



Analisis Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan Ojek Online Dan Dampaknya Terhadap Pemberian Rating

Naisa Laila Yasri

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Siti Ila Awaliah

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Syamsul Hidayat

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Alamat: Jl. Raya Serang-Jakarta KM.3 No. 1B, Kota Serang, Banten

Korespondensi penulis: naisalailayasri8507@gmail.com

Abstract. *Online motorcycle taxi (online transportation) is an online transportation service that uses an application to run it. This article discusses the analysis of consumer satisfaction with online motorcycle taxi services and its impact on rating. Rapid developments in the field of online transportation, especially in Indonesia, have created increasingly tight competition between companies providing these services, such as Gojek, Grab and Uber. The aim of this research is to identify factors that influence consumer satisfaction and order by providing ratings. The data used in this research comes from respondents who use online motorcycle taxi services, especially Gojek, Grab and Uber. The results of the analysis show that service quality is a factor that influences consumer satisfaction and rating. Previous research has also shown that consumer satisfaction has a positive and significant influence on consumer loyalty. In addition, this article also identifies several problems faced by online motorcycle taxi drivers, such as excessive working hours and lack of job security and protection. This article provides a better understanding of the importance of consumer satisfaction in the online transportation industry and provides recommendations for companies- service provider companies in improving service quality and paying attention to consumer needs in order to maintain their market share.*

Keywords: *Consumer Satisfaction, Online Motorcycle Taxi Services, Ratings, Online Transportation.*

Abstrak : Ojek online (transportasi online) adalah jasa transportasi online dengan menggunakan aplikasi untuk menjalankannya. Artikel ini membahas analisis kepuasan konsumen pada pelayanan ojek online dan dampaknya terhadap pemberian rating. Perkembangan pesat dalam bidang transportasi online, terutama di Indonesia, telah menciptakan persaingan yang semakin ketat di antara perusahaan-perusahaan penyedia jasa tersebut, seperti Gojek, Grab, dan Uber. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dan hubungannya dengan pemberian rating. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari responden yang menggunakan layanan ojek online, khususnya Gojek, Grab, dan Uber. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dan pemberian rating. Penelitian sebelumnya juga telah menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan

Received: Januari 01, 2024; Accepted: Januari 15, 2024; Published: Januari 24, 2024

*Corresponding author, naisalailayasri8507@gmail.com

terhadap loyalitas konsumen. Selain itu, artikel ini juga mengidentifikasi beberapa masalah yang dihadapi oleh pengemudi ojek online, seperti jam kerja yang terlalu tinggi dan kurangnya keamanan dan perlindungan pekerjaan. Artikel ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya kepuasan konsumen dalam industri transportasi online dan memberikan rekomendasi untuk perusahaan-perusahaan penyedia jasa dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan memperhatikan kebutuhan konsumen guna mempertahankan pangsa pasarnya.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Pelayanan Ojek Online, Rating, Transportasi Online.

LATAR BELAKANG

Perkembangan ekonomi saat ini berkembang dengan pesat, sehingga banyak bermunculan persaingan usaha - usaha baru, khususnya pada perusahaan yang bergerak pada bidang yang sama. Persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis untuk memiliki keunggulan tersendiri agar dapat memikat konsumen sehingga dapat bersaing dipasar. Begitu juga dengan usaha dibidang transportasi online. Transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan, karena dengan adanya transportasi dapat mengefektifkan pekerjaan dan membantu kebutuhan sehari - hari. (Fifin Anggraini)

Menurut data dari situs we are social (2021) Indonesia adalah salah satu Negara yang pengguna internet paling banyak didunia, dari total populasi indonesia sebanyak 272,1 juta jiwa, pengguna internet mencapai 175,4 juta jiwa. Teknologi yang terus berkembang menuntut pola masyarakat semakin berfikir kreatif dan membuat perubahan - perubahan yang paling dapat di rasakan adalah perubahan dalam dunia bisnis, pelaku bisnis yang paling dapat melihat peluang akan memanfaatkan situasi yang ada dalam penciptaan ide yang baru, salah satunya transportasi ojek online. (Bernadine Lorena Yanwar)

