satisfaction to customers in gojek transportation service business, while the independent variable in this study was the efficiency, fulfillment, system availability, privacy and responsiveness. The analysis was performed using the classical assumption test methods, coefficient of determination, and multiple linear regression. The results showed that: 1) efficiency has no significant effect on customer satisfaction of gojek transportation service business; 2) fulfillment had a significant effect on customer satisfaction of gojek



*Dan Strategi
Jurnal Perilaku
Dan Strategi
Bisnis* Vol.10 No.1, 2022

Vol.10 No.1, 2022

Hal. 79- 103

transportation service business; 3) system availability significantly influences the customer satisfaction of gojek transportation service business; 4) privacy quality does not significantly influence the customer satisfaction of gojek transportation service business; 5) responsiveness influences the customer satisfaction of gojek transportation service business.

Keywords: *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, Responsiveness and Customer Satisfaction*

1. PENDAHULUAN.

Latar Belakang

Di era globalisasi, transportasi terus mengalami perkembangan dalam berbagai dibidang kehidupan, untuk menunjang perkembangan ekonomi perlu dicapai keseimbangan antara penyediaan dan permintaan jasa transportasi. Jasa Transportasi merupakan sarana yang sangat penting di dalam kehidupan karena transportasi digunakan untuk memperlancar aktifitas sehari-hari dan setiap orang tentu membutuhkan transportasi dalam berbagai kegiatan seperti bekerja, bersekolah, bepergian maupun aktifitas lainnya

Kini transportasi berbasis online banyak diminati oleh masyarakat. Beberapa besar masyarakat indonesia tertarik dan berminat memakai jasa transportasi berbasis online, karena dengan hanya bermodalkan *smartphone* dan kuota internet masyarakat dapat mengorder layanan dengan mudah. Transportasi online harus menyadari bahwa kunci sukses dalam melakukan bisnis dibidang jasa ini adalah memperhatikan faktor kenyamanan yang menunjang kecepatan, kelancaran perjalanan transportasi (Utami, 2009). Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Ningsih dan Suryalena, 2018).

Salah satu transportasi berbasis online adalah layanan jasa transportasi GOJEK. PT. GOJEK Indonesia berdiri pada tahun 2010 di Jakarta yang didirikan oleh Nadiem Makarim yang saat ini menjadi Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia (2019 sampai sekarang). GOJEK merupakan salah satu jasa transportasi yang ada di Indonesia yang dimana merupakan jasa transportasi berbasis online dengan menggunakan aplikasi. GOJEK hadir sebagai solusi dari banyak masalah yaitu kondisi angkutan umum yang belakangan ini kurang aman, merupakan solusi yang mempertemukan penyedia jasa ojek dengan pelanggan yang membutuhkan.

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Jasa Transportasi Online Tahun 2017

No.	Jasa Transportasi Online	TBI 2017	TOP
1	Gojek	59,2%	TOP
2	Grab	28,2%	TOP
3	Uber	8,0%	
4	Blue-Jek	0,3%	

Sumber: Website *Top Brand Award* Transportasi Online (2017)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa diantara beberapa jasa transportasi online yang terdiri dari Gojek, Grab, Uber dan Blue-Jek. Gojek dan Grab berada pada kategori TOP sebab kedua jasa transportasi online tersebut lebih diminati dikalangan masyarakat dibandingkan dengan kedua pesaingnya yaitu Uber dan Blue-Jek. Berdasarkan data *Top Brand Award* Tahun 2017 kategori transportasi online di atas dapat disimpulkan bahwa beberapa jasa transportasi online yang ada di Indonesia mendapatkan *Top Brand Award* di antara pesaingnya meskipun jarak persentase setiap jasa transportasi online cukup jauh.

Tingginya minat masyarakat terhadap penggunaan jasa transportasi Gojek pada saat ini dikarenakan berbagai macam fasilitas, layanan dan kemudahan yang disediakan oleh GOJEK seperti layanan produk/jasa yang ditawarkan serta aplikasi yang mudah ketika digunakan. *Efficiency* menjadi bagian penting sebagai alat ukur dari pelayanan. Pada saat yang bersamaan, aspek efisiensi mempengaruhi harapan pelanggan, karena dengan efisiensi yang baik maka harapan pelanggan akan lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan GOJEK dan pengemudi harus memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan erat dengan kepuasan pelanggan seperti memperhatikan indikator yang ada di *efficiency* (Jain dan Kumar, 2011) yaitu meliputi kemudahan dan kecepatan dalam mengakses situs layanan, kemudahan untuk menemukan apa yang dibutuhkan pelanggan ketika melakukan pemesanan dan mengenai informasi pemesanan di dalam aplikasi harus tersusun dengan baik.

Fulfillment menjadi bagian penting sebagai alat ukur dari pelayanan, karena akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dari perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan GOJEK dan pengemudi harus memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan erat dengan kepuasan pelanggan seperti memperhatikan indikator yang ada di *fulfillment* (Jain dan Kumar, 2011) yaitu meliputi aplikasi menyediakan beragam jenis cara bertransaksi, transaksi menjadi lebih praktis dan efektif dan perintah yang diberikan pada aplikasi berjalan sesuai dengan janji.

System availability menjadi bagian penting sebagai alat ukur pelayanan, karena akan meningkatkan kemudahan pelanggan untuk mendapatkan pengemudi GOJEK serta menghindari adanya gangguan seperti fungsi tombol atau yang link yang tidak berfungsi di *website*, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan GOJEK dan pengemudi harus memberikan dorongan kepada pelanggan

untuk menjalin ikatan hubungan erat dengan kepuasan pelanggan seperti memperhatikan indikator yang ada di *system availability* (Jain dan Kumar, 2011) yaitu meliputi transaksi yang tidak sering mengalami *crash* (sistem tidak berfungsi), aplikasi beroperasi dengan baik dan tidak ada hambatan yang berarti yang dapat mengganggu proses transaksi di situs layanan online.

