

STUDI DESKRIPTIF TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA TRANSPORTASI BERBASIS ONLINE

Vivi Sahfitri

Dosen Universitas Bina Darma

Jalan Jenderal Ahmad Yani No.3 Palembang

Sur-el : vivi_sahfitri@binadarma.ac.id

Abstract : This study aims to conduct a descriptive study of the level satisfaction online-based transportation users viewed based on the perception by users of online transportation services. Measuring the level of satisfaction of users of online transportation services using the ServQual method provided by the driver to service users by using the variables Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangibles. Based on the results of the study, it can be known that in each variable measured more than 50% of respondents responded to the good category of statements given related to the quality of service to users. In addition, the conclusion that can be obtained based on the results of the study is the average value of measurement shows the level of satisfaction in the category of satisfied with the quality of driver service in online-based transportation services.

Keywords: online transportation, ServQual, Satisfaction, deskriptif study

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk melakukan studi deskriptif tentang tingkat kepuasan pengguna transportasi berbasis online dilihat dari persepsi pengguna jasa transportasi online tersebut. Pengukuran tingkat kepuasan pengguna jasa transportasi online ini menggunakan metode ServQual atau kualitas layanan yang diberikan oleh pengemudi kepada pengguna jasa dengan menggunakan variabel Reliability (Keandalan), Responsiveness (daya Tanggap), Assurance (Jaminan dan Kepastian), Empathy (kepedulian) dan Tangibles (wujud fisik). Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa dalam setiap variabel yang diukur lebih dari 50% responden memberikan tanggapan pada kategori baik dari pernyataan yang diberikan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan terhadap pengguna. Selain itu kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian adalah nilai rata-rata pengukuran menunjukkan tingkat kepuasan pada kategori puas dengan kualitas pelayanan pengemudi pada layanan jasa transportasi berbasis online.

Kata kunci: Transportasi Online, ServQual, Kepuasan, Studi Deskriptif

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dibidang Teknologi Informasi yang sangat pesat memberikan pengaruh diberbagai bidang kehidupan manusia. Dengan memanfaatkan teknologi informasi saat ini, dapat memberikan kemudahan-kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan berbagai hal. Salah satu perubahan yang paling mendasar saat ini adalah transaksi online, dan salah satunya adalah transportasi berbasis online. Keberadaan

aplikasi transportasi berbasis online ini memberikan banyak manfaat dan kemudahan bagi masyarakat luas. Penggunaan Transportasi konvensional perlahan mulai tergeser oleh transportasi berbasis online.

Transportasi online adalah pelayanan jasa transportasi yang berbasis jaringan internet dalam semua kegiatan transaksi yang dilakukannya, mulai dari pemesanan, pemnataun jalur, pembayaran, serta penilaian terhadap layanan jasa transportasi berbasis online

tersebut[1]. Jasa Transportasi berbasis online atau disebut dengan istilah aplikasi *Ridesharing* mulai ramai keberadaannya di Indonesia tahun 2014 yang dimulai dengan kemunculan *uber Taxi* sebagai bisnis layanan transportasi berbasis online yang kemudian diikuti oleh kemunculan aplikasi transportasi berbasis online lainnya seperti Gojek, Grab, Maxim dan lain-lain.

Pada dasarnya keberadaan jasa transportasi berbasis online diawali dengan munculnya *smartphone* sebagai alat komunikasi yang semakin berkembang pesat. Dengan *smartphone* semua hal dapat dilakukan dalam genggam tangan. Jika pada awalnya untuk menggunakan jasa taksi ataupun ojek, pelanggan harus kepangkalan atau menunggu jika ada taksi atau ojek yang lewat atau menghubungi ke customer service taksi [2], tetapi saat ini hal tersebut sangat mudah dilakukan dengan hanya melakukan transaksi online menggunakan *smartphone* maka jasa transportasi yang kita butuhkan akan menjemput dan siap mengantarkan kita ketempat tujuan tanpa perlu bernegosiasi harga seperti pada transportasi konvensional. Kemudahan penggunaan transportasi berbasis online menyebabkan mulai beralihnya kebutuhan akan jasa transportasi pada masyarakat dari jasa transportasi konvensional.