Perkembangan transportasi umum berbasis aplikasi atau online dapat membawa dampak signifikan bagi perekonomian Indonesia. Dengan adanya transportasi online telah menciptakan efisiensi yang ujungnya meningkatkan produktivitas nasional. Untuk memenuhi aktivitas masyarakat yang beragam apalagi dengan jalanan kota - kota besar yang sangat padat dan sering terjadi kemacetan, membuat masyarakat malas menggunakan transportasi pribadi sehingga beralih menggunakan ojek, karena dengan adanya transportasi online tentunya akan lebih praktis dan mampu memberikan kemudahan bagi masyarakat sebagai alat penunjang dalam membantu aktivitasnya, sehingga penyedia jasa transportasi bermunculan ide untuk membuat transportasi berbasis aplikasi dimana konsumen melakukan pemesanan online pada aplikasi yang ada di smartphone yang dinamakan ojek online. (JakaTomi Ronaldo Siringo Ringo, dkk)

Beberapa perusahaan yang bergerak dibidang transportasi online adalah Gojek, Grab, Blue bird, Maxim, In-Driver dan lain - lain. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan - perusahaan tersebut untuk mempertahankan pangsa

pasarnya dan juga harus mampu untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumennya.

Gojek merupakan salah satu jasa penyedia transportasi online yang mampu mempertahankan pangsa pasarnya pada saat kondisi persaingan transportasi online yang semakin ketat. Gojek mulai meningkatkan kualitas pelayanannya dengan menambah jasa layanan seperti Go Ride (Jasa Angkutan), Go Food (Jasa Kurir Makanan atau Minuman) Go Seng (Jasa Antar Barang) Go Tix (Jasa Pemesanan Tiket Konser dan Sejenisnya) Go Box (Jasa Pengiriman Barang dalam Skala Besar) Go Clean (Jasa Pembersih Rumah atau Kantor) dan masih banyak lagi jasa lainnya yang diberikan oleh gojek. Cara memudahkan para pelanggan dalam kegiatan sehari-hari dan gojek siap untuk melayani pelanggan dimana saja.

Mengingat semakin banyaknya ojek online berdampak pada semakin ketatnya persaingan yang menuntut gojek untuk memperhatikan beberapa strategi harus dilakukan oleh perusahaan untuk menekan para pesaing yang mulai tumbuh. Untuk meningkatkan minat konsumen ditengah persaingan salah satunya adalah dengan meningkatkan loyalitas konsumen atau pelanggannya. Untuk mendukung terciptanya sifat loyal konsumen terhadap gojek maka dibutuhkan suatu kepuasan akan jasa yang diberikan. Terdapat beberapa penelitian yang mendukung dan menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen antara lain, hasil penelitian dari Azhar et al (2019), Dennisa (2016), Khakim et al (2014), Sembiring et al (2014).

Dengan adanya penelitian tersebut maka diketahui bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas kepuasan atau berpengaruh juga terhadap pemberian rating yang diberikan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (service quality) memiliki kontribusi yang sangat penting untuk keberhasilan suatu perusahaan.

KAJIAN TEORITIS

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Cyriaco Lue Le Uape dan Erlin Elisa. T. A. Q. PUTRI,dkk 2013 menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat didefinisikan ketika harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan sesuai dengan layanan yang diberikan secara langsung kepada pelanggan. Jika layanan penyedia suatu jasa jauh dari harapan pelanggan hal tersebut menyebabkan pelanggan akan kecewa, namun pelanggan akan puas jika pelayanan memenuhi harapan mereka. (Cyriaco Lue Le Uape dan Erlin Elisa,2023).

Berdasarkan hasil penelitian yang diambil dari jurnal Fifin Anggraini mengatakan bahwa bagi pihak gojek diharapkan menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas, agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, karena telah terbukti bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Bagi pihak gojek diharapkan untuk melakukan strategi promosi yang semakin baik dan efektif yang dapat meningkatkan

kepuasan pelanggan, karena telah terbukti bahwa promosi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Bagi pihak gojek diharapkan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang telah ada, karena berpengaruh pada penilaian rating juga yang diberikan oleh pelanggan.

METODE PENELITIAN

PENDEKATAN RISET

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun metode dari penelitian ini dengan menggunakan metode survey yaitu suatu metode pengumpulan data yang menggunakan instrumen kuesioner untuk mendapatkan tanggapan dari responden yang menjadikan sampel penelitian.