Privacy menjadi bagian penting sebagai alat ukur pelayanan, karena akan dapat meningkatkan keamanan dan melindungi data pelanggan pada saat melakukan pemesanan dan pembayaran, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada bisnis jasa transportasi GOJEK. Oleh karena itu, perusahaan GOJEK dan pengemudi harus memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan erat dengan kepuasan pelanggan seperti memperhatikan indikator yang ada di *privacy* (Jain dan Kumar, 2011) yaitu meliputi data pribadi pelanggan terlindungi, data transaksi pelanggan terlindungi, dan situs dapat melindungi data kartu kredit pelanggan.

Responsiveness menjadi bagian penting sebagai alat ukur pelayanan, karena akan meningkatkan kecepatan daya tanggap perusahaan GOJEK atau pengemudi dalam melayani pelanggan, contohnya ketika menerima keluhan dari pelanggan, kesiapan dalam mengatasi masalah yang timbul pada kendaraan yang digunakan GOJEK seperti ban bocor dan daya tanggap pengemudi dalam menangani respon permintaan atau keinginan dari pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan GOJEK dan pengemudi harus memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan erat dengan kepuasan pelanggan seperti memperhatikan indikator yang ada di *responsiveness* (Jain dan Kumar, 2011) yaitu kemampuan serta kecepatan situs layanan online untuk tanggap dalam menghadapi keluhan dari pelanggan dan masalah yang timbul dan ketepatan serta kecepatan dalam pelayanan.

Gojek kini sudah jadi aplikasi *on-demand* nomor satu di Indonesia. Aplikasi ini paling banyak digunakan oleh pelanggan Indonesia, dengan jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak sepanjang 2018 dan lebih tinggi dibandingkan kompetitor. Dalam laporan *App Annie* yang bertajuk *The State of Mobile 2019* menyatakan Gojek menjadi aplikasi *ride sharing* yang paling banyak digunakan di Indonesia. *Founder* dan Global CEO Gojek mengatakan dalam kurun 2016 hingga 2018 Gojek mencatatkan pertumbuhan *gross transaction Value* naik 13,5 kali lipat. Keberhasilan GOJEK mengembangkan platform *super-app* yang menghubungkan jutaan rakyat Indonesia telah menjadikan GOJEK salah satu akselerator utama pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Berdasarkan laporan Google dan Temasek, ekonomi digital Indonesia memiliki pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara. (Sumber: cnbc.indonesia.com).

Walaupun GOJEK menjadi transportasi online pertama yang melayani masyarakat Indonesia, akan tetapi jika dibandingkan dengan persentase dari tahun ke tahun berdasarkan data *Top Brand Index* (TBI) kategori transportasi online, Gojek terus mengalami penurunan.

Tabel 1.2 Persentase Penurunan Gojek dalam Kategori Transportasi Online

Tahun	Persentase	TBI
2016	80,8%	TOP 1
2017	59,2%	TOP 1
2018	44,9%	TOP 2

Sumber: Website *Top Brand Award* Transportasi Gojek (2018)

Berdasarkan pada Tabel 1.2 menunjukkan adanya penurunan persentase GOJEK dari tahun 2016 sampai tahun 2018. Penurunan persentase ini mengakibatkan turunnya posisi Gojek dari TOP 1 (tahun 2016-2017) hingga berada di posisi TOP 2 (tahun 2018), dimana TOP 1 pada tahun 2018 kategori transportasi online telah dimenangkan oleh GRAB dengan persentase sebesar 48,0 %.

Penurunan persentase GOJEK ini disebabkan karena beberapa hal, dimana dari hasil analisis awal ditemukan adanya suatu fenomena yang menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yang dilakukan oleh GOJEK maupun pengemudi GOJEK masih memiliki kelemahan, diantaranya yang pertama adalah lamanya proses dalam mencari pengemudi dalam melakukan pemesanan sehingga pemesanan sering gagal dan harus diulang beberapa kali. Yang kedua adalah beberapa dari pengemudi GOJEK masih ada yang kurang mengetahui mengenai rute tempat tujuan sehingga membuat kedatangan pengemudi menjadi terlambat yang dimana hal ini dapat merugikan pelanggan. Yang ketiga adalah aplikasi GOJEK masih sering mengalami gangguan seperti salah satunya contohnya yaitu *missing link*. Yang keempat adalah data pribadi maupun transaksi dari pelanggan tidak terjamin aman karena aplikasi GOJEK merekam perjalanan secara detail seperti lokasi penjemputan-tujuan pergi, nomor *handphone* serta email dan *balance gopay* dari pelanggan yang dimana hal ini akan membuat data pengguna layanan GOJEK bisa diakses secara detail lewat sebuah pinjaman online. Yang kelima yaitu GOJEK dan pengemudi GOJEK masih dinilai kurang mampu dalam menghadapi serta menanggapi keluhan-keluhan dari pelanggan (Sumber: Liputan6.com, 2019 dan Kompas.com, 2019).

Terkait tema mengenai kepuasan pelanggan ditinjau dengan melakukan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini memfokuskan pada penggunaan variabel *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, *privacy* dan *responsiveness*. Dengan demikian dilakukan penelitian terdahulu yang memiliki perhatian sama dengan tema penelitian ini menghasilkan penelitian yang berbeda-beda.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Transportasi GOJEK.”**

2. LANDASAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan. Menurut Susanti (2012), Kepuasan pelanggan merupakan mabel yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Sedangkan menurut Bachtiar (2011), kepuasan pelanggan merupakan perasaan positif pelanggan yang berhubungan dengan produk atau jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk. Definisi kepuasan pelanggan menurut Kohler (2014) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Tjiptono (2011) merumuskan “Kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan penilaian *evaluative* purnabeli yang dihasilkan dari seleksi spesifik.

