

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, EFISIENSI DAN HARGA TRANSPORTASI  
BERBASIS ONLINE Go-Jek TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Malang Raya)**

**Wiwit Dian Kurniawati<sup>1</sup>, Slamet Muchsin<sup>2</sup>, Suyeno<sup>3</sup>**

*Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang,  
Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia  
LPPM Unisma Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia  
E-mail: [wiwiddianka@gmail.com](mailto:wiwiddianka@gmail.com)*

**ABSTRAK**

Inovasi baru transportasi berbasis online tersebut merupakan terobosan baru di era sekarang ini sehingga menjadi hal yang cukup menarik perhatian dan seringkali menjadi perbincangan. Fenomena transportasi online merupakan salah satu perkembangan yang luar biasa yang memang di setting untuk memberikan kemudahan masyarakat yang akan melakukan perjalanan dengan keunggulannya sebagai alasan utamanya yaitu kemudahan pemesanan, keefektifan dan efisiensi waktu yang sangat baik. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan, efisiensi dan harga transportasi berbasis online Go-Jek terhadap kepuasan masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode penjelasan explanatory research, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling dengan pendekatan accidental sampling. Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan Uji F dan Uji T. Hasil penelitian dengan menggunakan Uji T diketahui bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat sebesar 9,028 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  atau 5%, sedangkan Efisiensi (X2) diketahui memiliki nilai sebesar 2,250 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,027 < 0,05$  atau 5%, Harga (X3) diketahui memiliki nilai sebesar 2,752 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,007 < 0,05$  atau 5%. Hal ini menunjukkan variabel yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah variabel Kualitas Pelayanan (X1) sedangkan variabel Kualitas Pelayanan (X1), Efisiensi (X2) dan Harga (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari besarnya nilai Adjusted R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,725.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Efisiensi, Harga, dan Kepuasan

**ABSTRACT**

This new online-based transportation innovation is a new breakthrough in the current era so that it becomes quite interesting and becomes a conversation. The phenomenon of online transportation is one of the remarkable developments that are indeed in the arrangement to provide people who will travel with its emergence as an excuse that research used was quantitative with explanatory research explanatory methods, sampling techniques using nonprobability sampling techniques using accidental sampling. This study uses Multiple Linear Regression Analysis. Hypothesis testing is done by using F Test and T Test. The results of the study using the Related T Test on Service Quality (X1) which is significant to community satisfaction is 9,028 supported also with a significance level of  $0,000 < 0,05$  or 5%, while Efficiency (X2) has a value of 2,250 supported also with a significance level of  $0,027 < 0,05$  or 5%, Price (X3) Related to having a value of 2.752 is also supported by a significance level of  $0,007 < 0,05$  or 5%. This shows that the dominant variable in influencing customer satisfaction is the Service Quality variable (X1) while the Service Quality variable (X1), Efficiency (X2) and Price (X3) has a simultaneous relationship to Community Satisfaction. This can be seen from the amount of Adjusted R Square ( $R^2$ ) of 0.725.

Keywords: Service Quality, Efficiency, Price, and Satisfaction

**1. PENDAHULUAN**

Semakin berkembangnya zaman dan meningkatnya taraf hidup masyarakat pada saat ini banyak sekali perubahan yang terjadi, hal ini ditandai dengan pola pikir masyarakat, gaya hidup dan kemajuan teknologi yang juga ikut berkembang, tidak di pungkiri lagi bahwa transportasi merupakan faktor penting dalam kehidupan sehari-hari saat pergi bekerja, sekolah, hingga dalam lingkup bisnis dan berbagai perjalanan yang berhubungan dengan jarak. Transportasi sebagai *servicing sector*, yaitu memberikan pelayanan jasa transportasi kepada kegiatan sektor-sektor lain yang dilakukan secara efektif dan efisien. Pelayanan efektif dan efisien itu di nyatakan dalam berbagai manfaat atau dalam bentuk dampak positif yang dirasakan oleh daerah yang dilayani. Dampak sosial dari transportasi dirasakan pada peningkatan standar hidup. Transportasi menekan biaya dan memperbesar kuantitas keanekaragaman barang sehingga terbuka kemungkinan adanya perubahan dalam gaya hidup, kebiasaan dan bahasa.

