

KUALITAS LAYANAN GO-JEK DI SURABAYA

Kevin Hosana dan Eddy Madiono Sutanto

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

kevinhosana.kh@gmail.com; esutanto@petra.ac.id

Abstrak-Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan oleh Go-Jek. Kualitas layanan terdiri dari lima dimensi yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Populasi adalah seluruh pelanggan Go-Jek di Surabaya yang pernah menggunakan layanan Go-Jek dengan sampel penelitian yang berjumlah 160 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan tabulasi silang dan chi square. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat ketergantungan antara usia dengan kualitas layanan dan terdapat ketergantungan antara lama menjadi pelanggan dengan kualitas layanan.

Kata Kunci-Go-Jek, kualitas layanan, analisis deskriptif, tabulasi silang, chi square

PENDAHULUAN

Kualitas layanan sangat penting bagi industri jasa. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitas layanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) menuturkan bahwa, dari total 4.668 responden yang ikut serta dalam survei, sebesar 41% responden menyatakan kekecewaannya terhadap layanan jasa transportasi *online*. Hasil survei ini membuktikan bahwa dari sepuluh orang yang telah menggunakan jasa layanan transportasi *online*, empat orang diantaranya menyatakan kecewa dengan layanan transportasi *online* (Syukarni, 2017).

Kualitas layanan merupakan sebuah ukuran untuk mengukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dalam kualitas layanan memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kualitas layanan yang terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Muliaty (2016) yang menyatakan bahwa reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik menjadi faktor penting dalam mempengaruhi kualitas layanan.

Reliabilitas adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi kualitas layanan karena reliabilitas merupakan kemampuan untuk memberikan layanan yang akurat tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Luke dan Heyns (2017) menyatakan bahwa reliabilitas memiliki pengaruh dalam kualitas layanan. Massami, Myamba dan Edward (2016) mengungkapkan bahwa reliabilitas menjadi suatu faktor penting dalam menentukan suatu kualitas layanan.

Daya tanggap merupakan kemampuan dan kesediaan untuk membantu dan merespon permintaan konsumen dan memberikan jasa secara cepat. Daya tanggap yang cepat dalam menanggapi konsumen dapat membuat kualitas layanan menjadi baik. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Arsyawati dan Pradana (2017); Dhurup, Surujal dan Redda (2014) yang menyatakan bahwa daya tanggap yang baik maka dapat mendorong kualitas layanan yang mampu diterima oleh konsumen.

Jaminan adalah kemampuan karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen dan mampu memberikan rasa aman bagi konsumennya. Penelitian Dhurup, Surujal dan

Redda (2014) menyatakan bahwa konsumen ingin diyakinkan bahwa perusahaan dapat dipercaya dan memberikan rasa aman bagi mereka. Arsyawati dan Pradana (2017) dalam penelitiannya menyampaikan bahwa jaminan menjadi faktor penting dalam sebuah kualitas layanan.

Empati merupakan kemampuan untuk memahami semua masalah yang dikeluhkan oleh konsumen dan mampu bertindak demi kepentingan konsumen. Dalam penelitian Arsyawati dan Pradana (2017) menyatakan bahwa empati merupakan hal yang penting karena menjadi sebuah keunggulan dalam melayani pelanggannya untuk dapat menyesuaikan keinginan konsumennya. Dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa dalam empati terungkap faktor baru yaitu fleksibilitas. Fleksibilitas adalah kemampuan untuk mampu beradaptasi dengan konsumen.

Bukti fisik adalah kemampuan untuk mampu menunjukkan daya tarik terhadap fasilitas fisik. Bukti fisik merupakan sebuah hal yang penting dalam mewujudkan sebuah kualitas layanan yang baik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Arsyawati dan Pradana (2017); Muliaty (2016) menunjukkan bahwa bukti fisik menjadi sebuah faktor yang mewujudkan sebuah kualitas layanan yang baik. Penelitian yang dilakukan oleh Syamsi (2008) mengungkapkan bahwa bukti fisik yang baik mampu mempengaruhi kualitas layanan.