Efficiency

Menurut Jain dan Kumar (2011) *efficiency* yaitu upaya minimal yang dilakukan oleh pelanggan untuk mengakses *website*, mencari produk atau jasa yang di inginkan dengan tepat dan informasi yang berkaitan dengan produk atau jasa tersebut, serta meninggalkan situs yang bersangkutan dengan upaya minimal. *Efficiency* dianggap penting dalam kualitas pelayanan elektronik karena dapat memberikan kemudahan kenyamanan dalam memesan jasa.

Fulfillment

Menurut Jain dan Kumar (2011) *fulfillment* adalah membandingkan kinerja aktual perusahaan dengan apa yang dijanjikan melalui *website*, mencakup akurasi janji layanan seperti kedatangan jasa dan ketersediaan item yang dapat dipenuhi. Berhubungan dengan akurasi dari janji layanan, persediaan jasa yang baik, dan datang pada waktu dan tempat yang dijanjikan.

System Availability

Menurut Jain dan Kumar (2011) *system availability* adalah fungsionalitas teknik situs bersangkutan yang berfungsi sebagaimana mestinya. Berhubungan dengan fungsional teknik dari situs berkaitan dengan masalah teknikal seperti tombol yang tidak bekerja dan missing link, yang dapat menyebabkan pelanggan kecewa dan memutuskan untuk keluar dari situs.

Privacy

Menurut Jain dan Kumar (2011) *privacy* adalah jaminan dan kemampuan perusahaan dalam menjaga integritas data dari pelanggan atau tingkat dimana situs aman dan melindungi informasi pelanggan. Jika situs dapat menjamin dan melindungi informasi dari pelanggan, maka pelanggan akan merasa nyaman dan puas dalam menggunakan situs *website*, sehingga hal tersebut dapat mengurangi potensi hal yang tidak menyenangkan.

Responsiveness

Menurut Jain dan Kumar (2011) *responsiveness* adalah kemampuan dari penyedia jasa yang melaksanakan pelayanan secara bertanggung jawab dengan cara memberikan respon cepat, tepat sehingga membantu mengatasi persoalan yang dihadapi pelanggan. *Responsiveness* berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan pelanggan serta mengkonfirmasi kapan saja layanan akan diberikan dan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk hadir secara sukarela kepada pelanggan, memberikan layanan dan perhatian sebagai bentuk tanggung jawab.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan enam variabel yaitu variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan dan variabel bebas yaitu *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy* dan *Responsiveness*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal. Sumber data yang didapat oleh peneliti adalah 100 orang pengguna layanan jasa transportasi GOJEK minimal penggunaan 1 tahun. Dan sumber sekunder diperoleh dari media elektronik. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, dan koefisien determinasi,

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2010). Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Uji validitas yang dilakukan untuk mengetahui kesejajaran adalah dengan menggunakan teknik korelasi *pearson product moment* antar masing-masing item yang mengukur suatu variabel dengan jumlah total variabel tersebut.

Dalam penelitian ini digunakan distribusi nilai r_{tabel} dan nilai signifikansi 5%. Nilai r_{tabel} menunjukkan jika jumlah responden mencapai 100 orang, maka nilai r_{tabel} adalah sebesar 0,195 sehingga jika nilai $r_{tabel} = > 0,195$ maka dapat disimpulkan bahwa

instrumen tersebut valid, sebaliknya jika nilai r tabel $< 0,195$ maka instrumen dinyatakan tidak valid. Nilai signifikansi korekasi (α) = 5% atau 0.05 sehingga jika nilai signifikansi menunjukkan angka $< 5\%$ maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut valid, sebaliknya jika nilai signifikansi $> 5\%$ maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel *Efficiency*

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	$r_{\text{tabel } 5\%}$ (100)	Sig.	Keterangan
<i>Efficiency</i>	E1	0,836	0,195	0,000	Valid
	E2	0,877	0,195	0,000	Valid
	E3	0,797	0,195	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui nilai r_{tabel} dan nilai signifikansi korelasi masing-masing item. Beberapa pernyataan yang valid memiliki nilai $r_{\text{tabel}} > 0,195$ dan signifikansi korelasi dari $\alpha < 0,05$ maka dapat dinyatakan masing-masing beberapa pernyataan pada variabel *Efficiency* adalah valid, sehingga seluruh item pernyataan mampu digunakan untuk mengukur variabel *Efficiency*.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel *Fulfillment*

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	$r_{\text{tabel } 5\%}$ (100)	Sig.	Keterangan
<i>Fulfillment</i>	F1	0,808	0,195	0,000	Valid
	F2	0,883	0,195	0,000	Valid
	F3	0,723	0,195	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui nilai r_{tabel} dan nilai signifikansi korelasi masing-masing item. Beberapa pernyataan yang valid memiliki nilai $r_{\text{tabel}} > 0,195$ dan signifikansi korelasi dari $\alpha < 0,05$ maka dapat dinyatakan masing-masing beberapa pernyataan pada variabel *Fulfillment* adalah valid, sehingga seluruh item pernyataan mampu digunakan untuk mengukur variabel *Fulfillment*.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel *System Availability*

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	$r_{\text{tabel 5\%}}$ (100)	Sig.	Keterangan
<i>System Availability</i>	SA1	0,590	0,195	0,000	Valid
	SA2	0,863	0,195	0,000	Valid
	SA3	0,822	0,195	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui nilai r_{tabel} dan nilai signifikansi korelasi masing-masing item. Beberapa pernyataan yang valid memiliki nilai $r_{\text{tabel}} > 0,195$ dan signifikansi korelasi dari $\alpha < 0,05$ maka dapat dinyatakan masing-masing beberapa pernyataan pada variabel *System Availability* adalah valid, sehingga seluruh item pernyataan mampu digunakan untuk mengukur variabel *System Availability*.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel *Privacy*