Dampak sosial lain dari kelancaran transportasi adalah peningkatan pemahaman dan intelegensi masyarakat, akibatnya terjadilah persaingan bisnis yang ketat di dihadapi perusahaan perusahaan berkembang terutama di bidang transportasi sehingga menuntut manajemen perusahaan tersebut untuk menciptakan serta bagaimana cara mereka untuk mengimplementasikan ide dan strategi pemasaran sehingga mampu mempertahankan produk/jasa yang di miliki perusahaan tersebut dan tidak lupa kepuasan pelanggan yang tentunya di utamakan. Kemajuan teknologi itulah yang memicu lahirnya inovasi baru terutama dalam bidang transportasi

Di era modern ini tentunya sudah tak asing lagi dengan yang namanya transportasi, baik transportasi umum maupun transportasi berbasis online. Fenomena transportasi online merupakan salah satu perkembangan yang luar biasa yang memang di setting untuk memberikan kemudahan masyarakat yang akan melakukan perjalanan dengan keunggulannya sebagai alasan utamanya yaitu kemudahan pemesanan, keefektifan dan efisiensi waktu yang sangat baik. Melambungnya nama transportasi online di kalangan masyarakat khususnya malang raya ada berbagai macam berbagai macam transportasi online seperti Gojek, Grab, Uber dll.

Dalam penelitian ini saya memilih Gojek untuk saya teliti lebih lanjut baik dari segi kualitas pelayanan, efisiensi maupun dari segi harga yang mempengaruhi kepuasan masyarakat dalam menggunakannya. Dari segi kualitas pelayanan Gojek menawarkan fitur jasa layanan yang bisa dimanfaatkan oleh para pelanggannya yaitu *Go-Send* (Pengantaran Barang), *Go-Ride* (Jasa Angkutan Orang), *Go-Food* (Pesan Makanan), *Go-Mart* (Belanja), *Go-Glam*, *Go-Massage*, *Go-Box*, *Go-Clean*, *Go-Busway*, dan *Go-Tix*. Dari segi efisiensi jelas transportasi online Go-jek lebih bisa di andalkan, bisa di buktikan dengan perbandingan ojek maupun

transportasi konvensional yang cukup menyita waktu dengan rute tempuh yang kaku yang tidak bisa di tawar lagi oleh pengguna jasa. Dan dari segi tarif pun tidak jarang pengguna jasa yang di rugikan karena tarif yang di naikkan, terkadang untuk orang awam yang tidak mengenal tarif akan di kenakan penarikan tarif yang tinggi dan harus melakukan tawar-menawar terlebih dahulu dengan *driver* untuk menentukan tarif yang cocok untuk *driver* dan penguuna jasa. Akan tetapi dari semua perkembangan era digital ini tentunya ada dampak yang terjadi pada transportasi konvensional mulai dari ojek konvensional, angkutan umum hingga taxi yang sempat terjadi perselisihan antara kedua belah pihak sehingga menuai banyak pertimbangan dari masyarakat hingga pemerintah. Menanggapi permasalahan tersebut di kembalikan lagi kepada masyarakat yang berhak menentukan pilihan sesuai dengan kenyamanan dan keinginannya.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

### 2.1 Populasi dan Teknik Sampling

Menurut (Efendy, S.Si, M.Sc, Ph.D dan Pramoedyo, MS 2017:5-6) Populasi didefinisikan sebagai kumpulan semua obyek yang menjadi pusat perhatian , untuk diukur atau diteliti. Penentuan besarnya sampel pada penelitian ini menggunakan teori (Ferdinand,2006:58) yaitu 98 pelanggan yang dibulatkan menjadi 100 pelanggan.

Teknik sampling dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel probabilitas elemen populasi yang tidak diketahui. Teknik ini tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sumarni dan Wahyuni,2005:76). Hal ini dilakukan karena mengingat keterbatasan waktu yang ada. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara ditemui atau siapa pun yang dipandang oleh peneliti cocok sebagai sumber data (Sumarni dan Wahyuni,2005:78).

### 2.2 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) dan studi pustaka. Kuesioner (angket) merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi (Sunnyoto,2013:132).

Berikut adalah penjelasan dan kisi-kisi dari masing-masing teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