SAMPEL DAN POPULASI

Menurut Sugiyono (2015:117) Populasi merupakan wilayah penyamarataan atau generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu serta ditentukan oleh peneliti guna diteliti dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Bina Bangsa Prodi Manajemen Semester 5 dengan jumlah 384 orang.

Menurut Suryani (2017:192) sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil dan digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Menurut Hair dalam Pratita et al, (2018:498) sampel tidak dapat dianalisis jika kurang dari 50 orang, sampel harus berjumlah minimal 100 orang atau lebih. Didapat 196 orang melalui penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Bina Bangsa Prodi Manajemen yang pernah menggunakan jasa transportasi layanan ojek online pada aplikasi gojek.

TEKNIK ANALISIS DATA

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan IBM SPSS 26 (*Statistical Package for the Social Sciences*) agar mengolah data statistik dapat dilakukan dengan cepat dan tepat, dan bantuan Microsoft Excel sebagai pengolahan data sebelum pengolahan dilakukan di SPSS. Penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Yusuf (2014: 48) survei merupakan suatu cara untuk mengumpulkan informasi dari sejumlah besar individu dengan menggunakan kuisisioner, interview, atau dengan melalui pos (*by email*) maupun telepon.

INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA

Pada penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan dalam bentuk angket. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode *Purposive Sampling*. Menurut Yuandari dan Rahman (2017: 12) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel yang samplingnya dipilih berdasarkan pertimbangan agar memperoleh sampling yang memiliki karakteristik yang dikehendaki. Dimana setiap poin pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi sebagai berikut :

5. SS : Sangat Setuju
4. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
2. TS : Tidak Setuju
1. STS: Sangat Tidak Setuju

ALAT ANALISIS STATISTIK DATA

1. Uji Normalitas Data

Menurut Ghozali (2016:154) Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui masing-masing residuial apakah dapat berdistribusi normal atau tidak. Uji Normalitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak, dengan menggunakan metode *Uji Analisis Grafik dengan menggunakan p-plot*. Residual berdistribusi normal, jika titik - titik mendekati garis diagonal dari bawah keatas.

2. Uji Multikolonieritas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas, (Ce Gunawan,2018:133). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Dengan melihat nilai *tolerance* dan *inflation factor* (VIF) pada model regresi, cara mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas dengan melihat nilai (VIF) dan *tolerance* dengan ketentuan, jika nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier berganda dilakukan untuk melakukan prediksi tentang keadaan naik turun suatu variabel terikat diantara dua atau lebih variabel bebas sebagai predikat dapat dilakukan sebuah manipulasi (Sugiyono, 2016: 227). Melihat signifikansi besarnya probabilitas atau peluang untuk memperoleh kesalahan dalam pengambilan keputusan. Jika pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 artinya peluang memperoleh kesalahan maksimal sebesar 5%. Dengan kata lain, tingkat kepercayaan untuk pengambilan keputusan adalah benar

4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali,2016: 52). Penguji signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan table pada taraf 0,05. Jika r hitung $>$ r table maka item dinyatakan valid sebaliknya jika r hitung $<$ r table maka item dinyatakan tidak valid.

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal-hal yang berkaitan dengan konstruksi-konstruksi pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Menurut Sugiyono (2016: 126) mengatakan uji reliabilitas dilakukan secara bersamaan terhadap butir atau item pertanyaan dalam kuesioner yang terdapat pada penelitian. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel reliability statistics dengan teknik *Cronbach's Alpha*. Pengukuran tingkat reliabilitas dengan kriteria jika alpha atau r hitung :

- 0,8 - 1,000 = Reliabilitas Sangat Tinggi
- 0,6 - 0,800 = Reliabilitas Tinggi
- 0,40 - 0,600 = Reliabilitas Sedang
- 0,20 - 0,400 = Reliabilitas Rendah
- 1,00 - 0,200 = Reliabilitas Sangat Rendah (Tidak Reliable)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket yang sudah disediakan kepada seluruh responden untuk di isi, kemudian responden mengisi jawaban pertanyaan dalam angket, serta mengumpulkan kembali angket yang telah di isi. Populasi yang diambil pada penelitian ini sebanyak 384 orang.

Untuk mengukur sampel dari populasi, dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$
$$n = \frac{384}{1 + 384 (0.05)^2}$$
$$n = \frac{384}{1 + 384 (0,0025)}$$
$$n = \frac{384}{1 + 0,96}$$
$$n = \frac{384}{1,96}$$
$$n = 196$$

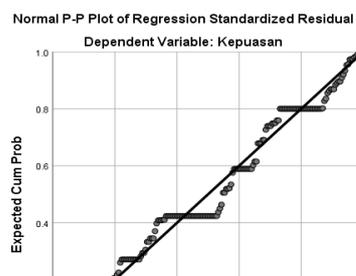
Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

E : Tingkat Kesalahan 5%

1. Pengujian Normalitas Data dengan menggunakan P-Plot



Dari hasil output spss versi 26 dengan menggunakan p-plot, terlihat bahwa data variabel dependent dan variabel independent mempunyai distribusi normal, karena data - data yang diolah banyak menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal tersebut dari bawah keatas, ini berarti data yang telah dilakukan pengujian memiliki distribusi normal dan dapat digunakan.

2. Pengujian Multikolonieritas dengan menggunakan Uji koefisien

Coefficients ^a													
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	4.033	.599		6.734	.000	2.852	5.215					
	Kualitas Pelayanan	.388	.030	.692	13.008	.000	.330	.447	.718	.683	.648	.877	1.140
	Harga	.031	.022	.075	1.418	.158	-.012	.075	.318	.102	.071	.877	1.140

a. Dependent Variable: Kepuasan

Dari hasil output spss versi 26 untuk uji multikolonieritas dilihat dari output coefficients didapatkan nilai toleransinya untuk variabel Kualitas Pelayanan = 0,877 dan variabel Harga = 0,877 dengan nilai VIFnya untuk variabel Kualitas Pelayanan = 1,140 dan variabel Harga = 1,140. Dimana dari output tersebut nilai VIFnya kurang dari 10 dan nilai toleransinya lebih dari 0,01. Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pelayanan ojek online.

3. Pengujian Regresi Linier Berganda

Pengujian Koefisien korelasi dan R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 ^a	.521	.516	.932

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Dari hasil output spss versi 26 untuk model summary didapatkan nilai R sebesar 0,722^a. Hal ini menunjukkan tingkat hubungan Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dengan melihat Tabel Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi nilai tersebut berada pada rentang atau jarak 0,60 - 0,700 dengan tingkat hubungan Kuat.

Dengan demikian dapat disimpulkan hubungan Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan memiliki hubungan yang Kuat. Didapatkan nilai R Square sebesar 0,521 atau 52,1% . Artinya Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama - sama berpengaruh terhadap Kepuasan sebesar 52,1% sedangkan sisanya 47,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Pengujian dengan menggunakan T Hitung

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.033	.599		6.734	.000
Kualitas Pelayanan	.388	.030	.692	13.008	.000
Harga	.031	.022	.075	1.418	.158

a. Dependent Variable: Kepuasan

Dari hasil output spss versi 26 untuk Model Coefficients^a untuk Variabel Kualitas Pelayanan didapatkan nilai t hitungnya sebesar 13,008 dan nilai t tabelnya sebesar 1,972 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 artinya kurang dari 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan driver ojek online.

Dari hasil output spss versi 26 untuk Model Coefficients^a untuk Variabel Harga didapatkan nilai t hitungnya sebesar 1,418 dan nilai t tabelnya sebesar 1,972 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,158 artinya lebih dari 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif Harga terhadap Kepuasan pelanggan driver ojek online.