Hal yang perlu untuk diperhatikan dalam memberikan layanan adalah mendengar suara konsumen. Hal ini berarti perusahaan harus melakukan interaksi pada konsumen dengan maksud agar memperoleh umpan balik yang dapat berupa tanggapan dari konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan layanan yang diberikan sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen (Masruri, 2013)

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil pada penyedia jasa transportasi *online* Go-Jek. Perusahaan Go-Jek berdiri sejak tahun 2010 sebagai perusahaan yang secara khusus bergerak pada jasa transportasi roda dua melalui panggilan telepon di Indonesia. Go-Jek telah tumbuh menjadi perusahaan *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layan-antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya. Saat ini mitra kerja Go-Jek secara nasional sudah mencapai 350.000 mitra, khusus di Surabaya terdapat 35.000 mitra kerja (Nawi, 2017). Perusahaan Go-Jek mengutamakan keamanan dan kenyamanan konsumen selama berkendara dengan Go-Jek, namun masih banyak konsumen yang mengeluhkan tentang Go-Jek. Salah satu keluhan yang paling sering muncul bahwa sangat sulit menghubungi Go-Jek untuk menyampaikan keluhan konsumen ("Keluhan dan saran untuk Gojek," 2017). Berdasarkan penilaian Persadha, sistem verifikasi akun Go-Jek masih lemah karena adanya order fiktif yang merugikan *driver* dan pelanggan Go-Jek. Persadha menilai bahwa pihak Go-Jek tidak kooperatif menangani kasus penipuan yang terjadi di layanannya. Go-Jek seharusnya bisa dengan cepat menutup akun yang membuat *order* fiktif dan telah terbukti merugikan *driver* dan konsumennya (Librianty, 2017).

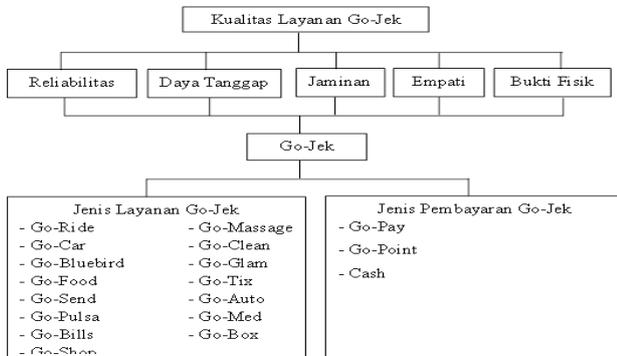
Berdasarkan pada uraian di atas, maka penelitian ini menggunakan kualitas layanan dikarenakan konsumen Go-Jek merasakan layanan saat mereka menggunakan Go-Jek secara

langsung. Penelitian ini akan menganalisis lebih lanjut mengenai “Kualitas Layanan Go-Jek di Surabaya.”

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan transportasi *online* Go-Jek di Surabaya.

Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka penelitian

Sumber: Parasuraman, Zeithaml, dan Berry,1994 (dalam Tjiptono, 2011, p. 198)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat pre-diksi (Silalahi, 2012, p. 27–28). Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan mengenai tingkat kualitas layanan Go-Jek di Surabaya.

Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012, p. 215). Populasi pada penelitian ini adalah pengguna jasa Go-Jek di Surabaya.

Sampel

Jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 16 indikator, oleh karena itu jumlah minimum sampel yang dibutuhkan adalah 80–160, dan untuk penelitian ini akan ditetapkan jumlah responden sebanyak 160 responden. Hal ini disebabkan karena kompleksitas dari model yang membutuhkan sampel lebih banyak. Sampel yang digunakan sebanyak 160 responden, maka angket yang disebarkan 160 angket atau lebih karena tidak semua angket yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan apa yang diharapkan. Proses ini diulang terus sampai jumlah sampel yang diharapkan terpenuhi.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan atau memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawab (Sugiyono, 2012, p. 137). Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran angket yang disebarkan secara *online* melalui rekan kerja, teman, saudara dan teman saudara. Penyebaran angket disebarkan melalui bantuan aplikasi jejaring sosial *Whatsapp*, *Line* dan *Instagram* dengan dibantu media angket yang berupa *Google Form*. Skala pengukuran yang

digunakan adalah skala ordinal *likert*. Dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2012, p. 142). Menurut Sugiyono (2012, p. 143), skala *likert* mempunyai lima kategori, dari Sangat Setuju (SS) sampai dengan Sangat Tidak Setuju (STS).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses yang mengatur urutan pendataan dan mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategorisasi dan satuan uraian dasar. Analisis data dilakukan untuk mengkaji dan mengolah data yang terkumpul agar memperoleh simpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan teknik analisis data yang terdiri sebagai berikut:

Uji Validitas

Validitas merupakan dua bagian yaitu bahwa instrumen pengukuran adalah mengukur secara aktual konsep dalam pertanyaan dan bukan beberapa konsep yang lain, serta bahwa konsep dapat diukur secara akurat. Uji ini digunakan untuk mengukur validitas dari hasil jawaban angket yang menunjukkan kedalaman pengukuran suatu alat ukur. Ketentuan yang diterapkan adalah bahwa sebuah item angket dinyatakan valid jika nilai *r* memiliki tingkat signifikan kurang dari 5% (Wijaya, 2009, p. 81). Uji validitas menggunakan rumus korelasi *pearson* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}} \quad (1)$$

Keterangan:

R = Koefisien Korelasi Pearson validitas, *x* = Skor tanggapan responden setiap pernyataan, *y* = Skor total tanggapan responden seluruh pernyataan, *n* = Banyaknya jumlah responden

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat sejauh mana ukuran menciptakan respon yang sama sepanjang waktu dan lintas situasi. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dari responden dalam menjawab angket. Uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan uji statistik *cronbach's alpha* (α) dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* (α) adalah di atas 0,6 (Gani & Amalia, 2015, p. 166). Rumus teknik *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right) \quad (2)$$

Keterangan:

r = Koefisien reliabilitas, *k* = Jumlah butir pertanyaan, σ_i^2 = Jumlah varian butir, σ^2 = Varian total

Mean

Mean merupakan nilai rata-rata didapatkan dengan menjumlahkan data-data statistik deskriptif secara keseluruhan dalam setiap variabel, kemudian dibagi dengan jumlah responden (Silalahi, 2009, p. 364). Rumus *mean* (rata-rata) menurut Silalahi (2009, p. 364) adalah sebagai berikut:

$$Me = \frac{\sum X_i}{N} \quad (3)$$

Keterangan:

Me = *Mean* (rata-rata), \sum = Sigma (jumlah), *X_i* = Nilai *X* ke *i* sampai ke *n*, *N* = Jumlah individu

Standar Deviasi

Silalahi (2009, p. 371) menyebutkan standar deviasi atau simpangan baku dari-data yang telah disusun dalam tabel distribusi frekuensi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$S = \sqrt{\frac{\sum d^2}{N}} \quad (4)$$

Keterangan:

s = simpangan baku sampel, n = jumlah sampel

Tabulasi Silang

Sugiyono (2012) menyatakan bahwa tabulasi adalah kegiatan yang akan dapat menggambarkan jawaban responden dengan cara tertentu.

Uji Chi Square

Uji *Chi Square* digunakan untuk menguji hipotesis bila dalam populasi terdiri dari dua atau lebih kelas dimana datanya berbentuk kategorik. Sugiyono (2012, p. 107) rumus dasar *Chi Square* dijabarkan sebagai berikut:

a. Mencari *chi square* dengan rumus:

$$X^2 = \frac{\sum(f_o - f_e)^2}{f_e} \quad (5)$$

Keterangan:

X^2 = nilai *chi square*, f_o = frekuensi yang diobservasi, f_e = frekuensi yang diharapkan

b. Mencari X^2 tabel dengan rumus

$$dk = (k-1)(b-1)$$

Keterangan:

k = banyaknya kolom, b = banyaknya baris

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Tabulasi Silang

Tabel 1.

Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dengan Kualitas Layanan Go-Jek

Jenis Kelamin		Count	Kualitas Layanan		Total
			Sedang	Tinggi	
Laki-laki	Count		21	64	85
	% within Jenis Kelamin		24,7%	75,3%	100%
Perempuan	Count		17	58	75
	% within Jenis Kelamin		22,7%	77,3%	100%
Total	Count		38	122	160
	% within Jenis Kelamin		23,8%	76,2%	100%

Sumber: Data diolah

Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa responden laki-laki dan perempuan memiliki sebuah persepsi yang hampir sama mengenai kualitas layanan Go-Jek. Namun perempuan memiliki persepsi sedikit lebih baik dari pada responden laki-laki. Hal ini dapat dilihat dari persentase wanita sebesar 77,3% yang lebih dominan daripada laki-laki. Hasil persentase yang lebih dominan tersebut menunjukkan bahwa perempuan merasa bahwa kualitas layanan yang diberikan Go-Jek memberikan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan. Berdasarkan penilaian responden secara keseluruhan, dapat dilihat bahwa sebesar 76,2% atau 122 responden menyatakan bahwa kualitas layanan yang diberikan Go-Jek sangat tinggi sehingga menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan sangat baik.

Tabel 2.

Tabulasi Silang antara Usia dengan Kualitas Layanan Go-Jek

Usia		Count	Kualitas Layanan		Total
			Sedang	Tinggi	
< 20 tahun	Count		23	34	57
	% within Usia		40,4%	59,6%	100%
20–29 tahun	Count		11	56	67
	% within Usia		16,4%	83,6%	100%
30–39 tahun	Count		3	20	23
	% within Usia		13,0%	87,0%	100%
> 40 tahun	Count		1	12	13
	% within Usia		7,7%	92,3%	100%
Total	Count		38	122	160
	% within Usia		23,8%	76,2%	100%

Sumber: Data diolah

Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa responden berusia di atas 40 tahun memiliki persepsi sedikit lebih baik mengenai kualitas layanan Go-Jek. Responden dengan usia di bawah 20 tahun memberikan persepsi yang cenderung lebih rendah daripada yang berusia di atas 40 tahun mengenai kualitas layanan Go-Jek. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen berumur di atas 40 tahun cenderung memberikan pendapat positif terhadap layanan yang diberikan oleh Go-Jek karena layanan yang diberikan mampu memudahkan aktivitas keseharian konsumen berusia di atas 40 tahun. Tabel 2 pun menunjukkan pula bahwa konsumen berusia di bawah 20 tahun terlihat memberikan tanggapan yang tidak setinggi umur 40 tahun, hal tersebut mungkin dikarenakan konsumen berumur di bawah 20 tahun lebih memiliki banyak pilihan.

Tabel 3.

Tabulasi Silang antara Pengeluaran dengan Kualitas Layanan Go-Jek

Pengeluaran		Count	Kualitas Layanan		Total
			Sedang	Tinggi	
< Rp. 500.000	Count		26	72	98
	% within Pengeluaran		26,5%	73,5%	100%
Rp. 500.000–Rp. 750.000	Count		11	41	52
	% within Pengeluaran		21,2%	78,8%	100%
> Rp. 750.000	Count		1	9	10
	% within Pengeluaran		10,0%	90,0%	100%
Total	Count		38	122	160
	% within Pengeluaran		23,8%	76,2%	100%

Sumber: Data diolah

Tabel 3 menjelaskan bahwa responden yang memiliki pengeluaran diatas Rp. 750.000 memiliki persepsi sedikit lebih baik mengenai kualitas layanan Go-Jek. Konsumen yang mampu mengeluarkan biaya diatas Rp. 750.000 dapat dikatakan memiliki sebuah tanggapan yang sangat positif terhadap Go-Jek karena dapat dilihat mampu mengeluarkan biaya yang cukup besar hanya untuk Go-Jek. Sebagian besar konsumen mengeluarkan biaya untuk menggunakan layanan Go-Jek kurang dari Rp. 500.000.