Semakin maraknya jasa transportasi online memberikan banyak pilihan bagi masyarakat untuk menggunakan jasa transportasi online yang memberikan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang menggunakan jasa transportasi berbasis online tersebut. Kepuasan sendiri merupakan

perasaan senang atau kecewa seseorang yang diperoleh dari pelayanan yang diperolehnya. Kepuasan merupakan perbandingan antara kesan seseorang terhadap kinerja atau hasil suatu produk baik jasa maupun barang dengan apa yang diharapkannya. Pelayanan yang sebaik-baiknya kepada konsumen merupakan salah satu upaya untuk memperoleh penilaian yang tinggi dari konsumen. Banyak hal yang dapat menjadi faktor ukuran kepuasan konsumen antara lain, nilai total konsumen yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan nilai biaya total konsumen yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga dan biaya pikiran [3].

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan para pengguna jasa transportasi berbasis online. Kepuasan sebagai sikap yang didasarkan pada pengalaman yang didapat [4], merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk, jasa atau produk itu sendiri[5], yang menyajikan tingkat kesenangan konsumen terkait dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan (*Service Quality*). Konsep kualitas layanan dapat diartikan sebagai suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Kualitas layanan diawali dengan kebutuhan dari *customer* dan berujung pada persepsi *Customer*[3]. Hal ini membuktikan bahwa kualitas bukan dilihat dari persepsi penyedia layanan jasa atau perusahaan, akan tetapi didasarkan pada persepsi atau anggapan pelanggan.

Pengukuran tingkat kepuasan pengguna pada penelitian ini menggunakan model *ServQual* yang menggunakan lima indikator didalamnya, yaitu [6]: 1) *Reliability* (Keandalan), 2) *Responsiveness* (Daya Tanggap), 3) *Assurance* (Jaminan dan Kepastian), 4) *Emphaty* (Kepedulian), dan 5) *Tangible* (Wujud Fisik).

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan tahapan atau langkah-langkah ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data untuk digunakan dengan tujuan atau kegunaan tertentu. Metode Penelitian Secara umum Metode penelitian menyajikan cara sistematis yang digunakan pada kegiatan penelitian dengan tujuan untuk mencari pemecahan terhadap suatu masalah [7].

Penelitian ini menggunakan metode Penelitian Deskriptif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menemukan pengetahuan seluas-luasnya terhadap objek yang digunakan pada penelitian pada masa tertentu [8]. Penelitian deskriptif bukan menguji hipotesis, akan tetapi mendeskripsikan peristiwa atau kejadian yang menjadi perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus pada peristiwa tersebut [9].

2.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data untuk studi deskriptif dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *Non Probability* dengan *Purposive Random Sampling* (Sampling Pertimbangan) merupakan salah satu teknik sampling yang digunakan jika dalam penelitian,

peneliti memiliki pertimbangan – pertimbangan tertentu dalam memilih sampelnya untuk mencapai tujuan tertentu [10]. Metode *Purposive Random Sampling* dilakukan dengan cara menetapkan responden sebagai sample penelitian didasarkan pada anggapan bahwa responden yang menjadi informan akan memberikan data yang lengkap, tepat dan akurat. Pada teknik *Purposive Tandom Sampling* semua sampel memiliki peluang yang sama tidak dipengaruhi dan tidak terikat dengan apa pun untuk menjadi sampel penelitian.

2.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari sumber data tanpa melalui perantara [11]. Data primer diperoleh melalui kuisisioner yang disebarkan melalui secara online melalui google form kepada responden yang menjadi objek penelitian. Data mentah yang diperoleh dari hasil pegisian kuisisioner yang dilakukan responden akan dianalisis secara deskriptif. Tahapan yang dilakukan dalam analisis deskriptif adalah tahap verifikasi, pengorganisasian data, transformasi data, Penggabungan data, pengurutan data, perhitungan data, dan ekstraksi data untuk membentuk informasi dan pengetahuan [12]. Selain data primer, dalam penelitian ini juga membutuhkan data sekunder untuk mendeskripsikan hasil dari data primer yang diperoleh. Data sekunder merupakan data yang bersumber dari berbagai literature dan penelitian sebelumnya yang dilakukan dan dicatat oleh pihak lain [13].

