

Pengaruh Kualitas Layanan *Driver* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pengguna Jasa Gojek *Online* Di Kota Jember

(*The Influence Of Driver Service Quality On Customer Loyalty Through User Satisfaction Of Online Motorcycle Taxi Services In The City Of Jember*)

Yusita Titi Hapsari¹, Shendy Andrie Wijaya², Intan Tri Novita Sari³

^{1,2,3} IKIP PGRI Jember

Email: hapsari.yusita@gmail.com

Received: 02 Desember, 2020; Accepted: 20 Desember 2021; Published: 20 Desember, 2021

Abstrak

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas layanan *driver* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan. Dari data Primer yang didapat melalui kuesioner yang dibagikan kepada pengguna jasa gojek dengan menggunakan Google Form. Populasi dalam penelitian ini tidak terbatas jumlahnya. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 100 responden pengguna jasa Gojek. Penelitian ini menggunakan 3 variabel yang kemudian di analisis menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Dari hasil penelitian uji t yaitu kualitas layanan terhadap kepuasan memiliki nilai t_{hitung} (1,819) > t_{tabel} (1,66) dengan signifikansi 0,072 sehingga ada pengaruh secara signifikan. Analisis data uji t yaitu kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai t_{hitung} (5,258) > t_{tabel} (1,66) dengan signifikansi 0,000 sehingga ada pengaruh secara signifikan. Analisis uji t yaitu kepuasan terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai t_{hitung} (4,168) > t_{tabel} (1,66) dengan signifikansi 0,000 sehingga ada pengaruh secara signifikan. Dari hasil perhitungan sobel test kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pengguna jasa Gojek *online* di kota Jember dapat diperoleh nilai 2,274, karena nilai z diperoleh lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,66) maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan secara tidak langsung dapat memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kepuasan; Kualitas layanan; Loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This study aims to analyze and find out the effect of service quality drivers on customer loyalty through satisfaction. Primary data obtained through questionnaires distributed to Gojek service users using Google Form. The population in this study is not limited in number. In this study, the sample used was 100 respondents who used Gojek services. This study uses 3 variables which are then analyzed using path analysis. From the results of the t test research, namely the quality of service on satisfaction has a value of t count (1.819) > t table (1.66) with a significance of 0.072 so that there is a significant effect. Analysis of t test data, namely the quality of service to customer loyalty has a

value of t count (5.258) > t table (1.66) with a significance of 0.000 so there is a significant effect. The t-test analysis is that satisfaction with customer loyalty has a value of t count (4.168) > t table (1.66) with a significance of 0.000 so that there is a significant effect. From the results of the calculation of the sobel test of service quality on customer loyalty through the satisfaction of online Gojek service users in the city of Jember, it can be obtained a value of 2.274, because the z value obtained is greater than the t-table value (1.66), it can be concluded that satisfaction can indirectly mediate service quality customer loyalty.

Keywords: Customer Loyalty; Satisfaction; Service Quality,

PENDAHULUAN

Transportasi *online* muncul di tengah kondisi sistem transportasi di Indonesia yang belum tertata dengan baik. Beberapa perusahaan besar berlomba untuk membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi online. Dengan adanya teknologi yang canggih seperti zaman ini kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi mulai dari memesan ojek, memesan makanan dan sebagainya. Untuk mengembangkan bisnis yang dirintisnya, sebuah perusahaan harus selalu memiliki ide-ide kreatif dalam memberikan kebutuhan dan keinginan kepada masyarakat. Masyarakat saat ini memiliki kegiatan yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat, masyarakat membutuhkan sebuah kendaraan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Transportasi berbasis online saat ini sudah tidak asing di benak masyarakat Indonesia. Kehadiran jasa transportasi online ini diterima baik oleh masyarakat karena memudahkan orang untuk mendapatkan moda transportasi dengan cepat, murah, tepat dan cepat. Oleh karena itu, pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba untuk menarik konsumen melalui peningkatan layanan, kemudahan dalam memesan ojek, ketepatan waktu, memberikan kenyamanan terhadap konsumen, dan lain sebagainya.

Sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa ojek online yakni Gojek. Gojek merupakan salah satu jasa yang menyediakan ojek online yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Gojek hadir sebagai pilihan bagi pengguna transportasi ojek, yang ingin menghindari kemacetan. Gojek juga menawarkan kemudahan dalam memesan ojek, dimana konsumen tidak perlu lagi ke pangkalan ojek namun dengan satu klik saja driver ojek mendatangi langsung dan menjemput konsumen ke rumahnya. *Driver* ojek harus memiliki kelengkapan dalam berkendara seperti STNK, Surat Ijin Mengemudi (SIM), memakai helm, sepeda

motor yang digunakan atau dikendarai harus menggunakan spion dan lain sebagainya. *Driver* ojek ketika berkendara harus mematuhi rambu lalu lintas dan tidak boleh melanggar aturan yang sudah ditentukan. Persaingan dalam bisnis jasa saat ini banyak sekali terutama di jasa ojek *online* yang ada di Jember selain jasa Gojek *online* ada juga ojek *online* seperti Grab, Uber, OK-Jack dan sebagainya. Oleh karena itu, Gojek harus memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya dan selalu memberikan perhatian khusus untuk mengetahui keinginan pelanggannya.

Menurut Kottler dan Amstrong dalam jurnal (Rotinsulu & Lumintang, 2015) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas layanan sangat penting sebab kualitas pelayanan diperlukan dalam hal memberikan kepuasan terhadap konsumen. Kualitas layanan memiliki beberapa indikator yakni kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan berwujud. Layanan yang baik adalah memberikan layanan yang diinginkan oleh konsumen, misalnya keramahan dalam melayani, suasana yang nyaman dan kelengkapan fasilitas dan lain sebagainya. Kualitas layanan *driver* memang diperlukan untuk memenuhi keinginan konsumennya. Dalam hal ini, *driver* bersikap ramah, *driver* gojek harus mengetahui rute tempat tujuan, *driver* gojek memberikan barang yang sesuai dengan pesanan konsumen dan lain sebagainya.

Menurut Kottler dan Keller dalam jurnal (Herliza & Saputri, 2016) kepuasan konsumen sebagai tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Kepuasan konsumen diperlukan oleh perusahaan, dengan puasnya konsumen akan jasa yang diberikan maka konsumen akan terus menerus menggunakan jasa yang diberikan oleh perusahaan, dan jika perusahaan jasa tersebut tidak memberikan layanan yang baik terhadap konsumen maka yang terjadi konsumen akan berpindah alih ke perusahaan menyediakan jasa dengan pelayanan yang lebih baik. Kepuasan konsumen yaitu dimana keinginan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang diberikan. Saat kesadaran konsumen lebih pintar dalam memutuskan kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa tersebut. Dalam hal ini, gojek online

memberikan kepuasan konsumen melalui perilaku *driver* yang ramah, sopan, santun dan berpakaian rapi.

Dalam menciptakan kualitas layanan yang baik yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah memberikan layanan yang diberikan dengan semaksimal mungkin yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan sudah puas dengan layanan yang diberikan maka akan timbul sebuah loyalitas. Untuk menilai kepuasan konsumen yang sesuai dengan keinginan konsumen tidaklah mudah, karena keinginan dan kebutuhan konsumen berbeda-beda terutama dari perilaku, budaya dan latarbelakang mereka. Mereka memiliki cara tersendiri untuk menilai kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginannya yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen itu sendiri. Hal ini sesuai pernyataan Tjiptono dalam (Sondakh, 2015) bahwa apabila layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan, tapi apabila melampaui harapan pelanggan maka menjadi kualitas layanan yang ideal. Untuk menilai kualitas pelayanan, para ahli pemasaran seperti Parasuraman, Zeithaml, Berry dalam (Deccasari, 2018) telah mengajukan 5 faktor yang digunakan dalam menilai kualitas jasa, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa tidak hanya dituntut untuk memenuhi pelayanan yang baik kepada pelanggan, namun juga harus mampu bersaing untuk mempertahankan perusahaan yang dijalankan dengan memberikan kualitas layanan yang baik. Tuntutan ini akan tercipta sebuah loyalitas pelanggan yang kelak akan menjadi aset perusahaan dimasa mendatang. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan perhatian penuh terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Namun usaha-usaha yang telah dilakukan perusahaan Gojek guna mencapai kualitas layanan yang baik belum tentu sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Karena kenyataannya, pelanggan belum tentu mendapatkan kepuasan sesuai dengan harapannya. Terlihat dalam rating penilaian setiap *driver* Gojek, dalam kolom komentar setelah menggunakan jasa gojek pelanggan memberikan penilaian bermacam-macam seperti pelanggan hanya memberikan *caption* jempol dan terkadang pula pelanggan hanya memberikan bintang 5 tanpa ada komentar apapun. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan

oleh (Deccasari, 2018) semakin baik kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap Go-Jek maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan, sebaliknya bila kepuasan yang dirasakan rendah, maka loyalitas pelanggan juga akan semakin rendah.

Berdasarkan kajian teori dan empiris yang sudah ada, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama yaitu kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan, namun objek penelitian yang berbeda serta dalam tujuan penelitian ini, peneliti ingin membuktikan bahwa kualitas layanan dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Artinya apakah variabel kepuasan pelanggan secara tidak langsung dapat mempengaruhi variabel kualitas layanan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dirancang untuk menentukan pengaruh antara variabel independen yaitu kualitas layanan sebagai variabel bebas terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survey, yaitu responden diberi beberapa pertanyaan dalam bentuk kuesioner. Terkait sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pengguna jasa Go-Jek Online di Jember yang melakukan pembelian minimal sebanyak 3 kali, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket dan teknik analisis menggunakan regresi linear berganda melalui *Uji t* (parsial) dan analisis jalur (*Path Analysis*) untuk memperoleh hasil dari data yang di analisis dan menguji hipotesis dengan mudah penulis menggunakan bantuan aplikasi *SPSS 20*, sebelum melakukan analisis regresi linear berganda data harus diuji dengan uji validitas dan realibilitas terlebih dahulu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

a) Hasil Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji kebenaran apakah terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas layanan terhadap kepuasan. Dasar untuk mengambil keputusan adalah dengan cara menentukan t_{hitung} dengan taraf signifikansi $\alpha = 10\%$. Rumus untuk menentukan $t_{tabel} = t_{(\alpha/2)(n-2)}$

$\alpha = 10\% = 0,05$

N = jumlah data

Jadi, $100 - 2 = 98$ maka untuk hasil t_{tabel} sebesar 1,66

Tabel 1 Ringkasan Hasil Uji t

Hipotesis	t_{hitung}	t_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
Pertama (X \rightarrow Z)	1,819	1,66	0,072	H_1 wditerima
Kedua (X \rightarrow Y)	5,258	1,66	0,000	H_2 wditerima
Ketiga (Z \rightarrow Y)	4,168	1,66	0,000	H_3 wditerima

Sumber : Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa hipotesis pertama yaitu kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasa (Z) atau H_1 diterima karena diketahui t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($1,819 > 1,66$), pada hipotesisi kedua yaitu kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) atau H_2 diterima karena diketahui t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,258 > 1,66$), dan pada hipotesis ketiga yaitu kepuasan (Z) berpengaruh.signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) atau H_3 diterima karena diketahui t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,168 > 1,66$).

b) Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda. Analisis regresi ini dilakukan sebanyak dua kali yakni regresi satu dan regresi dua untuk menaksir hubungan antar variabel. Dari analisis regresi yang pertama untuk mengetahui hubungan dari variabel bebas terhadap variabel mediasi. Analisis regresi kedua untuk mengetahui hubungan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Menurut Braon dan Kenny (1986) dalam buku Ghozali (2016), suatu variabel dapat dikatakan mediator b jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan

antara variabel prediktor (independen) dan variabel kriteria (dependen). Pengujian hipotesis mediasi dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (2010) yang dikenal dengan uji Sobel (*Sobel test*). Uji Sobel dilakukan dengan menguji kekuatan pengaruh langsung X terhadap Y melalui M. Di dalam koefisien jalur dihitung dengan membuat dua persamaan struktural yaitu persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Regresi Model 1

Model	Unstandart koefisien beta	Standart koefisien	t	Sig
Konstanta	23,223		7,548	0,000
Kualitas layanan	0,126	0,181	1,819	0,072

a. Kepuasan = 23,223 + 0,181 kualitas layanan

Tabel 3 Hasil Regresi Model 1

Model	Unstandart koefisien beta	Standart koefisien	t	Sig
Konstanta	2,140		0,778	0,439
Kualitas layanan	0,264	0,434	5,258	0,000
Kepuasan	0,299	0,344	4,168	0,000

b. Loyalitas pelanggan = 2,140 + 0,434 kualitas layanan + 0,344 kepuasan

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (2010) dan dikenal dengan uji Sobel (*sobel test*). Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y melewati M. Pengaruh tidak langsung X ke Y melewati M dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2 SE_a^2) + (a^2 SE_b^2)}}$$

$$Z = \frac{0,181 \times 0,344}{\sqrt{(0,344^2 \times 0,072^2) + (0,181^2 \times 0,070^2)}}$$

$$Z = 2,27404588$$

Dapat diketahui dari hasil perhitungan Sobel test di atas menunjukkan bahwa nilai sebesar 2,274, karena nilai z yang diperoleh sebesar 2,274 > 1,66 dengan

tingkat signifikansi 10% maka dapat dibuktikan bahwa kepuasan mampu memediasi hubungan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pembahasan

- a) Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna gojek online di kota Jember sesuai dengan hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yulia Larasati (2017) tentang pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi persepsi pada pelanggan dian comp ambarawa). Dari hasil yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Yang dilakukan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh (Indra, 2019) yang menyatakan kualitas pelayanan dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap customer value. Dengan demikian kualitas pelayanan dan customer value merupakan hal sangat penting dalam kelangsungan (sustainability) dan bertumbuhnya (growth) suatu usaha.
- b) Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna gojek online di kota Jember. Hal ini ditunjukkan dengan hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yulia Larasati (2017) tentang pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi persepsi pada pelanggan dian comp ambarawa). Dari hasil yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Deccasari, 2018) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap jasa GoJek di Malang artinya semakin tinggi kualitas layanan, maka kepuasan pelanggan meningkat. Begitu juga dengan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap jasa GoJek di Malang, artinya semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka loyalitas pelanggan meningkat. Sedangkan variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap jasa GoJek di Malang artinya semakin tinggi kualitas layanan, maka loyalitas pelanggan meningkat.

- c) Terdapat pengaruh kualitas layanan driver terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan yang berdasarkan pada hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh (Putri & Utomo, 2017) tentang pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi persepsi pada pelanggan dian comp ambarawa). Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dikatakan ditolak. Namun, dalam penelitian ini telah membuktikan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan secara tidak langsung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan driver terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pengguna jasa gojek online di kota jember. Hal ini ditunjukkan pada hasil ketika kualitas layanan yang diberikan meningkat maka kepuasan dan loyalitas juga ikut meningkat. Sedangkan ketika kepuasan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan tinggi maka loyalitas juga akan meningkat. Secara hasil keseluruhan maka kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. artinya kualitas layanan memberikan kontribusi dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan Gojek.

DAFTAR RUJUKAN

- Deccasari, D. D. (2018). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (Studi Kasus Pada Konsumen Gojek Malang). *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 12(1), 54. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v12i1.41>
- Herliza, R., & Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Zara Di Mall Pvj Bandung The Influence Of Brand Image To Customer Satisfaction A Case Study Of Zara At Pvj Mall Bandung Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis. *Journal Of Management*, 3(2), 1949–1955.
- Indra, D. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan, Harga Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Bagi Kaum Millenial. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 3(1), 14–35.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN

- TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1), 70–90. <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Rotinsulu, J., & Lumintang, G. (2015). Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1291–1302. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i1.8293>
- Sondakh, C. (2015). Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 19–32.
- Gao, W., Zhang, X., Yang, L. and Liu, H., 2010, July. An improved Sobel edge detection. In *2010 3rd International conference on computer science and information technology* (Vol. 5, pp. 67-71). IEEE.
- Ghozali, I., 2016. Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). *Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 96.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. Total Quality Manajemen. Edisi Revisi. Andy: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2004, Manajemen Jasa, Yogyakarta : Andi.
- _____, 2006. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- _____, 2007. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- _____, 2012. Pemasaran Jasa. Yogyakarta : Penerbit Andi.