Tabel 4
Tabulasi Silang antara Lama Menjadi Konsumen Go-Jek dengan Kualitas Layanan Go-Jek

		Count	Kualitas Layanan		Total
			Sedang	Tinggi	
Lama_MenjadiKonsumen	< 1 tahun	Count	20	26	46
		% within Lama Menjadi Konsumen	43,5%	56,5%	100%
	1-3 tahun	Count	14	79	93
		% within Lama Menjadi Konsumen	15,1%	84,9%	100%
	> 3 tahun	Count	4	17	21
		% within Lama Menjadi Konsumen	19,0%	81,0%	100%
Total	Count	38	122	160	
	% within Lama Menjadi Konsumen	23,8%	76,2%	100%	

Sumber: Data diolah

Tabel 4 menjelaskan bahwa responden yang sudah menjadi konsumen Go-Jek antara 1-3 tahun memiliki persepsi sedikit lebih baik mengenai kualitas layanan Go-Jek. Responden yang sudah menjadi konsumen Go-Jek kurang dari 1 tahun memberikan tanggapan yang lebih rendah mengenai kualitas layanan Go-Jek. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang telah menggunakan layanan Go-Jek melebihi 1 tahun memberikan tanggapan yang sangat tinggi terhadap kualitas layanan yang diberikan, sedangkan konsumen yang kurang dari 1 tahun menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan memiliki tanggapan yang positif akan tetapi cenderung lebih rendah daripada minat konsumen yang telah menggunakan layanan Go-Jek lebih dari 1 tahun. Berdasarkan hasil tanggapan konsumen menunjukkan bahwa konsumen yang cenderung telah lama menggunakan layanan Go-Jek memiliki tanggapan yang semakin positif terhadap Go-Jek.

Tabel 5.
Tabulasi Silang antara Jenis Layanan Yang Digunakan dengan Kualitas Layanan Go-Jek

Layanan		Count	Kualitas Layanan		Total
			Sedang	Tinggi	
Go-Ride	Count	23	68	91	
	% within Layanan	25,3%	74,7%	100%	
Go-Car	Count	7	36	43	
	% within Layanan	16,3%	83,7%	100%	
Go-Food	Count	7	10	17	
	% within Layanan	41,2%	58,8%	100%	
Go-Send	Count	0	3	3	
	% within Layanan	0%	100%	100%	
Go-Pulsa	Count	0	1	1	
	% within Layanan	0%	100%	100%	
Go-	Count	1	0	1	

		Count	Kualitas Layanan		Total
			Sedang	Tinggi	
Bills	% within Layanan	100%	0%	100%	
	Count	0	1	1	
Go-Shop	% within Layanan	0%	100%	100%	
	Count	0	1	1	
Go-Clean	% within Layanan	0%	100%	100%	
	Count	0	1	1	
Go-Massage	% within Layanan	0%	100%	100%	
	Count	0	1	1	
Go-Box	% within Layanan	0%	100%	100%	
	Count	0	1	1	
Total	Count	38	122	160	
	% within Layanan	23,8%	76,2%	100%	

Sumber: Data diolah

Tabel 5 menjelaskan bahwa sebagian besar responden memiliki tanggapan untuk memilih Go-Ride sebagai layanan yang paling sering digunakan, namun tanggapan yang diberikan terhadap layanan Go-Ride sebesar 74,7% yang tergolong tinggi. Layanan Go-Food terdapat 17 orang yang menilainya, namun dari 17 orang, hanya sekitar 10 atau sebesar 58,8% yang menyatakan bahwa Go-Food memiliki layanan yang baik, dari seluruh keseluruhan dapat dikatakan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Go-Jek, menunjukkan bahwa layanan Go-Food memiliki nilai yang paling rendah dibandingkan dengan yang lainnya. Layanan Go-Bills pun memiliki 1 tanggapan sedang yang menunjukkan kurangnya minat konsumen dalam menggunakan jenis layanan tersebut sehingga pihak Go-Jek perlu meningkatkan kembali jenis layanannya.

Tabel 6
Tabulasi Silang antara Pembayaran dengan Kualitas Layanan Go-Jek

		Count	Kualitas Layanan		Total
			Sedang	Tinggi	
Pembayaran	Go-Pay	Count	4	20	24
	% within Pembayaran	16,7%	83,3%	100,0%	
Go-Point	Count	0	11	11	
	% within Pembayaran	0%	100%	100%	
Cash	Count	34	91	125	
	% within Pembayaran	27,2%	72,8%	100%	
Total	Count	38	122	160	
	% within Pembayaran	23,8%	76,2%	100%	

Sumber: Data diolah

Tabel 6 di atas menjelaskan bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang hampir sama mengenai kualitas layanan Go-Jek. Namun responden yang menggunakan pembayaran Go-Point memiliki persepsi yang baik mengenai layanan Go-Jek.