Pengujian dengan menggunakan F Hitung

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	182.410	2	91.205	104.972	.000 ^b
	Residual	167.687	193	.869		
	Total	350.097	195			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Dari hasil output spss versi 26 untuk Model Anova didapatkan nilai f hitungnya sebesar 104,972 dan f tabelnya sebesar 3,042 dengan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama - sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dan Reliabilitas variabel X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	5

Dari hasil output spss versi 26 untuk uji reliabilitas variabel X1 didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,773 dimana nilai tersebut berdasarkan tabel Guildford berada direntang 0,60 - 0,800 dengan kategori reliabilitas tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan angket atau kuisisioner dinyatakan reliabel atau konsisten bila digunakan dalam beberapa kali pengukuran.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	16.95	4.013	.603	.717
X1.2	17.11	3.916	.540	.733
X1.3	16.59	4.417	.349	.791
X1.4	17.02	3.425	.642	.695
X1.5	17.04	3.491	.613	.707

Dari hasil output spss versi 26 untuk uji validitas variabel X1 didapatkan nilai r hitungnya sebagai berikut. Dimana nilai r tabel dapat dilihat pada nilai signifikansi sebesar 5% dan $N - 2$ artinya $196 - 2 = 194$. Dari data tersebut diketahui r tabelnya sebesar 0,140 dari nilai hitung koefisien korelasi untuk uji validitas tersebut didapatkan nilainya lebih besar dari nilai r tabel. Dengan demikian bahwa dapat disimpulkan seluruh item dinyatakan valid.

Uji Validitas dan Reliabilitas variabel X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	2

Dari hasil output spss versi 26 untuk uji reliabilitas variabel X2 didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,794 dimana nilai tersebut berdasarkan tabel Guildford berada direntang 0,60 - 0,800 dengan kategori reliabilitas tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan angket atau kuisioner dinyatakan reliabel atau konsisten bila digunakan dalam beberapa kali pengukuran.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.2	4.14	.304	.660	.
X2.3	4.22	.349	.660	.

Dari data tersebut diketahui r tabelnya sebesar 0,140 dari nilai hitung koefisien korelasi untuk uji validitas tersebut didapatkan nilainya lebih besar dari nilai r tabel. Dengan demikian bahwa dapat disimpulkan seluruh item dinyatakan valid.

Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	3

Dari hasil output spss versi 26 untuk uji reliabilitas variabel X2 didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,773 dimana nilai tersebut berdasarkan tabel Guildford berada direntang 0,60 - 0,800 dengan kategori reliabilitas tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan angket atau kuisioner dinyatakan reliabel atau konsisten bila digunakan dalam beberapa kali pengukuran.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	8.49	.877	.580	.727

Y.2	8.39	.927	.649	.656
Y.3	8.43	.862	.601	.703

Dari data tersebut diketahui r tabelnya sebesar 0,140 dari nilai hitung koefisien korelasi untuk uji validitas tersebut didapatkan nilainya lebih besar dari nilai r tabel. Dengan demikian bahwa dapat disimpulkan seluruh item dinyatakan valid.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan transportasi ojek online. Kualitas pelayanan yang baik seperti driver yang sopan, responsif terhadap keluhan, tepat waktu mengantar tujuan, dll dapat memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Semakin puas konsumen dengan layanan transportasi online, semakin setia mereka menggunakan jasa tersebut. Penilaian rating yang diberikan konsumen kepada suatu layanan transportasi online dipengaruhi oleh tingkat kepuasan mereka atas pelayanan yang diterima. Semakin puas konsumen, rating yang diberikan cenderung lebih tinggi.

Perusahaan transportasi online perlu meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan, seperti melatih driver agar lebih ramah dan profesional. Dilakukan survei berkala untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan perbaikan yang dibutuhkan. Memberikan promosi dan insentif agar konsumen tetap loyal dan merekomendasikan layanan kepada orang lain serta mengontrol aktivitas driver agar pelayanan optimal dan dapat dipercaya konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa , karena atas berkat dan rahmatnya, kami dapat menyelesaikan tugas artikel jurnal ilmiah ini. Penelitian Jurnal ilmiah ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mengerjakan UAS Studi Kelayakan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa.

Oleh sebab itu kami mengucapkan terima kasih kepada Bapak Syamsul Hidayat, SE.,MM yang sudah membantu dalam menyelesaikan tugas jurnal ilmiah ini. Kami menyadari dalam artikel jurnal ini masih terdapat kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan artikel jurnal ini.

Akhir kata, Kami mengucapkan terima kasih dan semoga artikel jurnal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

DAFTAR REFERENSI

Bernadine Lorena Yanwar.,Effed Darta Hadi., & sularsih Anggrawati. (2021) . Perilaku Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Ojek Online Di Indonesia. *Jurnal*

[https://www.academia.edu/66987440/Perilaku Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Ojek Online DI Indonesia Society Behavior in Using Online Ojek Services in Indonesia](https://www.academia.edu/66987440/Perilaku_Masyarakat_Dalam_Menggunakan_Jasa_Ojek_Online_DI_Indonesia_Society_Behavior_in_Using_Online_Ojek_Services_in_Indonesia)

Jaka Tomi Ronaldo Siringo Ringo., leo Nardo Hutasoit., Rio Farrona Evta., Okta Jaya Harmaja., & Stiven Hamonangan Sinurat . (2022) . Analisis Rasio Persepsi Komunikasi Pada Kualitas Pelayanan Ojek Online Dengan Metode Service Quality. *Jurnal System Informasi dan Ilmu Computer Prima* 21.

[https://www.researchgate.net/publication/360716585 Analisis Rasio Persepsi Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Ojek Online Dengan Metode Service Quality](https://www.researchgate.net/publication/360716585_Analisis_Rasio_Persepsi_Konsumen_Pada_Kualitas_Pelayanan_Ojek_Online_Dengan_Metode_Service_Quality)

Frederikus Cyriaco Leu Le Uape., & Erlin Elisa . (2023). Decision Tree Pada Penilaian Performa Layanan Driver Gojek Dengan Algoritma c4.5. *Jurnal Comasie* 945. <http://repository.upbatam.ac.id/5760/>

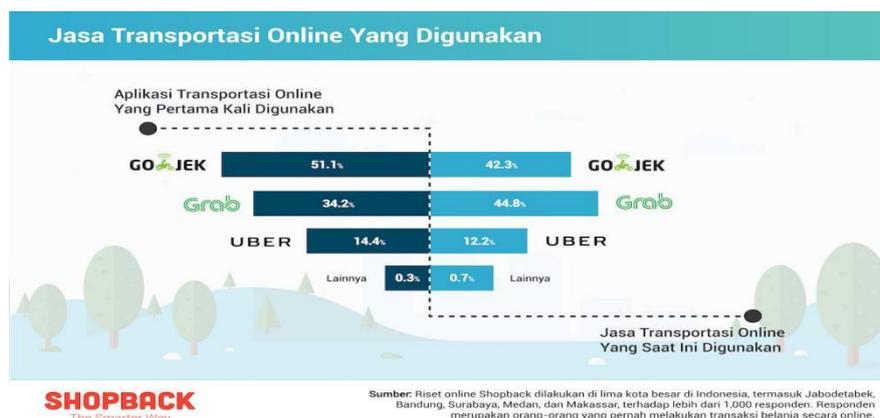
Fifin Anggraini., & Anindhyta Budiarti . (2020) . Pengaruh Harga,Promosi,dan Kualitas Pelayanan Terhadap loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Manajemen* 86.

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/36354>

Juwenda Onibala., Silcyjeova Moniharapon., & Michael ch. Raintung. (2020). Analisis Perbandingan Kepuasan dan Kualitas Jelayanan Jasa Ojek Online Go-jek dan Grab-bike . *jurnal EMBA* 41.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/30438>

Penempatan Gambar



Di Indonesia, Gojek, Grab, dan Uber merupakan tiga pemain utama penyedia jasa transportasi online. Kemunculan aplikasi gojek pertama kali pada tahun 2015, menjadi

awal mula maraknya transportasi online di Indonesia. Tak ayal, lebih dari setengah (51,1%) responden mengaku gojek sebagai transportasi online yang pertama kali mereka gunakan, diikuti oleh grab (34,2%) dan uber (14,4%)



Pelayanan transportasi online saat ini dinilai 69,4% responden sudah sangat baik, dan bahkan 19,2% responden menilai sudah baik. Walaupun sudah dapat dikatakan baik, ternyata beberapa responden masih merasakan keluhan yang sama, yakni 54,3% mengeluh atas seringnya driver membatalkan order sepihak karena tujuan yang jauh atau pengguna menggunakan promo potongan harga. Selain hal tersebut, kebersihan helm serta kelengkapan atribut (masker dan jas hujan) juga menjadi keluhan mereka.