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	$r_{\text{tabel 5\%}}$ (100)	Sig.	Keterangan
<i>Privacy</i>	P1	0,907	0,195	0,000	Valid
	P2	0,844	0,195	0,000	Valid
	P3	0,824	0,195	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui nilai r_{tabel} dan nilai signifikansi korelasi masing-masing item. Beberapa pernyataan yang valid memiliki nilai $r_{\text{tabel}} > 0,195$ dan signifikansi korelasi dari $\alpha < 0,05$ maka dapat dinyatakan masing-masing beberapa pernyataan pada variabel *Privacy* adalah valid, sehingga seluruh item pernyataan mampu digunakan untuk mengukur variabel *Privacy*.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel *Responsiveness*

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	$r_{\text{tabel 5\%}}$ (100)	Sig.	Keterangan
<i>Responsiveness</i>	R1	0,857	0,195	0,000	Valid
	R2	0,849	0,195	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui nilai r_{tabel} dan nilai signifikansi korelasi masing-masing item. Beberapa pernyataan yang valid memiliki nilai $r_{\text{tabel}} > 0,195$ dan signifikansi korelasi dari $\alpha < 0,05$ maka dapat dinyatakan masing-masing beberapa pernyataan pada variabel *Responsiveness* adalah valid, sehingga seluruh item pernyataan mampu digunakan untuk mengukur variabel *Responsiveness*.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	$r_{\text{tabel}} 5\%$ (100)	Sig.	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	KP1	0,741	0,195	0,000	Valid
	KP2	0,756	0,195	0,000	Valid
	KP3	0,598	0,195	0,000	Valid
	KP4	0,979	0,195	0,000	Valid
	KP5	0,775	0,195	0,000	Valid
	KP6	0,692	0,195	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui nilai r_{tabel} dan nilai signifikansi korelasi masing-masing item. Beberapa pernyataan yang valid memiliki nilai $r_{\text{tabel}} > 0,195$ dan signifikansi korelasi dari $\alpha < 0,05$ maka dapat dinyatakan masing-masing beberapa pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan adalah valid, sehingga seluruh item pernyataan mampu digunakan untuk mengukur variabel Kepuasan Pelanggan.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas instrumen merupakan syarat pengujian validitas instrumen, karena itu instrumen yang valid umumnya pasti reliabel tetapi pengujian reliabilitas instrumen perlu dilakukan (Suharsimi Arikunto, 2010). Suatu instrumen dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,06$ (Khusniati, 2018).

Hasil Uji Reliabilitas variabel disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Cronchbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
<i>Efficiency (X₁)</i>	0,785	> 0,06	Reliabel
<i>Fulfillment (X₂)</i>	0,731	> 0,06	Reliabel
<i>System Availability (X₃)</i>	0,644	> 0,06	Reliabel
<i>Privacy (X₄)</i>	0,817	> 0,06	Reliabel
<i>Responsiveness (X₅)</i>	0,756	> 0,06	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,832	> 0,06	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Hasil Uji Reliabilitas pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai koefisien Cronchbach's Alpha yang diperoleh berkisar antara 0,644 – 0,832 dan hasilnya > 0,06 yang artinya instrumen tersebut reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini. Sehingga berdasarkan pada hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas item pernyataan kuesioner dalam penelitian ini dianggap layak untuk dilakukan analisis Uji Deskriptif dan Uji Regresi

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas instrumen merupakan syarat pengujian validitas instrumen, karena itu instrumen yang valid umumnya pasti reliabel tetapi pengujian reliabilitas instrumen perlu dilakukan (Suharsimi Arikunto, 2010). Suatu instrumen dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,06 (Khusniati, 2018).

Hasil Uji Reliabilitas variabel disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronchbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
<i>Efficiency (X₁)</i>	0,785	> 0,06	Reliabel
<i>Fulfillment (X₂)</i>	0,731	> 0,06	Reliabel
<i>System Availability (X₃)</i>	0,644	> 0,06	Reliabel
<i>Privacy (X₄)</i>	0,817	> 0,06	Reliabel
<i>Responsiveness (X₅)</i>	0,756	> 0,06	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,832	> 0,06	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Hasil Uji Reliabilitas pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai koefisien Cronchbach's Alpha yang diperoleh berkisar antara 0,644 – 0,832 dan hasilnya > 0,06 yang artinya instrumen tersebut reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini. Sehingga berdasarkan pada hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas item pernyataan kuesioner dalam penelitian ini dianggap layak untuk dilakukan analisis Uji Deskriptif dan Uji Regresi.

Hasil Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah model regresi, variabel independen dan variabel indepen mempunyai distribusi yang normal atau tidak normal. Kenormalan suatu data merupakan syarat wajib suatu yang harus terpenuhi dalam model regresi. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan model kolomogrov smirnov. Dimana data dikatakan normal apabila nilai *Asymp* signifikasinya lebih besar dari 0,05 sebaliknya jika nilai *Asymp* signifikasi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal dengan tingkat kepercayaan 5% atau 0,05. Hasil output dari hasil olah data menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas One Sampel Kolmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.65614428
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.109
	Negative	-.069
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.005 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* adalah 0,05. Dengan demikian nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* sama dengan 0,05 maka data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah didalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinieritas antar variabel Independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel Independen (Ghozali,2012). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam regresi maka dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor (VIF)*, jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00 maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.11