Uji Chi Square

Tabel 7
Hasil Pengujian Chi Square

		<i>Asymp. Sig</i>	<i>Nilai Probabilitas</i>
Kualitas Layanan	Jenis Kelamin	0,762	0,05
	Usia	0,03	0,05
	Pengeluaran untuk Go-Jek	0,437	0,05
	Lama menjadi pelanggan	0,01	0,05
	Jenis Layanan	0,351	0,05
	Jenis Pembayaran	0,086	0,05

Sumber: Data diolah

Tabel 7 menunjukkan bahwa pengujian pada kualitas layanan dengan jenis kelamin memiliki nilai sebesar 0,762 maka tidak ada ketergantungan antara kualitas layanan dengan jenis kelamin. Hasil pengujian kualitas layanan dengan usia memiliki nilai sebesar 0,03 yang membuktikan bahwa terdapat sebuah ketergantungan antara kualitas layanan dengan usia. Hal tersebut menunjukkan bahwa usia menjadi faktor yang dapat dipertimbangkan dalam melakukan peningkatan untuk meningkatkan kualitas layanan. Hasil pengujian kualitas layanan dengan pengeluaran untuk Go-Jek memiliki nilai sebesar 0,437 yang membuktikan bahwa tidak adanya ketergantungan. Hasil pengujian kualitas layanan lama menjadi pelanggan Go-Jek memiliki nilai sebesar 0,01 yang membuktikan bahwa adanya ketergantungan. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin lama konsumen menggunakan layanan yang diberikan Go-Jek semakin positif tanggapan yang diberikan oleh konsumen untuk menilai kualitas layanan yang diberikan oleh Go-Jek. Hasil pengujian pada kualitas layanan dengan jenis layanan memiliki nilai sebesar 0,351 yang membuktikan bahwa kualitas layanan dengan jenis layanan tidak memiliki ketergantungan. Hasil pengujian kualitas layanan dengan jenis pembayaran memiliki nilai sebesar 0,086 yang membuktikan bahwa tidak memiliki ketergantungan.

Hasil keseluruhan demografi konsumen hanya terdapat dua demografi yang memiliki ketergantungan dengan kualitas layanan yaitu usia dan lama menjadi konsumen Go-Jek. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor usia menjadi hal yang sangat penting untuk pihak Go-Jek serta Go-Jek harus mempertahankan agar setiap kalangan usia mampu menggunakan Go-Jek, serta konsumen yang telah lama menjadi konsumen Go-Jek harus dipertahankan dengan cara terus meningkatkan kualitas layanan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo, Mariyanti dan Safitri (2017) yang menggunakan metode tabulasi silang dengan demografi konsumen menunjukkan bahwa faktor usia dan lama menjadi pelanggan Go-Jek memiliki hubungan yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa usia dan lama menjadi konsumen dapat meningkatkan kualitas yang diberikan Go-Jek.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki tanggapan yang positif mengenai kualitas layanan Go-Jek yang meliputi dimensi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Kualitas layanan Go-Jek memiliki rentang nilai rata-rata yang termasuk dalam kategori tinggi. Tingginya kualitas layanan yang diberikan oleh pihak Go-Jek menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Hasil analisis data antara kualitas layanan dengan demografi konsumen menyimpulkan bahwa memiliki ketergantungan antara kualitas layanan dengan usia dan kualitas layanan dengan lama menjadi pelanggan Go-Jek.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini kepada perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Mayoritas konsumen memiliki penilaian yang positif mengenai dimensi kualitas layanan yang terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Dalam penilaian kualitas layanan terdapat nilai terendah dari kelima kualitas layanan yaitu dimensi bukti fisik. Hal tersebut menunjukkan bahwa Go-Jek harus meningkatkan kemampuannya dalam memberikan daya tarik melalui fasilitas fisik yang diberikannya. Pihak Go-Jek harus mensortir kembali kendaraan yang akan digunakan dalam layanan dikarenakan masih banyaknya kendaraan yang kurang layak digunakan dengan cara membatasi umur kendaraan minim 5 tahun.
2. Mayoritas konsumen cenderung tidak menggunakan semua jenis layanan yang diberikan Go-Jek. Hal tersebut menjadi pekerjaan bagi Go-Jek untuk lebih mengoptimalkan kinerjanya agar setiap layanan yang diberikan dapat digunakan oleh konsumen. Pihak Go-Jek seharusnya memberikan promosi untuk penggunaan layanan terendah setiap bulannya sehingga dari setiap layanannya dapat ditingkatkan kembali apabila layanan tersebut jarang digunakan oleh konsumen.
3. Mayoritas konsumen Go-Jek sebagian besar adalah anak muda. Hal ini menyebabkan Go-Jek untuk dapat mengusahakan kembali agar penggunaan Go-Jek ini lebih merata, mulai dari anak-anak sampai dengan usia lanjut. Pihak Go-Jek seharusnya memberikan promo seperti memberikan diskon sesuai umur di KTP.
4. Dari segi cara pembayaran cenderung menunjukkan bahwa pembayaran menggunakan pembayaran secara *cash*. Hal tersebut menunjukkan bahwa kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai cara pembayaran Go-Jek melalui Go-Pay serta Go-Point. Go-Jek harus berusaha lebih mengoptimalkan minat konsumen dalam penggunaan pembayaran Go-Pay dan Go-Point dengan cara membuat promo menarik agar pembayaran melalui Go-Pay dan Go-Point lebih dipergunakan.

