

Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Ojek *Online* Grab terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Grabbike

The Impact of Quality Service in Grab Daring Transportation to Customer Satisfaction in Using Grabbike Service

¹Erna Nia Damayanti, ²Dr Udung Noor Rosyad., Drs., M.Si.MM

^{1,2}Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹ernaniadamayanti01@gmail.com, ²udungnoor@yahoo.co.id

Abstract. This research is trying to analyze the impact of the GRAB business quality service onto customer satisfaction in Indonesia. There are five independent variable involved in this research which is tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, with customer satisfaction as single dependent variable added. All data's had been collected from 91 respondent research sample as Indonesia. GRAB user by questionnaire, that has distributed to get various feedback, literature view, field analytic and hypothetical preparation conducted first as a preliminary review. Sampling technique is multi stage random sampling analytic quantitative using as data analytic method, in order to examine validity and reliability with also analytic correlation. According to the data analytic, we found that all indicators in this research is valid and reliable. In hypothesis testing to tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, there are significant correlation to customer satisfaction indeed.

Keywords: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, And Empathy, And Customer Satisfaction.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa transportasi GRAB Indonesia. Penelitian ini menggunakan lima variabel independen yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy dengan satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Setelah dilakukan tinjauan pustaka maupun lapangan dan penyusunan hipotesis, data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 91 orang yang pernah menggunakan transportasi GRAB Indonesia sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik Multi stage random sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu uji validitas dan reliabilitas, serta analisis korelasional. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji hipotesis tangible, responsiveness, assurance dan empathy terdapat hubungan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Tangible, responsiveness, reliability, assurance, empathy dan Kepuasan Pelanggan.

A. Pendahuluan

Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap pelayanan suatu perusahaan. Kiran (2010) menyatakan bahwa mengukur kualitas layanan adalah tren pemasaran yang secara bertahap membuktikan nilainya dan memberikan ilmu informasi.

Menurut Kotler dan Keller (2009:177), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan suatu kinerja produk yang dirasakan dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Dari penjelasan di atas, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan judul "Hubungan antara Kualitas Pelayanan Ojek *Online* Grab Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menggunakan Grabbike. (*Studi Korelasional Pelayanan Ojek Online Grab Dalam Menggunakan Grab Bike pada Mahasiswa Unisba 2016*).” Selanjutnya tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dari aspek daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan Grabbike Bandung?
2. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dari aspek kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan Grabbike Bandung?
3. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dari aspek jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan Grabbike Bandung?
4. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dari aspek empati (*empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Grabbike Bandung?
5. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dari aspek bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan Grabbike Bandung.

B. Landasan teori

Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak. William J. Stanton (1981 : 52)

Definisi kualitas menurut Joseph Juran (dalam Lupiyoadi, 2006;176) adalah kualitas dapat diartikan sebagai biaya yang dapat dihindarkan dan tidak dapat dihindari. Sedangkan menurut Kotler (2007:180), kualitas adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1988) (dalam Ramlat L dan A. Hamdani, 2006) terdapat lima dimensi kualitas jasa yaitu sebagai berikut.

1. Bukti fisik (*tangible*)
2. Kehandalan (*reliability*)
3. Daya Tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati (*empathy*)

Pengertian Kepuasan Pelanggan Menurut Kotler (2002) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan angket yang disebar mengenai tanggapan responden mengenai *tangible*, sebagian besar responden menyatakan baik sebanyak 40 orang atau 44.0%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *tangible* Ojek *Online* Grab berada pada kategori baik.

Berdasarkan angket yang disebar mengenai tanggapan responden mengenai *reliability*, sebagian besar responden menyatakan cukup sebanyak 43 orang atau 47.3%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *reliability* Ojek *Online* Grab berada pada kategori cukup.

Berdasarkan angket yang disebar mengenai tanggapan responden mengenai *responsiveness*, sebagian besar responden menyatakan cukup sebanyak 41 orang atau 45.1%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* Ojek *Online* Grab berada pada kategori cukup.

Berdasarkan angket yang disebar mengenai tanggapan responden mengenai *assurance*, sebagian besar responden menyatakan baik sebanyak 40 orang atau 44.0%,

sehingga dapat disimpulkan bahwa *assurance* Ojek *Online* Grab berada pada kategori baik.

Berdasarkan angket yang disebar mengenai tanggapan responden secara keseluruhan mengenai kepuasan pelanggan, sebagian besar responden menyatakan cukup baik sebanyak 44 orang atau 48.4%, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan Ojek *Online* Grab berada pada kategori cukup.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan antara kualitas pelayanan ojek *online* grab terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Grabbike, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan searah antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Grabbike Bandung, hal ini dibuktikan melalui pengujian hipotesis didapatkan hasil korelasi sebesar 0.605 yang berada pada interval 0.40-0.70 memiliki hubungan yang cukup dengan signifikansinya sebesar $0.000 < 0.05$.
- 2.
3. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan searah antara aspek bukti fisik (*tangible*) dengan kepuasan pelanggan Grabbike Bandung, hal ini dibuktikan melalui pengujian hipotesis didapatkan hasil korelasi sebesar 0.503 yang berada pada interval 0.40-0.70 memiliki hubungan yang cukup dengan signifikansinya sebesar $0.000 < 0.05$.
4. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan searah antara aspek kehandalan (*reliability*) dengan kepuasan pelanggan Grabbike Bandung, hal ini dibuktikan melalui pengujian hipotesis didapatkan hasil korelasi sebesar 0.552 yang berada pada interval 0.40-0.70 memiliki hubungan yang cukup dengan signifikansinya sebesar 0.000.
5. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan searah antara aspek daya tanggap (*responsiveness*) dengan kepuasan pelanggan Grabbike Bandung, hal ini dibuktikan melalui pengujian hipotesis didapatkan hasil korelasi sebesar 0.573 yang berada pada interval 0.40-0.70 memiliki hubungan yang cukup dengan signifikansinya sebesar 0.000.
6. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan searah antara aspek jaminan (*assurance*) dengan kepuasan pelanggan Grabbike Bandung, hal ini dibuktikan melalui pengujian hipotesis didapatkan hasil korelasi sebesar 0.649 yang berada pada interval 0.40-0.70 memiliki hubungan yang cukup dengan signifikansinya sebesar 0.000.
7. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan searah antara aspek empati (*empathy*) dengan kepuasan pelanggan Grabbike Bandung, hal ini dibuktikan melalui pengujian hipotesis didapatkan hasil korelasi sebesar 0.512 yang berada pada interval 0.40-0.70 memiliki hubungan yang cukup dengan signifikansinya sebesar 0.000.

E. Saran

Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, beberapa saran yang dapat diberikan bagi peneliti selanjutnya adalah:

1. Peneliti pada penelitian ini hanya fokus pada hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sehingga peneliti selanjutnya dapat meneliti

pengaruh antara kelima dimensi dalam kualitas layanan untuk mendapatkan gambaran dimensi yang memiliki pengaruh signifikan dalam kepuasan pelanggan.

2. Meneliti lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan atau kepuasan pada transportasi *online* lainnya.
3. Meneliti lebih lanjut mengenai diferensiasi dari tipe-tipe kualitas pelayanan yang dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan.

Saran Praktis

1. Secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh ojek *online* grab terbilang sudah cukup baik, namun beberapa poin yang perlu ditingkatkan oleh para *driver* ojek *online* grab untuk meningkatkan kualitas pelayanannya seperti penampilan dan kerapian menggunakan seragam grab, waktu tempuh yang diberikan kepada penumpang lebih cepat dan efektif dan menjamin keselamatan penumpang dengan salah satu caranya menggunakan atribut berkendara harus komplit, seperti helm, masker dan tidak ugal-ugalan dalam mengemudi.
2. Agar dapat memberikan kepuasan yang tinggi bagi pelanggannya, pihak grab maupun para *driver* grab harus memperhatikan kehandalan yang diberikan, mempertahankan kehandalan dan meningkatkan kualitas layanan dari segi waktu tempuh perjalanan dan pada segi tarif, karena alasan konsumen memilih menggunakan transportasi *online* selain lebih cepat dibandingkan dengan transportasi umum, tarifnya sebagai bahan pertimbangan menggunakan transportasi *online* grab ini.

Daftar Pustaka

- Parasuraman, A, Valarie A. Zeithaml, Arvind Malhotra. (2005). E-S-Qual (A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality). *Journal of Service Research*
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga : Jakarta
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa* Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta
- Tjiptono Fandy, 2014. *Pemasaran Jasa*, C.V ANDI OFFSET: Yogyakarta
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumber lain :
- Rosyad, Udung Noor, 2011. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Perluasan Pangsa Pasar", dalam *Jurnal MIMBAR*. Vol, XXVII, No.2, Desember 2011 (hal.213-224).