

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Indrive pada Masyarakat Desa Watutumou Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara

**Josua Charles Sangian,
Ventje Tatimu,
Danny D.S Mukuan**

*Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
josuasangian082@student.unsrat.ac.id*

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the effect of Service Quality on Consumer Satisfaction. This type of research is quantitative descriptive with the population in this research being the Watutumou village community whose research sample consists of 100 respondents. The data collection technique uses a Likert scale questionnaire with data analysis using the Simple Correlation Coefficient instrument test, simple linear regression analysis, Hypothesis Testing, Determinization Coefficient Test by processing data using SPSS version 23. The results of the research show that service quality has a significant influence on the level of satisfaction of InDrive consumers, with punctuality of arrival and ease of use of the application being the most dominant factors. InDrive needs to continue to improve service quality, by focusing on aspects that significantly influence customer satisfaction. Suggestions that can be given are improving aspects of service quality, including speed of service, comfort of using the application, responsiveness to customer feedback, and vehicle maintenance. Furthermore, it is important for Indrive to regularly collect and evaluate customer feedback to continuously improve user experience. In this way, Indrive can strengthen its position in the market and achieve sustainable competitive advantage.

Keyword: Service Quality, Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif dengan Populasi dalam penelitian ini yaitu Masyarakat desa Watutumou yang Sampel penelitian terdiri dari 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner skala likert dengan Analisis data menggunakan Uji instrument Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis regresi linear sederhana, Uji Hipotesis, Uji Koefisiensi Determinisasi dengan mengolah data menggunakan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen InDrive, dengan ketepatan waktu kedatangan dan kemudahan penggunaan aplikasi menjadi faktor yang paling dominan. Perlunya InDrive untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, dengan fokus pada aspek-aspek yang memengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan. Saran yang dapat diberikan yaitu memperbaiki aspek-aspek kualitas layanan, termasuk kecepatan layanan, kenyamanan penggunaan aplikasi, responsif terhadap umpan balik pelanggan, dan perawatan kendaraan. Lebih lanjut, penting bagi Indrive untuk secara rutin mengumpulkan dan mengevaluasi umpan balik pelanggan guna meningkatkan pengalaman pengguna secara berkelanjutan. Dengan demikian, Indrive dapat memperkuat posisinya di pasar dan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, transportasi telah menjadi fondasi utama bagi perkembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, memainkan peran penting dalam menghubungkan orang dan barang dari satu tempat ke tempat lainnya secara efisien dan efektif. Pada tingkat lokal, transportasi memfasilitasi aksesibilitas terhadap layanan penting seperti pendidikan, kesehatan, dan pekerjaan, sementara pada tingkat global, transportasi memungkinkan interaksi perdagangan internasional yang meningkatkan konektivitas antar negara dan benua. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang dinamika, tantangan, dan potensi dalam sistem transportasi menjadi esensial dalam merancang kebijakan dan mengembangkan infrastruktur yang berkelanjutan.

Kualitas pelayanan adalah ukuran atau standar yang digunakan untuk menilai seberapa baik suatu layanan disampaikan kepada pelanggan atau pengguna. Ini mencakup berbagai aspek seperti responsifitas, keandalan, kecepatan, keramahan, keberlanjutan, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menurut Sunyoto (2012) adalah suatu ukuran untuk menilai barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna yang diinginkan.

Kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan atau kepuasan pelanggan setelah mereka menggunakan produk atau layanan suatu perusahaan atau organisasi. Ini mencerminkan sejauh mana produk atau layanan tersebut memenuhi atau melebihi harapan dan kebutuhan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen dapat menjadi indikator penting bagi kesuksesan jangka panjang suatu bisnis, karena konsumen yang puas cenderung lebih cenderung untuk membeli kembali, merekomendasikan kepada orang lain, dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan merek atau Perusahaan. menurut Swan dalam Tjiptono (2014:353) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai evaluasi secara sadar atau atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relative bagus atau jelek atau apakah produk berhubungan sama atau tidak sama dengan tujuan atau pemakaiannya.

InDrive adalah layanan transportasi online internasional yang lebih dari 150 juta pengguna yang beroperasi dengan lebih dari 700 kota di bagian 47 negara. kantor pusat di Mountain View, California, Amerika Serikat. inDrive adalah aplikasi memberi tumpangan dan taksi yang terbesar kedua di dunia didasari pada unduhan. Anggota grup berbagi ke mana mereka ingin pergi dan harga yang bersedia mereka bayar, memungkinkan pengemudi untuk secara bergiliran menghubungi konsumen ini dan menegosiasikan harga. Setelah setahun, kelompok tersebut bekerja untuk Sinet, yang mengembangkan sistem transportasi peer-to- peer berdasarkan konsep ini.

Umumnya costumer yang menggunakan InDrive ini sendiri adalah anak muda atau remaja dengan kisaran umur 15 tahun sampai dengan 40 tahun karena mereka yang dinilai lebih cepat paham akan perkembangan zaman dan lebih bisa cepat menyesuaikan diri dengan hal-hal baru, terutama costumer di daerah perkotaan. Tapi seiring berjalannya waktu, tidak kalah dengan daerah perkotaan costumer yang berada didaerah pedesaan pun juga sering menggunakan jasa transportasi online.

Sejauh ini konsumen yang menggunakan jasa InDrive di Desa Watutumou cukup banyak, walaupun terbilang adanya transportasi online lainnya tetapi cukup banyak masyarakat di Desa Watutumou minat dan tetap menggunakan jasa ojek InDrive walaupun tidak dalam penggunaan rutin. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Indrive dapat memiliki dampak yang signifikan pada kepuasan konsumen di Desa Watutumou. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan yang diberikan merujuk pada berbagai aspek seperti kecepatan respons, keselamatan perjalanan, kenyamanan, dan keramahan pengemudi. Memahami bagaimana kualitas pelayanan ini memengaruhi kepuasan konsumen menjadi penting karena dapat membantu meningkatkan pengalaman pengguna dan mempertahankan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Indrive Pada Masyarakat Desa Watutumou Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan konsumen Transportasi Online InDrive pada Masyarakat di Desa Watutumou,Kecamatan Kalawat,Kabupaten Minahasa Utara?

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah fondasi utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik Jika bisa menyediakan barang atau jasa sesuai menggunakan harapan pelanggan. Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan menurut Tjiptono dalam Panjaitan (2016) sebagai berikut :

1. Keandalan, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.
2. Daya tanggap, yaitu keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi konsumen dalam menggunakan jasa.
3. Jaminan, yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan balk dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari konsumen.
4. Perhatian, meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah ukuran dari sejauh mana pelanggan merasa puas dengan produk, layanan, atau pengalaman yang mereka terima dari sebuah organisasi atau penyedia layanan. Hal ini mencakup evaluasi positif terhadap kualitas, nilai, responsibilitas, keandalan, dan empati dari produk atau layanan yang diterima oleh pelanggan, serta sejauh mana harapan dan ekspektasi mereka terpenuhi. Kepuasan konsumen merupakan indikator penting dari kesuksesan bisnis karena dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, retensi, rekomendasi, dan citra merek secara keseluruhan. Dengan memprioritaskan kepuasan konsumen, organisasi dapat meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan, meningkatkan keunggulan kompetitif, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Rondonuwu dan komalig dalam jurnal Purnomo Edwin Setyo (2017). Kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan konsumen, yaitu :

1. Terpenuhinya harapan konsumen, merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari suatu produk barang atau jasa.
2. Sikap atau Keinginan Menggunakan Produk, merupakan kecenderungan yang dipelajari, ini berarti bahwa sikap yang berkaitan dengan perilaku membeli terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain atau terpapar oleh iklan di media masa, internet dan berbagai bentuk pemasaran langsung.
3. Merekomendasikan kepada pihak lain, Konsumen akan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang di peroleh dari suatu kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.
4. Kualitas pelayanan, dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan menyampaikan untuk mengimbangi harapan konsumen.
5. Loyal, Konsumen memiliki berbagai alasan untuk mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu, yang mampu memberikan manfaat atau harapan mereka terpenuhi.

PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 1 Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Dai, Kalangi, Rogahang (2022)	Dengan responden yang diteliti sebanyak 50 responden. Metode analisis yang digunakan dalam pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode analisis regresi linear sederhana. Dari hasil persamaan linear sederhana dapat diketahui bahwa Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif. Melalui analisis korelasi didapatkan hasil dengan tingkatan kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Hasil uji hipotesis berdasarkan nilai signifikansi dari tabel koefisien diperoleh signifikan sehingga dapat disimpulkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan melalui koefisien determinasi terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan 39,0% sedangkan sisanya 61,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.
2.	Kaat, Kalangi, Walangitan (2023)	Jenis penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang ada di pegadaian UPC Malalayang Dua. Sampel yang diambil dan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 122 responden. Penelitian ini menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen program kreasi.
3	Piay, Tamengkel, Manoppo (2021)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Manado Icon Convention Center. Jenis penelitian yang dilakukan adalah data kuantitatif dengan menggunakan non probability sampel untuk pengambilan sampel dengan total 61 responden. Dari penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menjamin kepuasan konsumen, sehingga hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Manado Icon Convention Center.
4	Lumoindong, Mangindaan & Mukuan (2023)	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Hasjrat Abadi Aentral Yamaha Malalayang. Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
5.	Abram, Tumbel, & Mangindaan (2023)	Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Café Kapal Bitung dengan sampel sebanyak 50 responden. Berdasarkan hasil analisis regresi, pengaruh kualitas pelayanan bersifat positif dan signifikan, artinya apabila kualitas pelayanan semakin baik maka konsumen akan merasa puas sehingga minat beli akan meningkat. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.
6.	Tambajong, Tampi, Rogahang (2023)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian menggunakan Analisis Regresi Sederhana. Dari hasil pengujian secara statistik, ditemukan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Express Bahu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di desa Watutumou kecamatan Kalawat kabupaten Minahasa Utara. Yang menjadi populasi adalah seluruh Masyarakat desa Watutumou pengguna inDrive dengan sampel berjumlah sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2018). Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner dengan skala Likert sebagai skala pengukuran. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling.

Dalam menganalisis data dilakukan sejumlah pengujian yaitu Uji instrument Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis regresi linear sederhana, Uji Hipotesis, Uji Koefisiensi Determinisasi dengan mengolah data menggunakan SPSS versi 23.

HASIL PENELITIAN

Koefisien Korelasi Sederhana

Berdasarkan hasil analisis korelasi antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, diperoleh nilai koefisien korelasi (Pearson Correlation) sebesar 0,854 yang berarti terdapat hubungan positif variabel independen dengan variabel dependen. Berdasarkan kriteria korelasi, nilai ini berada dalam kategori kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa baik Kualitas Pelayanan hubungan yang kuat dengan Kepuasan Konsumen.

Analisis Regresi Linear Sederhana dan Uji T

Tabel 2 Regresi Linear Sederhana dan Uji T

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-9.961	2.934	-	-3.395	.001
	Kualitas pelayanan	1.185	.073	.854	16.220	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Diolah SPSS versi 23 (2024)

Berdasarkan Tabel 2 Persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah: $Y = -9.961 + 1.185X_1$. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa jika Kualitas Layanan (X_1) meningkat satu satuan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 1.185. Dari tabel ini juga ditemukan bahwa nilai t pada variabel kualitas pelayanan sebesar 16.220 dengan nilai signifikansi p-value $0.000 < 0.05$. Dengan demikian H_a yang berbunyi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen diterima.

PEMBAHASAN

Penelitian dimulai dengan menguji apakah kedua variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki hubungan satu sama lain dengan menggunakan metode koefisien korelasi sederhana. Setelah diuji, ternyata ditemukan adanya hubungan yang kuat dan positif antar kedua variabel. Maksud dari kalimat di atas adalah dengan memberikan kenyamanan, kecepatan respon, jaminan keselamatan perjalanan, keramahan, dan komunikasi yang baik dari jasa *_inDrive_* dapat tercipta citra yang baik, mempertahankan loyalitas konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen. Setelah menguji hubungan kedua variabel, penelitian dilanjutkan dengan uji koefisien determinasi untuk melihat seberapa besar presentase kualitas pelayanan dalam mempengaruhi atau menjelaskan variabel dari kepuasan konsumen. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan seperti kehandalan, data tanggap, jaminan dan perhatian berkontribusi sebesar 72,9%

terhadap variabel kepuasan konsumen seperti terpenuhinya harapan konsumen, sikap atau keinginan menggunakan produk, merekomendasikan kepada pihak lain, kualitas layanan dan loyal.

SIMPULAN

Dari hasil pengujian penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online InDrive Pada Masyarakat Watutumou Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara dapat disimpulkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abram, T. B. B., Tumbel, T. M., & Mangindaan, J. V. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kapal Bitung. *Productivity*, 4(1), 1-5.
- Abram, T.B.B., Tamengkel L.F., Mangindaan J.V. (2023) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kapal Bitung. *Jurnal Administrasi Bisnis Unsrat*.
- Dai, K. E. P., Kalangi, J.A.F., Rogahang, J.J.,. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Service PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang. *Jurnal Administrasi Bisnis Unsrat*
- Damayanti, E., & Rosyad U. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Ojek Online Grab Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Grabbike. *Jurnal Manajemen Komunikasi*. 2(1) : 600- 603.
- Kaat R. I., Kalangi, J.A.F., Walangitan O.F.C. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Program Kreasi Pada PT. Pegadaian (PERSERO) UPC Malalayang Dua. *Jurnal Administrasi Bisnis Unsrat*.
- Lumoiindong, B. Y., Mangindaan, J. V., & Mukuan, D. D. (2023). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang. *Productivity*, 4(4), 493-498.
- Oktaviyana, N., Tarman, M., & Widjaya, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Istana 45 Kholil Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(3).
- Piay, R.N., Tamengkel L.F., Manoppo W.S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Manado Icon Convention Center. *Jurnal Administrasi Bisnis Unsrat*.
- Rondonuwu, J., & Komalig, E. N. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PERSERO) Cabang Jayapura. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*, 6(2), 1- 14.
- Sugiyono, 2018. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabet.
- Tambajong, J. E., Tampi J.R.E., Rogahang J.J., (2023) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express Bahu. *Jurnal Administrasi Bisnis Unsrat*.