DAFTAR REFERENSI

- Arsyawati, S. T., & Pradana, M. (2017). Service quality factors that determine consumer satisfaction Uber according to users perception in Jakarta. *International Journal of Scientific Engineering and Applied Science (IJSEAS)* 3(1), 29–36.
- Dhurup, M., Surujlal, J., & Redda, E. (2014). Customer perceptions of online banking service quality. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(2), 587–594
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat analisis data aplikasi statistik untuk penelitian bidang ekonomi dan sosial*. Yogyakarta: Andi.
- Librianty, A. (2017, July 8). Pakar: Banyak order fiktif, sistem verifikasi Go-Jek lemah. *Liputan6*. Retrieved from <http://www.liputan6.com/teknoread/3016059/pakar-banyak-order-fiktif-sistem-verifikasi-go-jek-lemah>.
- Luke, R., & Heyns, G. (2017). Measuring commuters perceptions of service quality of selected public bus services in the city of Johannesburg. *Southern African Transport Conference*, 388–401.
- Masruri, A. (2013). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Surabaya. *Jurnal Ilmu & Manajemen*, 2(7), 2–3.
- Massami, E., Myamba, B., & Edward, L. (2016). Fuzzy analysis and evaluation of public transport service quality: A case study of Dar es Salaam City, Tanzania. *Journal of Transportation Technologies*, 6(1), 297–311.

- Muliaty. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada politeknik negeri media kreatif Makassar. *Jurnal Administrasi Publik*, 6(1), 78–82
- Nawi. (2017, Agustus 5). Tingkatkan pelayanan, Go-Jek Surabaya resmi berpindah. *Media Sindoraya*. Retrieved from <http://www.mediasindoraya.com/tingkatkan-pelayanan-gojek-surabaya-resmi-berpindah/>.
- Prasetyo, D., Mariyanti, S., & Safitri. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan jasa online Go-Jek. *Jurnal Psikologi*, 15(1), 6-17
- Silalahi, U. (2009). *Metode penelitian sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Silalahi, U. (2012). *Metode penelitian sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian pendidikan, pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsi. (2008). Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada siswa bimbingan dan konsultasi belajar Al Qolam Bandarlampung. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 5(1), 18-36
- Syurkani, P. (2017, May 15). 41% pengguna transportasi *online* kecewa. *Media Indonesia Online*. Retrived from <http://www.mediaindonesia.com/index.php/news/read/104738/41-pengguna-transportasi-online-kecewa>.
- Tjiptono, F. (2011). *Service, quality and satisfaction* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, T. (2009). *Analisis data penelitian menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya.