

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GOJEK
DI KOTA PADANG

The Influence of Service Quality on Customer Loyalty of GOJEK
Online Transportation Services in Padang City

Febrian Febrilium Tri Putra & Suci Rahma Nio

Universitas Negeri Padang

febriantriputra107@gmail.com; sucirahmanio@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Jan 23, 2024	Jan 27, 2024	Jan 31, 2024	Feb 4, 2024

Abstract

Transportation is one of the most important parts of life today. With the development of the times, transportation can also be accessed online using an application called GOJEK. This research is a quantitative study that aims to see the effect of service quality on customer loyalty for gojek online transportation services in Padang city. Respondents in this study amounted to 108 people with purposive sampling technique. The data was analyzed using simple regression analysis. The results showed that there was no significant influence between service quality and customer loyalty for gojek online transportation services in Padang city.

Keywords: Service quality, Customer Loyalty, GOJEK

Abstrak: Transportasi menjadi salah satu bagian paling penting bagi kehidupan saat ini. Semakin berkembangnya jaman, transportasi juga dapat di akses secara online menggunakan aplikasi yang bernama GOJEK. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online gojek di kota padang. Responden dalam penelitian ini berjumlah 108 orang dengan teknik pengambilan sampel

purposive sampling. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan jasa transportasi online gojek di kota padang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, GOJEK

PENDAHULUAN

Pada era modern ini transportasi menjadi salah satu penunjang penting dalam kegiatan sehari-hari terutama daerah perkotaan. Transportasi yang baik dapat mencerminkan keteraturan kota yang baik pula, hal ini disebabkan karena transportasi merupakan suatu alat bantu dalam mengarahkan pembangunan di daerah perkotaan. Selain itu, transportasi juga merupakan suatu prasarana bagi pergerakan manusia atau barang yang timbul akibat adanya kegiatan di daerah perkotaan. Sebelumnya transportasi umum hanya memberikan layanan untuk mengantarkan masyarakat dari suatu tempat ke tempat lain dengan sistem pembayaran kontan. Tetapi seiring dengan berkembangnya zaman saat ini terdapat beberapa aplikasi layanan pemesanan transportasi menggunakan teknologi dengan standar pelayanan (Genaddi, 2016). Di Indonesia telah banyak dijumpai berbagai jenis aplikasi transportasi *online* seperti Maxim, Gojek, dan Grab, yang mana memiliki fungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang, mengirim barang dan memesan antar makanan.

Kehadiran Gojek di Kota Padang pada 01 April 2017, menjadikan alat alternative bagi masyarakat untuk bepergian. Kantor pusatnya beralamat di Jalan Olo Ladang No.18, Purus, Kec. Padang Barat. Kota Padang, Sumatera Barat. Gojek menjadi solusi dalam bepergian, pengiriman barang, pesan antar makanan. Konsumen merasa lebih mudah dan cepat memakai Gojek dengan harga yang terjangkau. Hal ini membuat banyak masyarakat menyambut baik dengan adanya transportasi online Gojek dan ini membuat Gojek bisa terus mengembangkan cabangnya diberbagai daerah di Indonesia, salah satunya kota-kota yang berada di wilayah Sumatera Barat.

Pada awal kemunculannya, sangat banyak masyarakat yang menggunakan layanan dari Go-Jek. Namun saat ini Go-Jek yang harus mengejar pelanggan agar dapat bertahan. Kondisi ini menjadi semakin sulit dengan munculnya beberapa permasalahan yang mengiringi perjalanan Go-Jek. Seperti ketika terjadi kebocoran data pribadi pengguna layanan Go-Jek, kasus kecelakaan yang melibatkan driver Go-Jek, kasus bentrokan antara

driver Go-Jek dengan pengojek pangkalan dan lain-lain. Hal ini menjadi pertimbangan bagi Masyarakat dalam menggunakan layanan jasa Go-Jek. Masyarakat yang semakin kritis dalam memilih produk/jasa untuk memenuhi kebutuhannya menjadi tantangan tersendiri. Selain meningkatkan jumlah order para pelanggan, hal yang tidak kalah penting dilakukan PT.Go-Jek Indonesia adalah meningkatkan loyalitas pelanggan.

Menurut Oliver (1999) loyalitas konsumen adalah keterikatan yang sangat kuat untuk melakukan pembelian ulang atau menggunakan produk secara konsisten untuk seterusnya. Sejalan dengan pendapat Hurriyati dalam Astuti (2019) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan untuk dapat bertahan dan berlangganan membeli ulang suatu produk atau jasa yang dipilih secara konsisten. Kotler dan Keller (2009:138) mengungkapkan loyalitas adalah “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Menurut Jill Griffin (2002: 5) loyalitas didefinisikan sebagai pembelian non-acak yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan. (dalam Buchari, 2011). Oliver (1999) mengatakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan dalam jasa transportasi kualitas pelayanan menjadi hal utama. Kualitas pelayanan merupakan strategi yang mendasar dalam upaya perusahaan meraih sukses dan berkelanjutan dalam lingkungan persaingan bisnis yang ketat (Diyanthini dan Seminari, 2014). Kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, & Berry (dalam Tjiptono, 2005) dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan terhadap upaya pemenuhan kebutuhan yang sesuai dengan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Selanjutnya kualitas pelayanan dapat membentuk loyalitas pelanggan dengan adanya umpan balik yang diterima pelanggan dari kualitas pelayanan. Dengan adanya pelayanan yang baik maka akan muncul rasa senang yang dialami oleh konsumen. Pada penelitian yang dilakukan oleh Rifaldi, dkk (2016), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan Gojek perlu ditingkatkan kembali. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tresiya, dkk (2018), penelitian tersebut mengatakan bahwa Gojek harus meningkatkan fasilitas pelayanan dengan cara memberikan kemudahan untuk memesan layanan Gojek dan *driver* Gojek sebaiknya menanyakan apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengkajilebih dalam tentang bagaimana hubungan kualitas pelayanan jasamaulana transportasi online maxim

dengan melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek Di Kota Padang”.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain korelasional. Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki 5 aspek, sedangkan loyalitas pelanggan memiliki 4 aspek di dalamnya. Sampel yang digunakan didalam penelitian ini sebanyak 108 subjek yang terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan status pelajar/mahasiswa maupun pekerja.

Penelitian ini menggunakan skala likert dengan menggunakan analisis regresi sederhana untuk melihat bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Instrumen Loyalitas Konsumen dalam penelitian ini memodifikasi dari penelitian Hanifah (2023). Skala penelitian ini berisikan 34 item yang didasarkan pada aspek loyalitas konsumen yang dikemukakan oleh Griffin (2005). Instrumen kualitas pelayanan digunakan dalam penelitian ini adalah instrument dari penelitian Hazimullah (2020) yang akan dimodifikasi. Skala ini berisi 27 item yang didasarkan pada aspek kualitas pelayanan Parasuruman et al., (1988) yang terdiri dari, bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dianalisis menggunakan SPSS.20 dengan analisis regresi linear sederhana yang digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antar variabel. Untuk melakukan analisis regresi linear sederhana, ada beberapa tahapan yang dilakukan diantaranya melakukan uji linearitas dan uji normalitas masing-masing variabel.

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap 108 subjek didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 1. Uji Normalitas Variabel Penelitian

	Unstandardized Residual
N	108
Kolmogorov-Smirnov Z	1.261
Asymp. Sig. (2-tailed)	.083

Uji normalitas pada penelitian di uji dengan *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan software SPSS.16. data penelitian berdistribusi normal apabila nilai $p > 0.05$, namun apabila $p < 0.05$ maka data penelitian tidak berdistribusi normal. Berdasarkan tabel 1 didapatkan nilai signifikansi .082 yang berarti $p > 0.05$ (.083 > 0.05) yang berarti nilai residual kedua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal. Selanjutnya dilakukan uji linearitas dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Uji Linearitas Penelitian

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	5672.238	31	182.975	9.989	.000
Linearity	4335.786	1	4335.786	236.709	.000
Deviation from Linearity	1336.453	30	44.548	2.432	.001
	1392.086	76	18.317		
	7064.324	107			

Linearitas data dalam penelitian ini dapat dilihat dari *nilai F-linearity*. Data penelitian linear apabila nilai $p < 0.05$ dan sebaliknya apabila nilai $p > 0.05$ maka data dikatakan tidak linear. Adapun nilai linearitas ketiga variabel dalam penelitian ini adalah $F = 9.989$ dan $p = 0.000$ ($p < 0.05$) yang mempunyai arti bahwa kedua variabel linear. Uji hipotesis didalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Tabel 3. Uji Hipotesis

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.050	1	42.050	.635	.427 ^a
	Residual	7022.274	106	66.248		
	Total	7064.324	107			

Hasil uji hipotesis menunjukkan diketahui bahwa nilai F hitung = 0.635 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.427 (> 0.05) maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan jasa transportasi gojek. Sehingga H_0 didalam penelitian ini diterima yaitu Tidak Terdapat Pengaruh Kualitas

Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek Di Kota Padang dan Ha ditolak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kategorisasi kualitas pelayanan berada pada kategori sangat tinggi dan kategorisasi loyalitas pelanggan berada pada kategori tinggi. Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan, tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan jasa transportasi gojek. Sehingga H_a dalam penelitian ini di tolak dan H_0 dalam penelitian ini diterima. Sama halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agiesta dkk, (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, namun kepuasan pelanggan yang menjadi pengaruh terhadap loyalitas pelanggan hal ini dikarenakan kualitas pelayanan yang diterima setiap pelanggan berbeda-beda sehingga kualitas pelayanan tidak menjadi faktor utama yang membuat pelanggan menjadi loyal.

Hasil penelitian lain juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara langsung tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, karena pelanggan akan loyal kepada perusahaan jika pelanggan merasakan kepuasan terlebih dahulu atas barang maupun jasa dari perusahaan (Kusuma, 2018). Temuan ini juga di perkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cristobal, dkk (2007) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap loyalitas pelanggan dalam kelompok pembeli, hal ini karena masih adanya kekhawatiran para pembeli bila akan keamanan data yang diberikan akan disalahgunakan oleh penyedia jasa sehingga menyebabkan kualitas pelayanan secara langsung tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Adapun penelitian lain mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan atau nasabah namun kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau nasabah (Octavia, 2019).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek Di KotaPadang maka dapat diambil kesimpulan :

1. Kualitas Pelayanan berada pada kategori sangat tinggi
2. Loyalitas Pelanggan berada pada kategori tinggi

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online gojek di kota padang

DAFTAR PUSTAKA

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito, P. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ka lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 1653-1664.
- Astuti, D. S., & Lutfi, M. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 132-144.
- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada perusahaan jasa ojek online go-jek di kota Kediri). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208-224.
- Diyanthini, D., Putu, N., & Seminari, N. K. (2014). Pengaruh Citra Perusahaan, Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada LPD Desa Pakraman Panjer (*Doctoral Dissertation, Udayana University*).
- Kusuma, E. C. (2018). Pengaruh Nilai Yang Diterima Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Dan Gender Sebagai Moderator. *Jurnal bisnis dan Manajemen*, 5(1). Feigenbaum. (1991). *Total Quality Control*. New York: Mcgraw-Hill.
- Genaddi, B. R., & Wardhana, (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Go-Jek Di Dki Jakarta). *Proceedings Of Management*, 3(3).
- Griffin, J (2005). *Consumer Loyalty, Edisi Revisi Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Hazimullah, Rojihand. (2022). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Platform Marketplace Shoppe. Skripsi: Universitas Negeri Padang
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ketiga Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip Dan Keller, Kevin Lane. 2009. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Oleh Bob Sabran MM. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, Evan. (2018). Pengaruh Nilai Yang Diterima Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan : Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Dan Gender Sebagai Moderator. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5 (1).
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori Dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35-39.

Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty?. *Journal Of Marketing*. 63(4), 33– 44.
<https://doi.org/10.1177/00222429990634s105>

Tjiptono, Frandy. (2005). *Brand management & strategy*, Penerbit Andi, Yogyakarta