

# PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNAAN TRANSPORTASI ONLINE (GO-JEK) DI SURABAYA UTARA

Siti Nur Soleha \*<sup>1</sup>

Dewi Yustiana <sup>2</sup>

Eryka Yulia Andarsari Labina <sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Dosen Progdil Manajemen STIE "Artha Bodhi Iswara" Surabaya

<sup>3</sup> Mahasiswa Progdil Manajemen STIE "Artha Bodhi Iswara" Surabaya

\*e-mail: dewiyustiana@gmail.com

## Abstrak

*Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat dan kualitas layanan terhadap kepuasan penggunaan transportasi online (GO-JEK) di Surabaya utara*

*Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Surabaya Utara sebagai responden. Pada penelitian ini terdapat sebanyak 15 indikator, maka minimal jumlah responden yang diperlukan dalam penelitian ini adalah  $14 \times 5 = 70$  responden. Pada penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda*

*Dari uraian dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Masyarakat dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pada Layanan Gojek. Dari pengujian dengan uji t diketahui bahwa variabel bebas Persepsi Masyarakat dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan. Dari hasil perhitungan regresi linier berganda, diketahui yang memiliki nilai koefisien regresi paling besar adalah dari koefisien variabel Kualitas Pelayanan sebesar 2.742 dibandingkan variabel bebas lainnya. Sehingga variabel Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang dominan mempengaruhi Kepuasan pada Layanan Gojek.*

**Kata kunci :** persepsi masyarakat, kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna

## Abstract

*Services that satisfy consumers will result in repeat purchases, which means there will be an increase in sales. Good service can create consumer satisfaction and loyalty and help maintain distance from competitors. The aim of this research is to determine the influence of public perception and service quality on satisfaction with using online transportation (GO-JEK) in North Surabaya.*

*The population in this research are people who live in North Surabaya as respondents. In this research there are 15 indicators, so the minimum number of respondents required in this research is  $14 \times 5 = 70$  respondents. In this study, multiple linear regression tests were used*

*From the description and research results, the following conclusions can be drawn: From the research results it can be concluded that the Public Perception and Service Quality variables together have a significant influence on Satisfaction with Gojek Services. From testing with tests it is known that the independent variables Public Perception and Service Quality have an effect on Satisfaction. From the results of multiple linear regression calculations, it is known that the coefficient value of the largest regression is the coefficient of the Service Quality variable of 2.742 compared to the other independent variables. So the Service Quality variable is the dominant factor influencing satisfaction with Gojek services.*

**Keywords:** public perception, service quality and user satisfaction

## PENDAHULUAN

Di abad ini perkembangan teknologi informasi komunikasi sangat pesat dan telah mengubah dunia dan kehidupan manusia. Batas negara yang dulu ditentukan oleh garis geografis, saat ini telah dimusnahkan oleh teknologi yang terus berkembang. Seiring perkembangannya di Indonesia teknologi informasi komunikasi dan internet mampu mengubah gaya hidup masyarakat yang tadinya tertinggal menjadi modern. Beberapa dampak positif dari teknologi

dan internet yang berkembang di Indonesia diantaranya memudahkan pencarian informasi, memudahkan dalam berkomunikasi, memudahkan pekerjaan dan lainnya (id.wikipedia.org).

Kemajuan teknologi informasi juga membawa banyak manfaat bagi masyarakat Indonesia. Selain memudahkan dalam berkomunikasi, kemajuan teknologi juga membawa manfaat yang besar bagi dunia bisnis bahkan banyak perusahaan yang berskala nasional maupun swasta yang menerapkan teknologi informasi ini. Karena menjadi hal yang sangat penting dalam perkembangan suatu perusahaan, Informasi sebagai data dan kunci untuk menilai atau mengawasi jalannya proses bisnis dalam mencapai kesuksesan. Dengan bantuan teknologi semua pekerjaan menjadi mudah dan cepat. Salah satu bentuk teknologi informasi yang mengalami perkembangan signifikan hingga dapat mempengaruhi pola kehidupan dan cara berkomunikasi manusia di era global ini adalah teknologi informasi yang dikenal sebagai internet. Internet telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir hingga saat ini terlebih dengan semakin banyak sekolah dan instansi pendidikan lainnya yang mewajibkan muridnya untuk mengenal internet dan juga banyak situs jejaring sosial yang membuat masyarakat menjadikan internet sebagai suatu kebutuhan (Laohapensang, 2009).

Di samping itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang demikian pesatnya tersebut membuat kebiasaan perilaku berubah, masyarakat lebih menyukai komunikasi langsung seperti telepon dan HP. Dahulu proses pelayanan pengiriman barang atau surat sangat lama, serta kadang tidak sampai ke tujuan dan beberapa masih dilakukan dengan pencatatan, sehingga sekarang masyarakat banyak beralih dengan menggunakan email, BBM, SMS dan teknologi lainnya.

Pengaruh globalisasi dunia dan teknologi yang semakin canggih menyebabkan manusia menuntut serba *instant* dan cepat, semua serba mudah dan memiliki pola hidup konsumtif. Kebutuhan masyarakat yang bervariasi dapat berpengaruh terhadap perubahan gaya hidup atau *lifestyle*. Dalam perubahan gaya hidup tersebut masyarakat akan berusaha keras untuk memenuhi kebutuhannya. Perkembangan teknologi yang semakin hari terus berkembang dan semakin canggih yang terjadi pada semua bidang kehidupan juga berdampak pada adanya keinginan mendapatkan jasa transportasi secara cepat dan mudah. Semua yang dibutuhkan dapat dengan mudah didapatkan dengan adanya aplikasi *online* yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat melakukan transaksi. Kemajuan sistem transportasi telah mendorong masyarakat untuk bebas berpindah tempat, kelancaran dalam pertukaran barang dan jasa, serta besarnya tingkat ketenagakerjaan dan mobilitas sosial yang tinggi. Sebagian besar masyarakat bergantung pada angkutan umum guna pemenuhan kebutuhan mobilitasnya, hal ini dikarenakan satu sisi sebagian besar masyarakat memiliki tingkat ekonomi yang masih tergolong lemah dan satu sisi tidak memiliki kendaraan pribadi. Jasa transportasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dimana transportasi digunakan setiap orang untuk dapat memperlancar aktivitasnya sehari-hari. Salah satu prospek usaha atau bisnis yang menguntungkan saat ini adalah dalam transportasi umum terutama pada kota-kota besar.

Transportasi merupakan salah satu sarana perhubungan yang sangat penting dalam segala hal aktivitas manusia. Semakin berkembang sarana transportasi semakin mudah terjalin hubungan antar manusia. Sejak jaman-jaman purba mobilitas masyarakat manusia telah terjadi. Perpindahan penduduk dari satu tempat ke tempat yang lain telah terjadi. Mobilitas penduduk ini diikuti juga oleh mobilitas barang yang dibawa oleh mereka. Oleh karena itu sarana transportasi sejak masa lampau telah dibutuhkan oleh manusia. Pada masa sekarang dimana mobilitas manusia dan barang sangat tinggi, dan terjadi bukan hanya didalam satu wilayah tetapi juga antar pulau dan bahkan antar Negara, maka sarana transportasi sangat memegang peranan yang penting. Menurut Peneliti, ojek online adalah transportasi yang menggunakan sepeda motor roda dua dengan dilengkapi aplikasi dalam pemesanannya, sistem pembayaran yang transparan yang telah tersedia dalam aplikasi, layanan use my location yang didukung dalam sistem internet yang memudahkan pengendara mencari lokasi pemesan. Identitas pengendara sangat jelas dapat dilihat didalam aplikasi pemesanan, pemesan tidak perlu repot-repot mencari ojek, hanya membuka aplikasi pemesanan maka akan segera menemukan pengendara ojek

Surabaya merupakan salah satu wilayah yang memiliki pertumbuhan penduduk yang cukup pesat. Pertumbuhan jumlah penduduk mengakibatkan kemacetan di banyak wilayah, tidak terkecuali di Surabaya Timur. Kemacetan tersebut sering menjadi penghambat masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari dan menghabiskan waktu tempuh untuk mencapai tempat tujuan. Dalam mengatasi hambatan tersebut, cenderung memerlukan jasa transportasi yang cepat, nyaman, dan aman Baik itu bekerja, sekolah dan aktivitas lainnya.

