

Kualitas Pelayanan Transportasi Online (GrabBike) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Regina S. Mongilala
J. A. F. Kalangi
Olivia F. C. Walangitan

Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi
E-mail : reginamongilala@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of Online Transportation Service Quality (GrabBike) on Customer Satisfaction in Business Administration Students at Sam Ratulangi University Manado. This type of research uses a quantitative approach, with data collection methods using questionnaires. This study used a sample of 84 respondents. Data analysis techniques used in this study are the Validity and Reliability Test, Simple linear regression analysis, t test, correlation analysis and coefficient of determination. Hypothesis testing result states that the value of t count is greater than t table, so it can be concluded that the quality of service affects customer satisfaction. Correlation coefficient test results included at a strong relationship between service quality variables on customer satisfaction and based on the results of the coefficient of determination test states that customer satisfaction variables are influenced by service quality variables while the rest are influenced by other variables not examined.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online (GrabBike) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas SamRatulangi Manado. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 84 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas dan Reliabilitas, Analisis Regresi linear sederhana, Uji t, Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi. Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel , sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian koefisien korelasi termasuk pada tingkat kuat sehingga ada hubungan yang kuat antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan dan berdasarkan hasil uji koefisien Determinasi menyatakan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang sangat cepat banyak menimbulkan persaingan dalam berbagai bidang, tidak terkecuali dalam bidang bisnis. Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat disebabkan karena adanya perkembangan dunia modern yang terus maju dan mengalami perubahan. Oleh karena itu untuk memenangkan persaingan perusahaan harus berupaya memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan dari pada yang di lakukan oleh pesaing lainnya. Karena pada dasarnya tujuan dari suatu

bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada konsumen. Di antara banyaknya strategi pemasaran perusahaan juga dituntut untuk mengutamakan kualitas pada produk atau jasa. Salah satunya jasa transportasi, sebagai sarana yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat, transportasi digunakan setiap masyarakat untuk memperlancar aktifitas sehari-hari, setiap orang tentu membutuhkan transportasi dalam berbagai kegiatannya seperti bekerja, bepergian maupun aktivitas lainnya. Salah satu jenis transportasi yang banyak digunakan masyarakat dalam menembus kemacetan yaitu Ojek.

Apabila dicermati ada banyak hal yang harus dibenahi dalam layanan ojek yang ada saat ini khususnya masalah keselamatan, kesopanan dan kewajaran harga layanan. Dari permasalahan ini, terciptalah ide perusahaan taxi motor, atau lebih dikenal dengan istilah ojek *online* yang berbeda dengan ojek konvensional pada umumnya.

Ojek *online* merupakan sarana pengangkut berbasis teknologi yang memungkinkan pengguna jasa menggunakan jasa dari sarana pengangkut berupa kendaraan bermotor ini di mana saja dan kapan saja, dengan memanfaatkan teknologi pada *smartphone*. Di Indonesia sendiri khususnya kota Manado sudah memiliki terobosan baru yaitu aplikasi Grab. Grab di dirikan tahun 2011 oleh Anthony dan Hong Ling Tan di Malaysia.

Grab merupakan aplikasi interaktif di beberapa negara di asia tenggara, yang dapat di gunakan dengan mudah via *smartphone* yang menjadi mediasi untuk mempertemukan kebutuhan penumpang sebagai pengguna jasa dengan pengemudi dan mobil/motor sebagai penyedia jasa transportasi. Adapun cara pembayarannya dapat dilakukan tunai atau secara langsung dengan memberikan uang cash dan non tunai yaitu pengguna dapat melakukan pembayaran menggunakan Grabpay dan Ovo. Jasa atau layanan yang diberikan Grab memiliki banyak fitur seperti layanan mobil (*GrabCar*), layanan sepeda motor (*GrabBike*), layanan pesan antar makanan (*GrabFood*), layanan untuk pengiriman barang (*GrabExpress*), layanan pesan antar barang belanjaan (*GrabFresh*) dan masih banyak lagi fitur lainnya. Dari berbagai fitur tersebut terdapat satu fitur unggulannya yaitu GrabBike, dimana salah satu sasaran penggunanya adalah kalangan mahasiswa.

GrabBike adalah transportasi modern yang sangat membantu dan mempermudah manusia untuk mencari kendaraan umum yang jauh lebih cepat dan praktis. GrabBike adalah salah satu jasa transportasi yang di minati kalangan mahasiswa karena memiliki keunggulan yang memberikan kemudahan bagi mereka untuk melakukan perjalanan, selain itu sebagai kaum milenial mahasiswa juga lebih memahami perkembangan teknologi yang ada. Keuntungan bagi mahasiswa dalam menggunakan aplikasi ini yaitu salah satunya dengan berbagai promo yang di tawarkan untuk menarik minat pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Keller, 2009) sedangkan Pelayanan merupakan terjemahan dari istilah *service* dalam bahasa inggris yang berarti setiap tindakan setiap perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Tjiptono, 2011). Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dikatakan baik dan memuaskan (Tjiptono, 2009).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009). Kepuasan pelanggan (*customer's satisfaction*) di-definisikan sebagai perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut (Jasfar, 2012).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini mengacu pada mahasiswa aktif semester genap Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado yang berjumlah 492 mahasiswa. Penentuan sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2003) sehingga sampel diperoleh sebanyak 84 orang. Teknik pengumpulan data yang menggunakan studi kepustakaan, survey lapangan dan kuesioner. Skala pengukuran variabel yang digunakan adalah five point likert dan untuk menguji instrument penelitian adalah uji validitas dan reliabilitas, uji t, uji analisis koefisien korelasi dan koefisien determinasi R². Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear sederhana.

Hasil Penelitian

a. Uji Validitas

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data dalam penelitian ini semua item pernyataan dari variabel independen dan variabel dependen dinyatakan valid karena menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	13

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai Cronbach Alpha adalah 0,851 dan jumlah item pertanyaan adalah 13 dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa koesioner tersebut Reliabel karena $0,851 > 0,60$.

Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	6

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai Cronbach Alpha adalah 0,728 dan jumlah item pertanyaan adalah 6 dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa kuesioner tersebut Reliabel karena $0,728 > 0,60$.

c. Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Const.)	8.754	1.953		4.482	.000
Kualitas Pelayanan	.321	.037	.689	8.613	.000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi $Y = 8,754 + 0,321X$

1. Nilai Constant (a) adalah 8,754, artinya jika tidak terjadi perubahan kualitas pelayanan (nilai $X=0$) maka Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Online GrabBike adalah sebesar 8,754.
2. Nilai koefisien regresi (b) Kualitas Pelayanan adalah 0,321, artinya jika variabel Kepuasan Pelanggan meningkat 1% dan

konstanta (a) adalah (nol), maka Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar 0,321. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berkontribusi Positif bagi Kepuasan Pelanggan sehingga semakin baik Kualitas Pelayanan transportasi online GrabBike, maka semakin meningkat pula Kepuasan Pelanggan.

d. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Const.)	8.754	1.953		4.482	.000
Kualitas Pelayanan	.321	.037	.689	8.613	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

- a. Menentukan rumus hipotesis
Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Menentukan *level of significance* (α)
Tarf signifikan yang digunakan 0,05.
- c. Menentukan nilai r hitung dan t tabel
Nilai t hitung adalah 8,613
Maka t tabel = $(\alpha/2 : n-k-1)$
= $(0,05/2 : 84-1-1)$
= $(0,025 : 82)$
= 1,989
- d. Kriteria Pengujian
 H_0 ditolak dan H_a diterima, jika t hitung $>$ t tabel. H_0 diterima dan H_a ditolak, jika t hitung $<$ t tabel
Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai t hitung Kualitas Pelayanan sebesar 8,613. Karena $t_{hitung} 8,613 > t_{tabel} 1,989$ maka H_a diterima, artinya bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- e. Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 ^a	.475	.469	1.60628

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah 2020

Dari tabel diatas didapatkan nilai R (korelasi) sebesar 0,689 yang artinya hubungan variabel kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) kuat dilihat dari tabel pedoman.

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat kuat

Dari tabel diatas dapat juga diketahui nilai R Square adalah 0,475 yang artinya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan sebesar 47,5% sedangkan 52,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dimana dalam hal ini pihak Grab atau driver grab telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan sehingga ada kepuasan yang dirasakan oleh Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dari dimensi kualitas pelayanan dan indikator kepuasan pelanggan dinyatakan valid. Pada hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan juga terdapat item pertanyaan yang paling tinggi yaitu pada item nomor 10 dimana item tersebut termasuk pada indikator empati.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gisyel Angely (2019) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Pada PT. Astra International Tbk.-Daihatsu Malalayang menyatakan bahwa variabel empati yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa service pada PT. Astra International Tbk.-Daihatsu Malalayang Penelitian ini di perkuat dengan teori dari Tjiptono dan Chandra (2012) empati adalah kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individu para pelanggan.

Dari pengujian analisis korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan berada pada tingkat kuat.

Penelitian ini sejalan juga dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Juwita Elisabeth Poluan (2017) tentang Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Golden Supermarket Manado yang menyatakan bahwa dari hasil uji Koefisien Korelasi di dapat hubungan antara variabel kualitas layanan dan variabel kepuasan konsumen adalah kuat.

Penelitian ini, diperkuat juga oleh teori Menurut Kotler dan Keller (2012) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. Dalam hal ini kualitas pelayanan menjadi indikator penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, jika kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan maka pelanggan akan merasa puas, dan bila jasa pelayanan dibawah tingkat yang diharapkan maka pelanggan akan merasa kurang puas. Karena itu semakin baik tingkat kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin menarik daya minat pelanggan.

Simpulan

Pada penelitian ini peneliti bermaksud untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun hasil pengujian dan pembahasan sebagaimana telah disajikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dari hasil uji regresi sederhana menyatakan nilai konstan yang artinya nilai dari variabel kepuasan pelanggan adalah konsisten. Selanjutnya nilai koefisien regresi menyatakan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan berkontribusi positif bagi Kepuasan Pelanggan, sehingga semakin baik Kualitas Pelayanan Transportasi Online GrabBike, maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.

Referensi

Angely, Gisyel. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Pada PT. Astra International Tbk. -Daihatsu Malalayang. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.8, No.2.*

- Juwita Elisabeth Poluan. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Supermarket Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 05. No 02.
- Jasfar, Farida. 2012. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta: Selemba Empat
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Edisi Ketigabelas. Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Selemba Empat
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, Yogyakarta: ANDI.
- _____, 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta: Ghalia Indonesia.