Hasil Uji Multikolinieritas

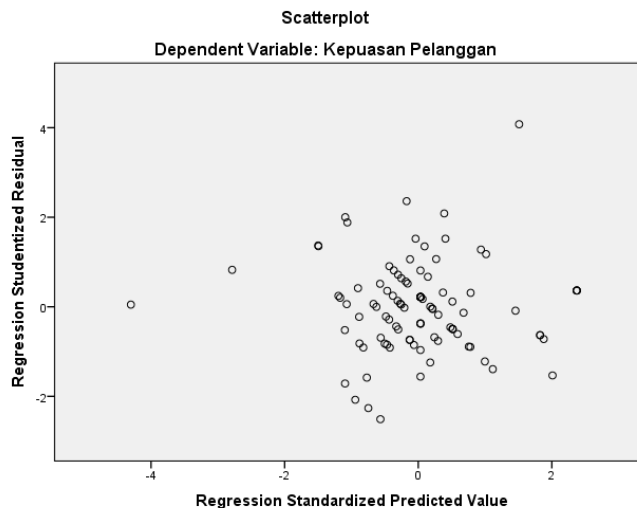
Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
<i>Efficiency</i>	.537	1.864
<i>Fulfillment</i>	.573	1.744
<i>System Availability</i>	.535	1.868
<i>Privacy</i>	.626	1.597
<i>Responsiveness</i>	.590	1.694

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.11, hasil perhitungan nilai tolerance menunjukkan bahwa variabel independen memiliki *tolerance* lebih besar dari 0,10 ($X_1 = 0,537$; $X_2 = 0,573$; $X_3 = 0,535$; $X_4 = 0,626$; $X_5 = 0,590$) yang berarti tidak ada koleransi antara variabel independen. Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai nilai VIF lebih dari 10 ($X_1 = 1,864$, $X_2 = 1,744$, $X_3 = 1,868$, $X_4 = 1,597$, $X_5 = 1,694$) dengan demikian bahwa dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antar variabel Independen model regresi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2012). Analisis data menggunakan *Scatter Plot* dan sumbu horizontal menggambarkan nilai *predicted standardized* sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai residual *studentized*.



Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokendastisitas

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Dengan *scatterplot* Berdasarkan hasil gambar 4.1, sesuai dengan dasar untuk menganalisis uji heterokedastisitas maka dapat diartikan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, tidak membentuk pola sehingga pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel Dependen terhadap variabel Independen. Dimana variabel Independen dalam penelitian ini adalah *Effeciency*, *Fulfillment*, *System Availability*,

Privacy dan *Responsiveness*. Sedangkan untuk variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan. Hasil Uji Regresi Linier Berganda pada Tabel 4.18 sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.529	1.649		.321	.749
Efficiency (X1)	.181	.141	.101	1.282	.203
Fulfillment (X2)	.650	.151	.326	4.298	.000
System Availability (X3)	.573	.157	.287	3.655	.000
Privacy (X4)	.136	.129	.076	1.048	.297
Responsiveness (X5)	.579	.171	.254	3.394	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda tersebut diketahui persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,529 + 0,101 (\text{Efficiency, X1}) + 0,326 (\text{Fulfillment, X2}) + 0,287 (\text{System Availability, X3}) + 0,076 (\text{Privacy, X4}) + 0,254 (\text{Responsiveness, X5})$$

Persamaan diatas dapat diurai sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 0,529 menyatakan bahwa jika variabel Independen yaitu *Efficiency*, *Fulfillment*, *System Availability*, *Privacy* dan *Responsiveness* dianggap konstan, maka Kepuasan Pelanggan memiliki nilai sebesar 0,529.
2. *Efficiency* mempunyai nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,101 artinya jika *efficiency* naik 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,101.
3. *Fulfillment* mempunyai nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,326 artinya jika *fulfillment* naik 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,326.
4. *System Availability* mempunyai nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,287 artinya jika *system availability* naik 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,287.
5. *Privacy* mempunyai nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,076 artinya jika *privacy* naik 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,076.
6. *Responsiveness* mempunyai nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,254 artinya jika *responsiveness* naik 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,254.

Dari hasil persamaan Regresi Linier Berganda tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Fulfillment* memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien Regresi Linier Berganda variabel *Fulfillment* sebesar 0,326.

Hasil Uji t

Uji t dilakukan dengan mengetahui pengaruh variabel independen yang terdiri dari *Efficiency* (X_1), *Fulfillment* (X_2), *System Availability* (X_3), *Privacy* (X_4) dan *Responsiveness* (X_5) secara individu terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Kriteria dari pengujian uji t adalah jika nilai signifikansi $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka H_0 dan H_a ditolak. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 4.19 sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.529	1.649		.321	.749
Efficiency (X1)	.181	.141	.101	1.282	.203
Fulfillment (X2)	.650	.151	.326	4.298	.000
System Availability (X3)	.573	.157	.287	3.655	.000
Privacy (X4)	.136	.129	.076	1.048	.297
Responsiveness (X5)	.579	.171	.254	3.394	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Dari hasil Tabel 4.17 dapat diperoleh sebagai berikut:

1. Pada variabel *efficiency* (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 1,282 dengan nilai signifikansi sebesar 0,203. Dari hasil data tersebut, nilai t hitung menunjukkan hasil $< 1,983$ (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan nilai signifikansi $> 0,005$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak yang berarti variabel *efficiency* (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Pada variabel *fulfillment* (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar 4,298 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil data tersebut, nilai t hitung menunjukkan hasil $> 1,983$ (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan nilai signifikansi $< 0,005$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang berarti variabel *fulfillment* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
3. Pada variabel *system availability* (X_3) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,655 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil data tersebut, nilai t hitung menunjukkan

hasil > 1,983 (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan nilai signifikansi < 0,005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti variabel *system availability* (X₃) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

4. Pada variabel *privacy* (X₄) diperoleh nilai t hitung sebesar 1,048 dengan nilai signifikansi sebesar 0,297. Dari hasil data tersebut, nilai t hitung menunjukkan hasil < 1,983 (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan nilai signifikansi > 0,005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak yang berarti variabel *privay* (X₄) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
5. Pada variabel *responsiveness* (X₅) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,394 dengan nilai signifikansi sebesar 0,01. Dari hasil data tersebut, nilai t hitung menunjukkan hasil > 1,983 (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan nilai signifikansi < 0,005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H5 diterima yang berarti variabel *responsiveness* (X₅) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *fulfillment* (X₂), *system availability* (X₃) dan *responsiveness* (X₅) secara individual atau parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel *efficiency* (X₁) dan *privacy* (X₄) secara individual atau parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat Tabel 4.20 sebagai berikut:

Tabel 4.20

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.690	.673		1.69962

a. Predictors: (Constant), Responsiveness (X₅), System Availability (X₃), Privacy (X₄), Fulfillment (X₂), Efficiency (X₁)

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan pada Tabel 4.20, dapat disimpulkan bahwa koefisien *Adjusted R square* sebesar 0,690 dapat diartikan bahwa Koefisien Determinasi = 0,690 X 100% = 69%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel adalah *efficiency* (X₁), *fulfillment* (X₂), *system availability* (X₃), *privacy* (X₄) dan *responsiveness* (X₅) mampu menjelaskan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 69%. Sedangkan sisanya 29% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *Efficiency* Terhadap Kepuasan Pelanggan Bisnis Layanan Jasa Transportasi GOJEK

Hasil analisis data hipotesis diketahui bahwa nilai statistic uji t untuk *efficiency* diperoleh data nilai t hitung sebesar 1,282 dengan nilai signifikansi sebesar 0,203. Dari hasil data tersebut, nilai t hitung menunjukkan hasil $< 1,983$ (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan nilai signifikansi $> 0,005$. Maka dapat disimpulkan bahwa *efficiency* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis ditolak.

Hasil analisis data hipotesis diketahui bahwa nilai statistic uji t untuk *efficiency* diperoleh data nilai t hitung sebesar 1,282 dengan nilai signifikansi sebesar 0,203. Dari hasil data tersebut, nilai t hitung menunjukkan hasil $< 1,983$ (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan nilai signifikansi $> 0,005$. Maka dapat disimpulkan bahwa *efficiency* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis ditolak.

Menurut Jain dan Kumar (2011) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa *efficiency* adalah salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang memiliki hubungan yang cukup kuat dengan kepuasan pelanggan yaitu meliputi kemampuan pelanggan dalam mengakses *website*, kemampuan mencari informasi produk atau jasa dan meninggalkan situs *website* dengan upaya minimal. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap *efficiency* maka kepuasan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi pelanggan terhadap *efficiency* buruk maka kepuasan juga akan semakin rendah.

Variabel *efficiency* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan, didapati bahwa adanya variabel yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK dikarenakan hasil penelitian ini menyatakan tidak setuju dengan pernyataan bahwa informasi mengenai jasa yang dibutuhkan dalam situs layanan jasa transportasi GOJEK sangat tersusun dengan baik. Berdasarkan hal tersebut maka responden atau pelanggan merasa bahwa informasi mengenai pemesanan di GOJEK masih belum terorganisir dengan baik. Pelanggan merasa bahwa masih sulit ketika memesan apa yang dibutuhkan, serta responden merasa bahwa dalam proses penganggulungan keluhan yang dialami masih kurang baik sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa transportasi GOJEK.

Sebuah model yang dikembangkan oleh Profesor Nariaki Kano yang dikenal dengan model Kano dengan tujuan mengkategorikan atribut untuk mengetahui seberapa baik sebuah produk atau jasa dalam hal memberikan kepuasan kepada pelanggan. Model Kano terbagi menjadi tiga tipe, tipe yang pertama yaitu *Must be Requirement* (atribut dasar) pada model Kano memiliki hubungan dengan penelitian saat ini yang berarti perasaan tidak puas dari pelanggan jika suatu produk atau jasa memberikan kinerja dan layanan yang tidak baik, namun kepuasan pelanggan tidak

akan meningkat walaupun kinerja atau layanan produk atau jasa telah terpenuhi, karena telah dianggap bahwa kinerja atau layanan tersebut memang seharusnya diberikan. Dapat disimpulkan bahwa variabel *efficiency* walaupun tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi merupakan variabel dasar yang dibutuhkan dan seharusnya ada dalam layanan jasa transportasi GOJEK.

Pengaruh *Fulfillment* Terhadap Kepuasan Pelanggan Bisnis Layanan Jasa Transportasi GOJEK

Hasil analisis data hipotesis diketahui bahwa nilai statistik uji t untuk *fulfillment* diperoleh data nilai t hitung sebesar 4,298 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil data tersebut, nilai t hitung menunjukkan hasil $> 1,983$ (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan nilai signifikansi $< 0,005$. Maka dapat disimpulkan bahwa *fulfillment* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis diterima.

Dalam penelitian ini *fulfillment* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan layanan jasa transportasi GOJEK. Hasil deskripsi statistik deskripsi variabel *fulfillment* dari indikator F1 dengan pernyataan “Menurut saya, jenis transaksi yang tersedia di situs layanan jasa transportasi GOJEK sangat beragam” memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,21 yang artinya pelanggan bisa melakukan dengan berbagai macam metode pembayaran sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dalam memesan jasa di aplikasi GOJEK.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *fulfillment*. *Fulfillment* adalah salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang mempunyai hubungan yang kuat dan searah dengan kepuasan pelanggan yaitu meliputi aktual kinerja perusahaan dengan apa yang dijanjikan melalui website, mencakup akurasi janji layanan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap *fulfillment* perusahaan maka kepuasan juga akan semakin tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wibhawani (2012) yang mengemukakan bahwa *fulfillment* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *System Availability* Terhadap Kepuasan Pelanggan Bisnis Layanan Jasa Transportasi GOJEK

Hasil analisis data hipotesis diketahui bahwa nilai statistik uji t untuk *system availability* diperoleh data nilai t hitung sebesar 3,655 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil data tersebut, nilai t hitung menunjukkan hasil $> 1,983$ (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan nilai signifikansi $< 0,005$. Maka

dapat disimpulkan bahwa *system availability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis diterima.

Dalam penelitian ini *system availability* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan layanan jasa transportasi GOJEK. Hasil deskripsi statistik deskripsi variabel *system availability* dari indikator SA1 dengan pernyataan “Menurut saya, tidak sering terjadi crash pada saat proses transaksi di situs layanan GOJEK.” memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,05 yang artinya pada saat pelanggan melakukan proses pembayaran, situs aplikasi GOJEK jarang mengalami masalah seperti berhentinya fungsi sistem operasi dari aplikasi GOJEK.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *system availability*. *System Availability* adalah salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang mempunyai hubungan kuat dengan kepuasan pelanggan yang meliputi fungsionalitas teknis situs bersangkutan yang berfungsi sebagaimana mestinya. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan juga akan semakin tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wibhawani (2012) yang mengemukakan bahwa *system availability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Privacy* Terhadap Kepuasan Pelanggan Bisnis Layanan Jasa Transportasi GOJEK

Hasil analisis data hipotesis diketahui bahwa nilai statistik uji t untuk *privacy* diperoleh data nilai t hitung sebesar 1,048 dengan nilai signifikansi sebesar 0,297. Dari hasil data tersebut, nilai t hitung menunjukkan hasil $< 1,983$ (distribusi nilai t tabel $pr 0,025$ atau $dt 0,50$ pada 100 responden) dan nilai signifikansi $> 0,005$. Maka dapat disimpulkan bahwa *privacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis ditolak.

Menurut Jain dan Kumar (2011) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa *privacy* adalah salah satu dimensi kualitas pelayanan elektronik yang mempunyai hubungan cukup kuat dengan kepuasan pelanggan yang meliputi jaminan dan menjaga informasi pribadi dan data transaksi pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap *privacy* yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan juga akan semakin tinggi. Jika persepsi pelanggan terhadap *privacy* buruk maka kepuasan juga akan semakin rendah. Dengan memperhatikan variabel *privacy* akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Variabel *privacy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan, didapati bahwa adanya variabel yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK dikarenakan hasil penelitian ini menyatakan tidak setuju dengan pernyataan bahwa layanan jasa transportasi GOJEK melindungi data kartu kredit pelanggan pada saat melakukan pemesanan dan pembayaran. Berdasarkan hal tersebut maka responden atau pelanggan merasa bahwa pihak GOJEK masih belum dapat

melindungi data kartu kredit pelanggan, pelanggan merasa bahwa keamanan dari GOJEK belum sepenuhnya terjamin karena jika data tidak dilindungi maka akan disalahgunakan oleh pihak lain, serta responden merasa bahwa dalam proses penganggulangan keluhan yang dialami masih kurang baik sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa transportasi GOJEK.

Sebuah model yang dikembangkan oleh Profesor Nariaki Kano yang dikenal dengan model Kano dengan tujuan mengkategorikan atribut untuk mengetahui seberapa baik sebuah produk atau jasa dalam hal memberikan kepuasan kepada pelanggan. Model Kano terbagi menjadi tiga tipe, tipe yang pertama yaitu *Must be Requirement* (atribut dasar) pada model Kano memiliki hubungan dengan penelitian saat ini yang berarti perasaan tidak puas dari pelanggan jika suatu produk atau jasa memberikan kinerja dan layanan yang tidak baik, namun kepuasan pelanggan tidak akan meningkat walaupun kinerja atau layanan produk atau jasa telah terpenuhi, karena telah dianggap bahwa kinerja atau layanan tersebut memang seharusnya diberikan. Dapat disimpulkan bahwa variabel *privacy* walaupun tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi merupakan variabel dasar yang dibutuhkan dan seharusnya ada dalam layanan jasa transportasi GOJEK.

Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Pelanggan Bisnis Layanan Jasa Transportasi GOJEK

Hasil analisis data hipotesis diketahui bahwa nilai statistik uji t untuk *responsiveness* diperoleh data nilai t hitung sebesar 3,394 dengan nilai signifikansi sebesar 0,01. Dari hasil data tersebut, nilai t hitung menunjukkan hasil $> 1,983$ (distribusi nilai t tabel $\alpha = 0,025$ atau $dt = 0,50$ pada 100 responden) dan nilai signifikansi $< 0,005$. Maka dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis diterima.

Dalam penelitian ini *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan layanan jasa transportasi GOJEK. Hasil deskripsi statistik deskripsi variabel *responsiveness* dari indikator R2 dengan pernyataan “Pelayanan yang diberikan situs layanan jasa transportasi GOJEK kepada saya sangat tepat dan cepat.” memiliki rata-rata tertinggi sebesar 3,99 yang artinya menurut pelanggan, pelayanan dari situs layanan jasa transportasi GOJEK melalui aplikasi maupun secara langsung memberikan daya tanggap yang tepat dan cepat dalam melayani pelanggan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *responsiveness*. *Responsiveness* mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap *responsiveness* perusahaan maka kepuasan juga akan semakin tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Atmaja (2011) yang mengemukakan bahwa *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini mencoba menganalisis variabel-variabel yang berkaitan *E-Service Quality (Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, Responsiveness* dan Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini diperoleh dari penelitian pada pelanggan layanan jasa transportasi GO-JEK. Maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut

1. Berdasarkan hasil uji t variabel *efficiency* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis pertama ditolak. Dari uji t diperoleh t hitungnya sebesar 1,282 dengan tingkat t hitungnya $< 1,983$ (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan tingkat signifikan 0,203 dengan nilai signifikan $< 0,05$.
2. Berdasarkan hasil uji t variabel *fulfillment* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pembelian sehingga hipotesis kedua diterima. Dari uji t hitungnya sebesar 4,298 dengan tingkat t hitungnya $> 1,983$ (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan tingkat signifikasinya 0,000 dengan nilai signifikan $< 0,05$.
3. Berdasarkan hasil uji t variabel *system availability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis ketiga diterima. Dari uji t hitungnya sebesar 3,655 dengan tingkat t hitungnya $> 1,983$ (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan tingkat signifikasinya 0,000 dengan nilai signifikan $< 0,05$.
4. Berdasarkan hasil uji t variabel *privacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis ke empat ditolak. Dari uji t diperoleh t hitungnya sebesar 1,048 dengan tingkat t hitungnya $< 1,983$ (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan tingkat signifikan 0,297 dengan nilai signifikan $> 0,05$.
5. Berdasarkan hasil uji t variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis ke lima diterima. Dari uji t diperoleh t hitungnya sebesar 3,394 dengan tingkat t hitungnya $> 1,983$ (distribusi nilai t tabel pr 0,025 atau dt 0,50 pada 100 responden) dan tingkat signifikasinya 0,01 dengan nilai signifikan $< 0,05$.
6. Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R square* sebesar 0,690 atau 69% variabel kepuasan pelanggan (Y) mampu dijelaskan oleh Variabel *efficiency* (X_1), *fulfillment* (X_2), *system availability* (X_3), *privacy* (X_4) dan *responsiveness* (X_5), sedangkan sisanya sebesar (29%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari berbagai keterbatasan dan kendala yang dihadapi dalam melakukan penelitian ini, oleh karena itu peneliti merasa perlu untuk

memberikan saran bagi penelitian selanjutnya, agar hasil penelitian selanjutnya lebih baik.

1. Penelitian ini hanya terbatas pada beberapa sumber yang berasal dari penelitian sebelumnya yang sejenis, sehingga tidak banyak perbandingan antara hasil penelitian terdahulu yang digunakan terhadap penelitian ini dikarenakan tidak semua penelitian terdahulu membahas dimensi yang sama atas variabel yang ada. Penelitian ini hanya meneliti *E-Service Quality (Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, dan Responsiveness)* yang berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Penelitian ini hanya menggunakan metode pengumpulan data kuesioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif.
3. Penelitian ini masih menggunakan metode model perhitungan regresi

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran berikut ini, yaitu:

1. Peneliti menyarankan, agar penelitian selanjutnya perlu mengkaji kembali karena tidak menutup kemungkinan adanya pernyataan-pernyataan yang belum sesuai, karena penulis merasa masih terdapat kekurangan dan keterbatasan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Sebaiknya peneliti selanjutnya dapat mengembangkan kembali variabel dan indikator yang belum digunakan dalam penelitian ini dan disertakan kembali hasil penelitian terdahulu sebagai bahan pembanding dan referensi peneliti.
2. Peneliti menyarankan, akan lebih baik bila peneliti selanjutnya menambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
3. Peneliti menyarankan, peneliti selanjutnya bisa mengembangkan model lain dalam penelitiannya seperti mediasi atau mediator.

Daftar Pustaka

Abdul Samad (2014), "Examining The Impact Of Perceived Service Quality Dimensions On Repurchase Intentions And Word Of Mouth: A Case From Software Industry Of Pakistan"

Armando, R., Hendra, H., & Matondang, V. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna GO-RIDE GOJEK Di Kabupaten Deli Serdang. *Surakarta Management Journal*, 2(2), 81-95.

Berliana, M., & Zulestiana, D. A. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. *REMIK (Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer)*, 4(2), 11-17.

Berlianto, M. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan-E, Kepuasan-E, Dan Kepercayaan-E Terhadap Kesetiaan-E Pada Gojek. *Business Management Journal*, 13(1).

Desleer Gary, 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta selatan : Salemba Empat.

Fauziah, L., & Syahputra, S. (2018). Pengaruh Kualitas E-Service Menggunakan Scanmic Model Terhadap Kepuasan Konsumen Aplikasi Go-Jek di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 5(1).

Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis dengan Program SPSS*. Semarang: Undip.

Hartono. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. Vol. 3,No. 2:883-889. Diakses pada tanggal 11 Mei 2017.

Jain, P., & Narender, K. (2011). Measurement of E-Service Quality: An Empirical Study on Online Railway Ticket Reservation Website Service. *International Journal of Management and Marketing Research*, Vol.2, Issue 1, pp 22-38.

Setiawan, E., & Septiani, S. (2018). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Moda Transportasi Grab di Tangerang Selatan. *J-MKLI (Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia)*, 2(1), 54-61.

Setyawati, S. M. (2019). Dampak Integrasi E-Service Quality dan E-Satisfaction pada E-Repurchase Intention Konsumen Aplikasi GO-JEK Kategori GO-RIDE. *Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing dan Sistem Informasi*, 26(2), 77-84.

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Empat. Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Syahrum dan Salim (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media Bandung.

Tambajong, Geraldly. 2013. Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. Vol. 1, No. 3:129. Diakses pada tanggal 11 Mei 2017.

Tjiptono, Fandy. 2011. Strategi Bisnis dan Manajemen. Penerbit Andi, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy., (2014). Pemasaran Jasa. Jakarta: Gramedia

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service Quality dan Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset

Wardani, T. U. (2017).

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek (studi kasus mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).

Widiaputri, Y. S., Suharyono, S., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Perceived Value Dan E-Customer Satisfaction (Survei Pada Pelanggan Go-Ride Yang Menggunakan Mobile Application Go-Jek Di Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis, 61(1), 1-10.

Zulfianto, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Pemanfaatan Teknologi Informasi, E-Service Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Ojek Online Di Medan (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190412105032-37-66252/gojek-klaim-jadi-aplikasi-transportasi-online-nomor-1-di-ri>

<https://www.topbrand-award.com/en/2017/07/jasa-transportasi-online-fase-2-2017/>

<https://liputan6.com>

<https://money.kompas.com/read/2019/07/24/145424726/ini-penjelasan-go-jek-soal-data-pengguna-yang-dipakai-fintech>

<https://ojek.onwae.com/2016/12/profil-perusahaan-go-jek.html>