Selain itu, sebagian besar persepsi masyarakat menggunakan transportasi umum dapat memudahkan aktivitas tanpa mengeluarkan biaya bahan bakar dan biaya lain-lainnya, tanpa perlu repot dan kecapekan saat terjebak macet. Namun kini melihat adanya pengaruh globalisasi dan meningkatnya teknologi yang semakin canggih menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan seluruh lapisan masyarakat. Maka hadirilah transportasi umum berbasis *online* sehingga dengan hadirnya layanan transportasi *online* mampu memberikan perasaan puas akan kebutuhan masyarakat dalam bertransportasi. Masyarakat dapat menggunakan layanan transportasi *online* tersebut dengan mudah dan murah serta aman dan nyaman. Selain itu hadirnya transportasi *online* menjawab kebutuhan masyarakat agar segala sesuatunya dapat dilakukan dengan praktis.

Transportasi angkutan darat seperti sepeda motor merupakan media yang paling sering digunakan oleh masyarakat bila dibandingkan dengan transportasi lainnya. Sepeda motor merupakan klasifikasi jenis kendaraan pribadi, namun di Indonesia banyak ditemui sepeda motor yang menggunakan fungsi kendaraan umum, yaitu mengangkut orang atau barang dengan dikenakan tarif tertentu. Adapun salah satu jenis kendaraan bermotor yang melayani konsumen dengan melalui sebuah aplikasi *online* yang sedang menjadi tren saat ini adalah ojek *online* salah satunya yaitu GO-JEK. Berdasarkan permasalahan akan kelemahan transportasi massal yang telah dijelaskan membuat masyarakat harus menentukan pilihan melalui berbagai alternatif dalam memilih dan menggunakan transportasi guna menghindari berbagai resiko yang ada akan dihadapi kedepannya. Hal ini dimungkinkan karena GO-JEK dapat dijadikan alternatif dalam upaya mengatasi resiko yang dialami masyarakat akibat kelemahan sistem transportasi massal, serta kemacetan yang sering terjadi di jalanan Kota Surabaya. Masyarakat banyak terbantu semenjak hadirnya GO-JEK karena dimudahkan dengan berbagai menu layanan dan promosi yang dapat menarik konsumen.

Pada awalnya GO-JEK adalah perusahaan berjiwa sosial yang bergerak dibidang jasa dengan menggunakan transportasi roda dua serta penggunaan aplikasi dalam pemesanannya. Pengemudi direkrut dengan cara dilatih, serta dibekali jaket, helm dan *smartphone* yang berguna melihat pemesanan serta menghitung harga berdasarkan jarak. Masyarakat disurabaya khususnya Surabaya Timur sangat senang dengan adanya transportasi *online* seperti GO-JEK, karena pemesanan yang mudah menggunakan aplikasi melalui *smartphone* dan harga yang terjangkau serta transparan. Sampai saat ini GO-JEK telah menghadirkan berbagai macam layanan yang ada pada aplikasi mereka sehingga masyarakat sangat puas karena GO-JEK tidak hanya untuk mengantarkan mereka pulang pergi tetapi juga bisa mengantarkan makanan dan barang dengan tarif yang tergolong terjangkau. Berdiri pada tahun 2011 sebagai *social entrepreneurship* inovatif untuk mendorong perubahan sektor transportasi agar dapat beroperasi secara profesional. Bahkan yang membuat GO-JEK berbeda dengan ojek lainnya adalah memiliki merk (*brand*) "GO-JEK" serta pemilihan warna bernuansa hijau diatribut GO-JEK, baik dari helm, jaket pengemudi, serta aplikasi, membuat masyarakat akan selalu ingat dibenak mereka bahwa ojek berwarna hijau adalah GO-JEK.

Pengguna ojek *online* (GO-JEK) sendiri bervariasi, mulai anak muda sampai dewasa, baik anak sekolah maupun pekerja kantor. GO-JEK mampu mensegmen segala konsumen, serta mempunyai produk jasa yang mudah digunakan dan harganya tergolong bersahabat. Untuk GO-JEK, pemesanan dapat dilakukan dengan mengakses aplikasi GO-JEK, memasukkan alamat untuk mengetahui biaya penggunaan layanan, serta dapat menggunakan pelayanan "*use my location*" untuk mengarahkan pengemudi GO-JEK ke tempat anda berada. Setelah mengkonfirmasi pesanan, maka secara otomatis *based location* akan mencarikan pengemudi GO-JEK terdekat dari lokasi pemesan. Setelah itu pemesan dapat melihat foto pengemudi GO-JEK serta nomor telepon dan dapat langsung melakukan penilaian *performance* terhadap pengemudi secara otomatis yang

sudah disediakan didalam aplikasi GO-JEK. Hal ini yang menjadi faktor utama masyarakat di Surabaya Timur kerap menggunakan GO-JEK, pelayanan yang disediakan serta penilaian pengemudi, bila pengemudi dirasa kurang memuaskan maka dapat melaporkan pada pihak manajemen GO-JEK dan akan segera ditindak lanjuti.

Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing (Kotler, 2010:297).

Kualitas layanan dan atribut produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk atau jasa. Kualitas layanan dan atribut produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks (Hidayat, 2009). Kepuasan adalah hasil penilaian dari konsumen bahwa produk atau layanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui (Tjiptono,2009;65). Kemudahan dalam penggunaan aplikasi perlu juga didukung dengan kinerja karyawan yang maksimal dan diwujudkan melalui pemberian layanan berkualitas akan dapat membantu menciptakan strategi kompetitif untuk menghadapi persaingan. Pemikiran yang berorientasi pada pasar dan konsumen merupakan kebutuhan yang tidak dapat terelakkan lagi di era persaingan bisnis saat ini. Diyakini pula sebagai era dengan ketidakpastian yang diikuti dengan munculnya fase pertumbuhan yang tidak menentu.

Menurut Mangkunegara (2010:9), kinerja merupakan prestasi kerja atau hasil kerja yang dicapai SDM baik secara kualitas maupun kuantitas persatuan periode waktu dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Dengan adanya output atau hasil kerja yang baik oleh karyawan dalam hal ini adalah pengemudi maka akan memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga kualitas layanan juga menjadi hal yang penting dalam peningkatan strategi kompetitif. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011; 177) menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Kepercayaan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen.

## **METODE**

Untuk mendapatkan kebenaran Ilmiah, dalam hal ini perlu diadakannya penelitian. Agar memperoleh data yang akurat perlu menggunakan metode penelitian yang benar. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang akan digunakan adalah jenis penelitian deskriptif yang meliputi pengumpulan data untuk menjawab pertanyaan. Menurut Ridwan (2010; 65) penelitian deskriptif yaitu penelitian yang diarahkan untuk memecahkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan apa adanya hasil penelitian. Data yang digunakan disini adalah data yang bersifat terukur kemudian dengan menggunakan Pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2014: 7).

Setiap penelitian ilmiah pasti akan dihadapkan dengan masalah sumber data yang disebut dengan populasi dan sampel. Penelitian ini dilakukan di Surabaya Timur sebagai respondennya dengan cara menggunakan kuesioner untuk mengetahui jawaban responden terkait hubungan antara variabel independen/bebas (X) terhadap variabel dependen terkait (Y).

## **Populasi dan Sampel**

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris "*population*", yang berarti jumlah penduduk. Oleh karena itu apabila disebutkan kata populasi, orang kebanyakan menghubungkannya dengan masalah-masalah kependudukan. Hal tersebut ada benarnya juga, karena itulah makna kata populasi yang sesungguhnya, kemudian pada perkembangan, kata populasi menjadi amat populer dan digunakan di berbagai disiplin ilmu. Menurut Sugiyono (2010;44) Populasi adalah kelompok subjek/objek yang memiliki ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik tertentu yang berada dengan kelompok subjek/objek yang lain.

Menurut Malhorta (2009;364) Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Surabaya Timur sebagai responden.

Menurut malhorta (2009; 364) Sampel adalah sekelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang mewakili populasi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling* yaitu semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan metode atau teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu atau memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik tersebut antara lain:

- a. Pernah menggunakan jasa transportasi *online* (GO-JEK)
- b. Berusia > 15 tahun karena dapat diharapkan dapat memberi jawaban yang tepat sehingga dapat memberikan penilaian yang sesuai dengan kuesioner.

Besarnya jumlah sampel berikut telah mewakili persyaratan minimum sampel, karena menurut Hair dkk. Dalam Prawira (2010; 46) merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5-10 kali dari jumlah indikator yang terdapat di kuesioner. Indikator dalam penelitian ini terdiri dari 1 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Pada penelitian ini terdapat sebanyak 15 indikator, maka minimal jumlah responden yang diperlukan dalam penelitian ini adalah  $14 \times 5 = 70$  responden dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan diatas.

## Teknik Analisis

### 1. Uji Simultan (Uji f)

Uji f digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen atau terikat.

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. Derajat kepercayaan = 5%
- b. Derajat kebebasan f table ( $\alpha$ , k, n-k-1)  
 $\alpha = 0,05$
- c. k = Jumlah variabel bebas  
n = Jumlah sampel
- d. Menentukan kriteria pengujian  
 $H_0$  di tolak apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$   
 $H_a$  di tolak apabila  $f_{hitung} < f_{tabel}$

### 2. Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji signifikan tidaknya variabel pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada situs jual beli Lazada.co.id secara parsial dan dominan digunakan uji hipotesis parsial. Menurut Algifari (2009: 78), dalam manalisi uji rumus uji-t adalah sebagai berikut:

Syarat- syarat daerah penerimaan dan penolakan hipotesis ditetapkan sebagai berikut:

- a. Pengujian memakai uji satu sisi dengan  $\alpha$  sebesar 5%
- b. Menggunakan distribusi T dengan derajat kebebasan  $F = n-k$  dan nilai kritis yaitu  $t(\alpha/2, n-k)$

c. Hipotesis statistik

- $H_0: b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$ , artinya Tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (kualitas layanan dan kepuasan) terhadap variabel loyalitas .
- $H_1: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$ , artinya ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (kualitas pelayanan dan kepuasan) terhadap variabel loyalitas pada situs jual beli online Lazada.co.id.

d. Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

- Jika nilai sign < 0,05, maka terdapat pengaruh parsial yang signifikan .
- Jika nilai sign > 0,05, maka tidak terdapat pengaruh parsial yang signifikan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan suatu persamaan yang menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat. Regresi linier berganda diterapkan pada penelitian ini untuk mengukur ada atau tidaknya hubungan antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Pelayanan, dan sebagai variabel *independent* (bebas) terhadap Kepuasan sebagai variabel *dependent* (terikat).

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan Program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. Regresi Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	5.577	1.956		2.851	.006
Persepsi Masyarakat	.308	.112	.355	2.742	.008
Kualitas Layanan	.498	.149	.434	3.345	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil SPSS diolah penulis, 2023

Dari hasil Tabel di atas menunjukkan persamaan regresi yang dapat menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari Persepsi Masyarakat (X<sub>1</sub>), dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap variabel terikat Kepuasan konsumen (Y) serta dapat menginformasikan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari tabel di atas, diperoleh model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 5.577 + 0,308X_1 + 0,498X_2 + e_i$$

Berdasarkan model regresi di atas dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 5.577

Nilai konstanta yaitu sebesar 5.577, dimana apabila variabel kualitas Persepsi Masyarakat (X<sub>1</sub>), Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) dianggap nol atau ditiadakan maka besarnya Kepuasan (Y) adalah sebesar 5.577.

2. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) sebesar 0,308

Menunjukkan bahwa jika Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) meningkat satu satuan, maka akan dapat meningkatkan maka Kepuasan (Y) sebesar 0,308 satuan dengan asumsi variabel bebas yang lain konstan. Artinya jika Kualitas Pelayanan meningkat satu satuan, maka diperkirakan Kepuasan meningkat sebesar 0,308 satuan.

3. Nilai koefisien Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) sebesar 0,498

Menunjukkan bahwa jika Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) meningkat satu satuan, maka akan dapat meningkatkan maka Kepuasan (Y) sebesar 0,498 satuan dengan asumsi variabel bebas yang lain

konstan. Artinya jika Kualitas Pelayananmeningkat satu satuan, maka diperkirakan Kepuasanmeningkat sebesar 0,498 satuan.

5. Nilai koefisien  $e_i$  (standart error)

$e_i$  adalah variable pengganggu yang hasilnya konstanta ( $a$ ) 0,327. Persepsi Masyarakatsebesar 0,080, Kualitas Pelayanan sebesar 0,081, dan sebesar 0,091.

Dari model tersebut diketahui adanya pengaruh Persepsi Masyarakat( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan( $Y$ ) yang dilihat dari koefisien regresi  $\neq 0$ .

**Analisis Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi adalah besarnya kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh variabel Persepsi Masyarakat( $X_1$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dengan variable Kepuasan ( $Y$ ). Berdasarkan analisis dengan bantuan program SPSS 22 diperoleh hasil koefisien determinasi seperti terangkum pada tabel berikut :

**Tabel 2. Uji Durbin Watson**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.744 <sup>a</sup>	.554	.540	1.93419

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Persepsi Masyarakat

Sumber: Hasil SPSS diolah penulis,2023

Berdasarkan tabel 4.14 diatas diperoleh koefisien determinasi sebesar sebesar 0,554 yang artinya kontribusi yang diberikan variabel Persepsi Masyarakat( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dengan variable Kepuasan ( $Y$ ) adalah 55.4 % mempunyai hubungan yang agak tinggi. Sedangkan sisanya 44.6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model ini seperti fasilitas, dan promosi.

**Uji Hipotesis**

**Hasil Simultan(Uji F)**

Uji F adalah hipotesis simultan yang digunakan untuk mengetahui variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Untuk mempermudah dalam analisa uji F penulis menggunakan program SPSS 23,yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	311.118	2	155.559	41.581	.000 <sup>b</sup>
Residual	250.654	67	3.741		
Total	561.771	69			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Persepsi Masyarakat

Sumber: Hasil SPSS diolah penulis,2023

Berdasarkan hasil analisa Uji F diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 41.581 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari taraf signifikansi  $\alpha=0,05$ .Maka dapat disimpulkan variabel Persepsi Masyarakat( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan ( $Y$ ) pada Layanan Gojek

**Hasil Uji Parsial(Uji t)**

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh parsial antara terhadap Kepuasan(Y). Kriteria pengujian dengan uji t adalah dengan membandingkan nilai signifikansi dari nilai t ( $\alpha=0,05$ ) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi uji  $t \leq 0,05$ , maka *Persepsi Masyarakat(X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y).
- b) Jika nilai signifikansi uji  $t > 0,05$ , maka *Persepsi Masyarakat(X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y). Dan hipotesa untuk uji t ini adalah :

$H_1$ = Terdapat pengaruh secara parsial Persepsi Masyarakat (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Kepuasan konsumen (Y).

$H_0$  = Tidak terdapat pengaruh parsial variabel Persepsi Masyarakat (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Kepuasan (Y).

Jika nilai signifikansi t hitung masing-masing variabel bebas lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05, maka  $H_a$  diterima.

Dari hasil pengolahan data dengan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. Uji Parsial dengan Uji t Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.577	1.956		2.851	.006
Persepsi Masyarakat	.308	.112	.355	2.742	.008
Kualitas Layanan	.498	.149	.434	3.345	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil SPSS diolah penulis,2023

**a) Variabel Persepsi Masyarakat(X<sub>1</sub>)**

Diperoleh  $t_{hitung}$  dari hasil analisis regresi linier berganda untuk variabel Persepsi Masyarakat (X<sub>1</sub>) sebesar 2.742 dengan nilai signifikansi 0,008, karena nilai signifikansi 0,008 tersebut besar kecil dari taraf signifikansi 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Persepsi Masyarakat(X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Layanan Gojek (Y).

**b) Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

Diperoleh  $t_{hitung}$  dari hasil analisis regresi linier berganda untuk variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) sebesar 3.345 dengan nilai signifikansi 0,000, maka nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau nilai signifikansi 0,000 tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Layanan Gojek (Y).

**d) Variabel Dominan**

Dari hasil perhitungan regresi linier berganda, diketahui yang memiliki nilai koefisien regresi paling besar adalah dari koefisien variabel Kualitas Pelayanan sebesar 3.345 dibandingkan variabel bebas lainnya. Sehingga variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) merupakan faktor yang dominan mempengaruhi Kepuasan (Y) pada Layanan Gojek.

**Pembahasan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kebijakan perusahaan, yaitu apabila ingin meningkatkan Kepuasan, maka dapat dilakukan dengan cara meningkatkan Persepsi Masyarakat, Kualitas Pelayanan, dan secara bersama-sama.

Berdasarkan hasil uji secara parsial Persepsi Masyarakat berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Layanan Gojek. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Masyarakat merupakan faktor utama yang mempengaruhi Kepuasan pelanggan dikarenakan kemudahan dalam penggunaan aplikasi didukung dengan kinerja karyawan yang maksimal dan diwujudkan melalui pemberian layanan berkualitas akan dapat membantu menciptakan strategi kompetitif untuk menghadapi persaingan. Pemikiran yang berorientasi pada pasar dan konsumen merupakan kebutuhan yang tidak dapat terelakkan lagi di era persaingan bisnis saat ini. Diyakini pula sebagai era dengan ketidakpastian yang diikuti dengan munculnya fase pertumbuhan yang tidak menentu.

Berdasarkan hasil uji secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Layanan Gojek. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Lupiyoadi dan Hamdani (2009: 65) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun pelayanan/jasa adalah suatu barang yang tidak berwujud, namun pelayanan dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seseorang. Kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan konsumen karena terjadinya interaksi antara konsumen dengan pihak perusahaan. Sesuai dengan konsep kepuasan konsumen, bahwa kepuasan konsumen dapat tercapai bila kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen. Jadi, baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sangatlah memengaruhi kepuasan konsumen

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Keimpulan

Dari uraian dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Masyarakat dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pada Layanan Gojek. Terbukti dari hasil  $F_{hitung}$  sebesar 41.581 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari taraf signifikansi  $\alpha=0,05$ .
- 2) Dari pengujian dengan uji t diketahui bahwa variabel bebas Persepsi Masyarakat dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu :
  - a) Diperoleh  $t_{hitung}$  dari hasil analisis regresi linier berganda untuk variabel Persepsi Masyarakat sebesar 2.742 dengan signifikansi 0.008
  - b) Diperoleh  $t_{hitung}$  dari hasil analisis regresi linier berganda untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 3.345 dengan signifikansi 0.000
- 3) Dari hasil perhitungan regresi linier berganda, diketahui yang memiliki nilai koefisien regresi paling besar adalah dari koefisien variabel Kualitas Pelayanan sebesar 2.742 dibandingkan variabel bebas lainnya. Sehingga variabel Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang dominan mempengaruhi Kepuasan pada Layanan Gojek.

### Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Dengan didapatnya tanggapan yang positif dari hati masyarakat dan mempunyai variasi jasa yang disediakan oleh GO-JEK, GO-JEK masih dapat bersaing dihati konsumennya karena GO-JEK tidak kalah dengan pesaingnya yang semakin banyak, dengan memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan.
2. Diharapkan para peneliti selanjutnya lebih mengembangkan ruang lingkup penelitian, mengingat penelitian yang dilaksanakan ini belum sepenuhnya bisa menggambarkan faktor-faktor apa yang mempengaruhi Kepuasan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aw, Suranto. 2010. Komunikasi Sosial Budaya. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Hamdani dan Rambut Lupiyoadi, 2009, Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta
- Karwono. dan Heni Mularsih 2010. Belajar dan Pembelajaran serta. Pemanfaatan Sumber Belajar. Cerdas Jaya. Ciputat.
- Khairani Laila. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Rawat Jalan di RSUD Pasaman Barat. [Thesis]. Padang : UNAND
- Koentjaraningrat. 2012. Metode Penelitian Masyarakat. PT. Gramedia. Jakarta
- Kotler., Garry Armstrong. (2012). Principles Of Marketing. Boston. Pearson Education.
- \_\_\_\_\_, Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta. Erlangga.
- Kristianto. 2011. Psikologi Pemasaran, Buku Seru : Yogyakarta.*
- Laohapensang, O. 2009. "factor influencing internet shopping behaviour: a survey of consumers in Thailand". Jurnal of fashion marketing and management vol.13 No 4, 2009 pp.501-513.
- Mangkunegara, Prabu, Anwar (2010). Evaluasi Kinerja SDM, PT.Refika Aditama,. Bandung*
- Nanang, Tasunar. 2006. Kualitas Pelayanan sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan ( PPI ) Morodemak. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. V, No. 1 Mei 2006, h. 41-62
- Rakhmat, Jalaluddin.2011. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Soekanto, Soerjono. 2012, Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rajawali Pers.
- Syani, Abdul.2007. Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan. Jakarta : Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.2011. Service, Quality and Satisfaction. (ed 3). Yogyakarta. Andi*
- Stanton, William J. 2008. Fundamental of Marketing. 10 Edition. Mc. Graw-Hill International Edition, New York
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta*
- Walgito. 2010. Pengantar Psikolog Umum. Yogyakarta: C.V Andi. Offset.*