2.3. Sample dan Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel penelitian sebanyak 87 responden yang telah mengisi kuisioner melalui google form yang ada dengan melihat kebenaran dari data yang diberikan dan sesuai dengan petunjuk pengisian. Sedangkan instrument atau alat penelitian yang digunakan adalah kuisioner, yaitu suatu alat penelitian untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati [14]. Pertanyaan dalam Kuisioner yang digunakan bertipe tertutup. Pertanyaan bertipe tertutup dapat membantu responden lebih mudah menentukan jawaban dengan cepat karena pilihan jawaban sudah tersedia dalam kuisioner [15].

2.4. Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini mengadopsi variable yang dikemukakan oleh Zeithaml dan Bitner [6], Deskripsi dari operasioan variable yang digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Variabel Penelitian

<i>Variabel</i>	<i>Dimensi</i>
<i>Reliability</i> (Keandalan)	- Kecepatan <i>Pengemudi</i> dalam melayani pelanggan - Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit - Pelayanan yang memuaskan - Tanggap terhadap keluhan pelanggan
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	- Kesiediaan <i>Pengemudi</i> membantu pelanggan - Kecepatan dalam menyelesaikan masalah - Keramahan dalam melayani pelanggan
<i>Assurance</i> (Jaminan dan Kepastian)	- Pengetahuan yang luas - Keamanan pelanggan terjamin
<i>Empathy</i> (Kepedulian)	- Tersedia layanan 24 jam - Mengetahui keinginan pelanggan

- Mampu berkomunikasi dengan baik
 - Kendaraan dan interior yang bagus dan menarik
 - Kebersihan dan kenyamanan
 - Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan
 - Kebersihan dan kerapian
- Pengemudi*

2.5. Analisis data

Data yang diperoleh dari kegiatan penelitian di analisis dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif yang terdiri dari tiga kegiatan yaitu; Reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “ kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan, Penyajian data yaitu presentasi data yang dapat berbentuk Matrik, Grafik, Jaringan atau Bagan, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi yaitu hasil akhir dari kegiatan penelitian yang diperoleh dari sekumpulan informasi yang sudah dihasilkan[16].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Deskripsi Responden

Responden yang terlibat dalam penelitian ini berasal dari berbagai individu. Jumlah responden yang mengisi kuisioner berjumlah 87 responden dengan rincian seperti terlihat pada tabel 2, 3, 4, dan 5.

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

<i>Jenis Kelamin</i>	<i>Jumlah</i>	<i>%</i>
Laki-laki	24	28
Perempuan	63	72
Jumlah	87	100

Berdasar tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 24 responden atau 28% sedangkan jumlah

responden perempuan sebanyak 63 atau 72 % dari total keseluruhan responden penelitian. Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin tersebut menunjukkan bahwa penggunaan jasa transportasi online lebih banyak perempuan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aspiani [17] yang menyebutkan bahwa 89% dari 100 responden pengguna jasa Transportasi Online adalah perempuan. Salah satu faktor dari kondisi tersebut adalah rasa aman, kecepatan dan ketepatan waktu yang dirasakan oleh Pengguna Transportasi Online tersebut.

Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	%
≤ 20 tahun	13	15
21-30 tahun	26	30
31-40 tahun	33	38
> 40 tahun	15	17
Jumlah	87	100

Berdasarkan tabel 3, usia pengguna jasa transportasi online cukup bervariasi. Dari data yang diperoleh usia pengguna jasa Transportasi online terbanyak adalah pada usia 31-40 tahun. Namun dari pada dasarnya pengguna jasa transportasi online cukup merata di berbagai tingkatan usia. Penelitian yang dilakukan oleh Yovan Sawir Saputra dan Shinta Wahyu Hati [18] memberikan hasil bahwa pengguna jasa transportasi online terbanyak adalah ditingkatkan usia 17-26 tahun.

Tabel 4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	%
Pelajar/Mahasiswa	27	31
Pegawai/Karyawan	35	40
Wiraswasta	16	18
Lain-Lain	9	10
Jumlah	87	100

Pengguna jasa transportasi online yang paling banyak adalah berprofesi sebagai Pegawai/ karyawan baik di instansi pemerintah

maupun swasta. Dari hasil pengolahan data penelitian dari 87 responden yang mengisi kuisioner dapat diketahui bahwa 40% atau 35 orang responden adalah pegawai/ karyawan sedangkan sisanya berprofesi sebagai Pelajar/mahasiswa, wiraswasta serta profesi lainnya.

Tabel 5. Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Transportasi Online dalam sebulan

Intensitas	Jumlah	%
≤ 5	27	31
6-10	21	24
11-20	25	29
>20	14	16
Jumlah	87	100

Intensitas atau tingkat keseringan dalam menggunakan jasa transportasi online dalam sebulan cukup bervariasi. Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa responden penelitian menggunakan jasa transportasi online antara 1-5 berjumlah 31% dari 87 orang responden. Namun pada dasarnya, intensitas penggunaan jasa transportasi online ini menyebar dengan baik mulai dari tingkat intensitas terendah sampai tertinggi dalam ukuran yang digunakan dalam penelitian ini memiliki jumlah persentase yang tidak jauh berbeda. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan jasa transportasi online ini sangat sering digunakan oleh pelanggannya.

3.2 Deskripsi Variabel

Variabel Penelitian ini dikelompokkan menjadi *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan dan Kepastian), *Empathy* (Kepedulian), *Assurance* (Jaminan dan Kepastian dan Wujud (Fisik). Berikut hasil penelitian dari masing masing variabel yang digunakan.

a. Variabel *Reliability* (Keandalan)

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kusioner, maka hasil yang diperoleh untuk variabel *Reliability* dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Deskripsi Variabel *Reliability*

<i>Pernyataan</i>	<i>Alternatif Jawaban</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Kecepatan Pengemudi dalam melayani pelanggan	Sangat Cepat	45	52
	Cepat	39	45
	Cukup Cepat	3	3
Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit	Lambat	0	0
	Sangat Efisien	42	48
	Efisien	40	46
Pelayanan yang memuaskan	Cukup efisien	5	6
	Tidak Efisien	0	0
	Sangat Puas	38	44
	Puas	43	49
	Cukup Puas	6	7
	Tidak Puas	0	0

Berdasarkan Tabel 6 diperoleh fakta dalam penelitian bahwa pada variabel *reliability* (keandalan) responden memberikan pendapat dengan tingkat pengukuran yang tinggi bagi setiap indikator pada variabel *reliability*. Kepuasan responden penelitian pada pernyataan kecepatan Pengemudi dalam melayani pelanggan memberikan tanggapan paling banyak pada alternative jawaban sangat cepat yaitu 52% , tanggapan cepat sebanyak 45% dan hanya 3% yang memberikan tanggapan cukup. Tidak ada yang memberikan tanggapan lambat dalam kecepatan Pengemudi melayani pelanggan ini.

Tanggapan yang diberikan responden yang berhubungan dengan prosedur pelayanan transportasi berbasis online sangat baik. 48 % responden berpendapat bahwa prosedur pelayanan dalam menggunakan jasa transportasi online tidak berbelit-belit dan sangat efisien dan 46% memberikan tanggapan efisien serta hanya 6% yang memberi tanggapan cukup. Tidak ada yang memberikan tanggapan bahwa Prosedur

pelayanan jasa transportasi online tidak efisien atau berbelit-belit.

Pada variabel *Realibility* ini secara keseluruhan responden memberikan tanggapan puas tentang pelayanan terhadap konsumen sebesar 49%, namun yang memberikan tanggapan sangat puas juga cukup banyak yaitu 44% yang hanya berselisih 5% dengan tanggap puas yang diberikan responden. 7% Responden memberikan tanggapan cukup puas dan tidak ada yang memberikan tanggapan tidak puas terhadap pelayanan jasa Transportasi online.

Dari tanggapan yang diberikan untuk variabel *Realiability* dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjadi pengguna jasa transportasi online memberikan respon baik terhadap keandalan dari jasa transportasi online yang mereka gunakan. Perbedaan tingkat respon yang diberikan merupakan gambaran kepuasan yang diterima pelanggan. Perbedaan respon ini bisa disebabkan oleh berbagai hal antara lain Personal Pengemudi atau pelanggan sendiri, aplikasi yang digunakan serta kondisi lapangan saat menggunakan jasa transportasi online ini.

b. Variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Tabel 7 menampilkan hasil pengolahan data yang diperoleh dari penyebaran kusioner untuk variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap).

Tabel 7. Deskripsi Variabel *Responsiveness*

<i>Pernyataan</i>	<i>Alternatif Jawaban</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Tanggap terhadap keluhan pelanggan	Sangat Tanggap	34	39
	Tanggap	39	45
	Cukup	14	16
Ketersediaan Pengemudi	Tidak Tanggap	0	0
	Sangat membantu	39	45
	Membantu	32	37

membantu pelanggan	Cukup Membantu	16	18
	Tidak Membantu	0	0
Kecepatan dalam menyelesaikan masalah	Sangat Puas	31	36
	Puas	35	40
	Cukup Puas	21	24
	Tidak Puas	0	0

Hasil Pengolahan data pada variabel *responsiveness* dapat dilihat pada tabel 7. Dari hasil penyebaran kuisioner diperoleh fakta penelitian bahwa 39% responden memberikan pendapat bahwa jasa transportasi berbasis online sangat tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan, 45% memberikan pendapat tanggap, 16% memberikan pendapat cukup tanggap. Tidak ada responden yang memberikan jawaban tidak tanggap terhadap pernyataan tentang tanggapan terhadap keluhan pelanggan.

Tanggapan terhadap kesediaan *Pengemudi* membantu pelanggan berdasarkan hasil kuisioner diperoleh fakta bahwa 45% responden memberikan tanggapan *Pengemudi* sangat membantu, 37% responden memilih jawaban membantu dan 18% memilih jawaban cukup membantu dan tidak ada yang memberikan jawaban tidak membantu. Hal ini menunjukkan secara keseluruhan *Pengemudi* jasa transportasi online bersedia membantu pelanggannya.

Untuk pernyataan kecepatan dalam penyelesaian masalah diperoleh fakta penelitian 36% memberikan tanggapan sangat puas, 40% memberikan tanggapan Puas dan 24% memberikan tanggapan cukup puas. Hal ini memberikan fakta bahwa *Pengemudi* jasa transportasi online dapat memberikan solusi cepat untuk permasalahan yang timbul. Salah satu masalah yang sering ditemui adalah kesalahan dalam menentukan alamat penjemputan ataupun tujuan. Tidak ada yang memberikan tanggapan tidak puas atas kecepatan

dalam penyelesaian masalah saat menggunakan jasa transportasi online.

Untuk Variabel *Responsiveness*, responden secara keseluruhan memberikan tanggapan yang baik serta tidak ada yang memberikan tanggapan yang tidak baik. Hal ini memberikan fakta pengguna jasa transportasi online merasa puas terhadap daya tanggap yang diberikan pengemudi selama transaksi berlangsung. Respon terhadap keluhan pelanggan, kecepatan dan kesediaan pengemudi membantu pelanggannya memberikan tingkat kepuasan yang tinggi pada pelanggan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erlin Setyaningsih, dkk [19] yang memberikan hasil penelitian tingkat kepuasan pengguna jasa transportasi Online di Balikpapan dengan menggunakan metode PIECES yang memberikan hasil bahwa tingkat kepuasan konsumen berada pada katagori Puas.

c. Variabel *Assurance* (Jaminan & Kepastian)

Pengolahan data kuisioner untuk variabel *Assurance* (Jaminan dan Kepastian) dapat dilihat pada tabel 8 berikut.

Tabel 8. Deskripsi Variabel Assurance

Pernyataan	Alternatif Jawaban	F	%
Keramahan dalam melayani pelanggan	Sangat Ramah	36	41
	Ramah	38	44
	Cukup Ramah	11	13
	Tidak Ramah	2	2
Pengetahuan yang luas	Sangat Mudah	27	31
	Berkomunikasi Mudah	34	39
	Berkomunikasi Cukup Mudah	19	22
	Berkomunikasi Tidak Suka	7	8
Keamanan pelanggan terjamin	Sangat Terjamin	42	48
	Terjamin	45	52
	Cukup Terjamin	0	0
	Tidak Terjamin	0	0

Berdasarkan Tabel 8 diperoleh fakta dari hasil penelitian pada variabel *Assurance* bahwa sebesar 41% responden memberikan tanggapan sangat ramah pada pengukuran indikator keramahan *Pengemudi* transportasi online dalam melayani pelanggan, 44% memilih jawaban ramah saja, 13% memilih jawaban cukup ramah dan 2% memilih jawaban tidak ramah. Bervariasinya jawaban dari pernyataan yang diberikan bisa dikarenakan karakteristik kepribadian yang berbeda dari *Pengemudi* yang pernah melayani pengguna jasa transportasi online tersebut.

Selain keramahan yang diberikan oleh pengemudi (*Pengemudi*), variabel *Assurance* juga berkaitan dengan keluasan pengetahuan yang dimiliki *Pengemudi*. Hal ini juga menjadi faktor mudah atau tidaknya *Pengemudi* berkomunikasi dengan pelanggannya selama pengguna jasa transportasi online tersebut berlangsung. Dari hasil pengolahan data kuisioner diperoleh fakta bahwa 31% pengemudi Transportasi online sangat mudah berkomunikasi dengan pelanggannya, 39% responden memilih jawaban Mudah berkomunikasi, 22% memilih Cukup mudah berkomunikasi dan ada 8% yang memilih jawaban bahwa pengemudi tidak suka berkomunikasi. Sedangkan untuk indikator keamanan pelanggan responden memberikan jawaban sangat terjamin sebesar 48% dan jawaban terjamin saja sebesar 52%. Hal ini dapat diartikan bahwa pelanggan merasa sangat aman dan nyaman menggunakan jasa Transportasi Online.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat diketahui bahwa secara keseluruhan respon yang

diberikan pelanggan untuk variabel *Assurance* (Jaminan dan Kepastian) berada pada kategori Baik. Meskipun ada beberapa reponden yang memberikan jawaban tidak baik untuk pernyataan keramahan dalam melayani pelanggan dan pengetahuan yang luas, namun jumlahnya tidak terlalu besar. Faktor yang dapat mempengaruhi respon tidak baik dari pelanggan antara lain sikap dan sifat pengemudi yang kurang baik, artinya variabel ini bergantung dari individu masing masing pengemudi untuk dapat memberikan pelayan yang baik pada pelanggannya.

d. Variabel *Emphaty* (Kepedulian)

Hasil pengolahan data untuk variabel *Emphaty* (Kepedulian) dapat dilihat pada tabel 9 berikut.

Tabel 9. Deskripsi Variabel *Emphaty*

<i>Pernyataan</i>	<i>Alternatif Jawaban</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Tersedia layanan 24 jam	Tersedia	6	7
	Tidak Tersedia	81	93
Mengetahui keinginan pelanggan	Sangat Peduli	28	32
	Peduli	35	40
	Cukup Peduli	22	25
	Tidak Peduli	2	2
Mampu berkomunikasi dengan baik	Sangat Baik	26	30
	Baik	31	36
	Cukup Baik	22	25
	Tidak Baik	8	9

Tabel 9 merupakan hasil pengolahan data untuk variabel *Emphaty*. Hasil tabulasi data berdasarkan hasil kuisioner yang telah diisi oleh responden diperoleh fakta bahwa 93% responden menyatakan bahwa transportasi online tidak memberikan layanan 24 jam, sedangkan hanya 7% yang memberikan jawaban bahwa transportasi online memberikan layanan 24 jam. Kondisi ini dapat terjadi karena para *driver* transportasi online tidak beraktifitas terutama dimalam hari karena faktor keamanan. Selain itu

jumlah pengguna jasa Transportasi online di malam hari terutama pada pukul 00.00 keatas tidak begitu banyak. Tindak kejahatan yang semakin banyak khususnya pada pengemudi jasa transportasi online menjadi faktor lain yang menyebabkan sulitnya mencari jasa transportasi online di malam hari.

Pada pernyataan yang berkaitan dengan kepedulian pengemudi tentang keinginan pelanggan, responden memberikan tanggapan sebesar 32% untuk pilihan jawaban sangat perduli, 40% untuk pilihan Perduli, 25% untuk pilihan cukup perduli dan 2% responden memilih jawaban tidak perduli. Sedangkan untuk pernyataan kemampuan berkomunikasi pengemudi, responden memberikan tanggapan 30% memilih sangat baik, 36% memilih Baik, 25% memilih Cukup Baik dan 9% memilih jawaban tidak baik. Adanya respon tidak baik terhadap kepedulian dan kemampuan komunikasi yang dimiliki pengemudi bisa disebabkan oleh faktor personal atau sifat dari pengemudi yang secara psikologis merupakan individu yang introvert atau pendiam. Sehingga tidak mudah untuk diajak berbicara selama dalam perjalanan menggunakan jasa transportasi online. Akan tetapi selama pelayanan yang diberikan oleh pengemudi baik maka hal-hal yang tersebut dapat diatasi dan pelanggan akan tetap memberikan respon yang baik.

e. Variabel *Tangible* (Wujud Fisik)

Variabel ini berkaitan dengan fisik kendaraan sebagai sarana utama pada jasa transportasi online. Tabel 10 menunjukkan hasil pengilahan data kuisisioner pada variabel *Tangible* (wujud Fisik).

Tabel 10. Deskripsi Variabel *Tangible*

<i>Pernyataan</i>	<i>Alternatif Jawaban</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Kendaraan dan interior yang bagus dan menarik	Sangat Baik	31	36
	Baik	28	32
	Cukup Baik	22	25
Kebersihan dan kenyamanan	Tidak Baik	6	7
	Sangat Baik	37	43
	Baik	40	46
Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan	Cukup Baik	10	11
	Tidak Baik	0	0
	Sangat Baik	27	31
Kebersihan dan kerapian	Baik	35	40
	Cukup Baik	21	24
	Tidak Baik	4	5
	Sangat Baik	37	43
	Baik	42	48
	Cukup Baik	8	9
	Tidak Baik	0	0

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa pada variabel *tangibles* alternatif jawaban yang dipilih dari pernyataan yang diberikan dalam kuisisioner adalah pada jawaban sangat baik dan baik, walaupun ada responden yang memberikan jawaban selain itu. Pada pernyataan kendaraan dan interior yang bagus dan menarik sebesar 36 % responden menyatakan sangat baik, 32% menyatakan Baik saja, 25% menyatakan cukup baik dan sebesar 7% responden memilih jawaban tidak baik. Beberapa jasa Transportasi online membatasi kendaraan yang digunakan untuk kurun waktu tertentu, misalnya hanya kendaraan yang berumur 5 tahun ke atas yang diperbolehkan. Namun pada kenyataannya, kendaraan yang diperoleh tidak sesuai dengan identitas saat memesan. Hal ini menjadi pemicu pelanggan mengkomplain jasa yang diperolehnya. Kondisi tersebut dapat menjadi salah satu faktor ketidakpuasan pelanggan terhadap kendaraan yang dipesannya.

Pernyataan tentang kebersihan dan kenyamanan kendaraan diperoleh hasil 43% responden menyatakan sangat baik, 46% menyatakan baik dan 11% memberikan respon

cukup baik serta tidak ada responden yang memberikan tanggapan tidak baik. Respon terhadap Pernyataan kelengkapan dan fasilitas kendaraan menunjukkan sebesar 32% memberikan respon Sangat baik, 40% memberikan respon baik, 24% memberikan respon Cukup baik dan 5% responden memilih memberikan respon tidak baik. Sedangkan untuk pernyataan kebersihan dan kerapian diperoleh fakta sebesar 43% responden memilih jawaban sangat baik, 48% memilih jawaban baik dan 9% memilih jawaban Cukup baik dan tidak ada yang memilih jawaban tidak baik.

Secara keseluruhan respon yang diberikan untuk variabel *Tangibles* baik yang artinya pelanggan Puas dengan layanan yang mereka peroleh khususnya dengan kendaraan yang mereka pesan untuk jasa transportasi online ini. Kalau pun ada responden yang memberikan jawaban tidak baik terutama pada pernyataan fasilitas, hal tersebut hanya sebagian kecil dan biasanya hampir semua kendaraan jasa transportasi online melengkapi fasilitas estandar kendaraan seperti AC, Tisu serta beberapa pengemudi menyediakan permen atau air *mineral cup* di kendaraannya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari pelaksanaan penelitian, maka dapat disimpulkan hal-hal berikut;

1. Hasil analisis data yang diperoleh dari responden untuk setiap variabel dalam penelitian menunjukkan respon yang baik terhadap jasa transportasi online yang

digunakan. Dari semua variabel yang diukur dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan transportasi online berada pada katagori Puas. Yang ditabulasikan secara keseluruhan nilai tingkat kepuasan tersebut adalah sangat puas dengan nilai rata-rata 5.20, Puas dengan nilai rata-rata 5.56, Cukup Puas dengan rata rata nilai 1.97 dan tidak puas dengan nilai rata rata 0.29.

2. Faktor – faktor yang dapat mempengaruhi ketidakpuasan pelanggan antara lain adalah identitas kendaraan yang berbeda, komunikasi dan pelayan yang kurang baik. Hal ini dapat menjadi masukan bagi penyedia jasa transportasi online umumnya dan pengemudi khususnya untuk terus meningkatkan pelayanan kepada pengguna jasanya agar dapat terus bertahan disaat semakin banyaknya penyedia jasa sejenis

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pratama, Geistiar Yoga, and Aminah Suradi. "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.", *Diponegoro Law Journal* 5.3 pp. 2-3, 2019.
- [2] P. B. Mahargiono and K. E. Cahyono, "Sebagai Dasar Pembinaan Fasilitas Kontroversi Transportasi Online," *Pros. Semin. Nas. Multi Disiplin Ilmu*, vol. 3, no. Sendi_U 3, pp. 663–668, 2017.
- [3] Kotler, Philip and Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga, 2012.
- [4] Lovelock, C, dan John Wirtz,. "Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7". Jakarta : Erlangga, 2011.
- [5] A. S. Lubis and N. R. Andayani,

- “Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam,” *J. Appl. Bus. Adm.*, vol. 1, no. 2, pp. 232–243, 2018.
- [6] Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6th ed. Mc.Graw-Hill. Boston, 2013.
- [7] Widodo, Erna, Dan Mukhtar. *Konstruksi Ke Arah Penelitian Deskriptif*. Avirouz, Yogyakarta, 2000.
- [8] Hidayat Syah. *Penelitian Deskriptif*. Jakarta: Rajawali, 2010.
- [9] Sukmadinata. *Metode Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya; Bandung, 2016.
- [10] Riduwan. *Pengantar Statistik Sosial*. Alfabeta. Bandung, 2012.
- [11] Indriantoro, Nur dan Bambang Sopomo.. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama, BPFE. Yogyakarta, 2011.
- [12] Witarto. *Memahami Pengolahan Data*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- [13] Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2014.
- [14] Arikunto, S. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- [15] Sugiyono *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [16] Miles, Matthew B dan A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif :Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia Press, 2014.
- [17] Aspiani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online di Kota Makassar*. Diploma thesis, UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR, 2018.
- [18] Yovan Sawir Saputra, Shinta Wahyu Hati., “analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan ojek online (wajjek) di kota batam,” *Journal of Applied Business Administration* Vol 1, No 1, pp. 96-121, 2017.
- [19] Erlin Setyaningsih, Ego Ismawan2 Taufik Hidayat, Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim di Balikpapan, *j-sim: Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 3, No. 1, pp.33-38, 2019.