(Tabel 3.3.1) Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Indikator | Item |
|----------|-----------|------|
|----------|-----------|------|

|                                                |                                                      |                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) (Mindarti, 2016:14-15) | X1.1 Bukti Langsung (Tangible)                       | X1.1.1 Kebersihan fasilitas jasa<br>X1.1.2 Kerapian karyawan<br>X1.1.3 Kemudahan dalam pembayaran<br>X1.1.4 Kenyamanan dalam perjalanan                                                        |
|                                                | X1.2 Kehandalan (reliability)                        | X1.2.1 Paham rute perjalanan<br>X1.2.2 Memperhatikan kebutuhan pelanggan                                                                                                                       |
|                                                | X1.3 Daya tanggap (responsiveness)                   | X1.3.1 Cepat dan tanggap dalam menerima pesanan jasa dari pelanggan<br>X1.3.2 Bersedia membalas percakapan yang di ajukan pelanggan melalui aplikasi Go-jek                                    |
|                                                | X1.4 Jaminan/ Keyakinan (Assurance)                  | X1.4.1 Aman saat melakukan transaksi proses jasa Pengantaran.<br>X1.4.2 Terdapat asuransi kecelakaan untuk pelanggan<br>X1.4.3 Kemampuan karyawan menjelaskan arah dan produk lain dari Go-Jek |
|                                                | X1.5 Empati (Emphaty)                                | X1.5.1 Memahami kebutuhan pelanggan<br>X1.5.2 Membangun komunikasi saat pelayanan                                                                                                              |
| Harga/tarif (X2) Kotler dan Amstrong (2008)    | X3.1 Keterjangkauan produk                           | X4.1.1 Harga dapat dijangkau pelanggan<br>X4.1.2 Harga variasi produk jasa lain (Go food, Go send dll) juga terjangkau                                                                         |
|                                                | X3.2 Keseuaian harga dengan manfaat yang di dapatkan | X4.2.1 Harga sesuai kualitas layanan yang diberikan<br>X4.2.2 Harga sesuai fasilitas penunjang yang diberikan                                                                                  |

|                                 |                                     |                                                                                                                         |
|---------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Efisiensi (X3) (Syamsi, 2004:4) | X2.1 Hasil                          | X2.1.1 Kecepatan dalam penjemputan pelanggan<br>X2.1.2 Kecepatan dalam pengantaran pelanggan                            |
|                                 | X2.2 Pengorbanan                    | X2.2.1 Membawakan barang pelanggan sebagai pelayanan ekstra<br>X2.2.2 Mempunyai inisiatif rute cepat saat terjadi macet |
| Kepuasan (Y)                    | Y.1.1 Keseuaian harapan             | Y.2.1 Pelayanan yang telah diberikan sesuai dengan harapan pelanggan                                                    |
|                                 | Y.1.2 Ketersediaan merekomendasikan | Y.2.2 Pelanggan bersedia merekomendasikan pelayanan Go-Jek kepada oranglain                                             |
|                                 | Y.1.3 Minat pemesanan jasa kembali  | Y.2.3 Selalu berminat untuk memakai pelayanan dari Go-Jek                                                               |

Sumber: Diolah peneliti, 2019

Adapun pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan skala likert. Skala likert yaitu skala pengukuran dengan kategori respon antara “Sangat Setuju” hingga “Sangat Tidak Setuju”. yaitu sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS) = Diberi bobot / skor = 4

Setuju (S) = Diberi bobot / skor = 3

Tidak Setuju (TS) = Diberi bobot / skor = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = Diberi bobot / skor = 1

### 2.3 Uji Instrumen

Uji Instrumen dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu Uji Validitas dan Uji Reabilitas. Arikunto (2006) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahan suatu instrumen.

Uji validitas yang digunakan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : koefisien korelasi antara skor item dan skor total

X : skor jawaban setiap item

Y : skor total

n : jumlah responden (sampel)

Kriteria pengujian validitas yaitu jika pada tingkat signifikan 0,05 atau 5%, nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan dinyatakan valid, sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pernyataan dinyatakan tidak valid (gugur).

Reliabilitas menunjukkan pada sejauh mana instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.

Uji reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum \alpha_i^2}{\alpha^2} \right]$$

Keterangan :

r : koefisien reliabilitas *Alpha*

k : jumlah butir pertanyaan

$\alpha_i^2$  : varian butir pertanyaan

$\alpha^2$  : varian skor total

Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program komputer SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Kriteria penelitian uji reliabilitas yaitu jika koefisien *Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,6$  maka kuesioner tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya jika koefisien *Alpha* ( $\alpha$ )  $< 0,6$  maka kuesioner tersebut dikatakan tidak reliabel.

## 2.4 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

### 1.4.1 Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi linier untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua (Syuhardi dan Purwanto, 2004:508)

Dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja pemasaran

a = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi kualitas layanan

$\beta_2$  = Koefisien regresi efisiensi

$\beta_3$  = Koefisien regresi harga

$X_1$  = Kualitas layanan

$X_2$  = Efisiensi

$X_3$  = Harga

e = *Standard Error*

### 1.4.2 Uji Asumsi klasik

#### a) Uji Multikolinieritas

(Ghozali, 2006:91) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas.

#### b) Uji Heteroskedastisitas

(Ghozali, 2006:105) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain

#### c) Uji Normalitas

(Ghozali, 2006:110) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

### 1.4.3 Pengujian Hipotesis

#### a) Uji t (Uji Parsial)

(Ghozali, 2006:58) Untuk menguji hipotesis yang digunakan dalam penelitian dipakai alat uji statistik t yang pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

#### b) Uji F (Uji Simultan)

(Ghozali, 2006:58) Uji F pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara semua variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen, apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

### 1.4.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya (dependen). Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2005:83).

## 3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Karakteristik Responden

Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan usia:

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia

| Usia        | Jumlah Responden | Persentase |
|-------------|------------------|------------|
| < 20 tahun  | 12               | 12%        |
| 20-30 tahun | 46               | 46%        |
| 31-40 tahun | 23               | 23%        |
| >40 tahun   | 19               | 19%        |
| Jumlah      | 100              | 100%       |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.1 mengenai karakteristik responden berdasarkan usia dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berusia 20-30 tahun yaitu sebanyak 46 responden atau 46%.

Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------|------------------|------------|
| Laki-Laki     | 59               | 59%        |
| Perempuan     | 41               | 41%        |
| Jumlah        | 100              | 100%       |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasar Tabel 4.1, dari 100 responden dapat diketahui bahwa sebagian besar jenis kelamin responden adalah laki-laki yaitu sebanyak 59 responden atau 59% sedangkan responden perempuan yaitu sebanyak 41 responden atau 41%.

Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis Pendidikan

| Tingkat Pendidikan | Jumlah Responden | Persentase |
|--------------------|------------------|------------|
| SD                 | 0                | 0          |
| SMP                | 2                | 2%         |
| SMA                | 77               | 77%        |
| Perguruan Tinggi   | 21               | 21%        |
| Jumlah             | 100              | 100%       |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dari Tabel 4.3 dapat diuraikan bahwa jumlah responden tamatan SMP sebanyak 2 atau 2%, sebanyak 77 atau 77% adalah tamatan SMA, lulusan perguruan tinggi yaitu sebanyak 21 atau 21% adalah tamatan perguruan tinggi.

Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan jenis Pekerjaan

| Jenis Pekerjaan   | Jumlah Responden | Prosentase |
|-------------------|------------------|------------|
| PNS/Pensiunan PNS | 16               | 16%        |
| POLRI             | 5                | 5%         |
| Swasta/Wiraswasta | 47               | 47%        |
| Ibu Rumah Tangga  | 21               | 21%        |
| Petani            | 6                | 6%         |
| Lain-Lain         | 5                | 5%         |
| Jumlah            | 100              | 100%       |

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.4, dari 100 responden dapat diuraikan bahwa sebanyak 16 responden atau 16% menjadi PNS/ Pensiunan PNS, sebanyak 5 atau 5% menjadi POLRI. Jumlah responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta/wiraswasta yaitu sebanyak 47 atau 47%, 21 atau 21% sebagai ibu rumah tangga dan sebanyak 6 responden atau 6% sebagai petani dan lain-lain sebanyak 5 responden atau 5%.

### 3.2 Uji Instrumen

#### a) Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat valid tidaknya masing-masing instrumen dalam variabel kualitas pelayanan, efisiensi, harga dan kepuasan masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek di Malang Raya. Nilai dari pengujian ini adalah 0,195 dengan  $DF = n-1$  taraf signifikan 0,05 (5%). Instrumen dikatakan valid jika angka koefisien korelasi yang diperoleh lebih besar dari nilai kritik  $r$ . Adapun hasil uji validitas pada pengujian ini untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5  
Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

| Variabel                     | Item       | Koefisien Korelasi | r Tabel | Keterangan |
|------------------------------|------------|--------------------|---------|------------|
| Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) | $X_{1.1}$  | 0,342              | 0,195   | Valid      |
|                              | $X_{1.2}$  | 0,369              | 0,195   | Valid      |
|                              | $X_{1.3}$  | 0,383              | 0,195   | Valid      |
|                              | $X_{1.4}$  | 0,328              | 0,195   | Valid      |
|                              | $X_{1.5}$  | 0,326              | 0,195   | Valid      |
|                              | $X_{1.6}$  | 0,314              | 0,195   | Valid      |
|                              | $X_{1.7}$  | 0,465              | 0,195   | Valid      |
|                              | $X_{1.8}$  | 0,280              | 0,195   | Valid      |
|                              | $X_{1.9}$  | 0,480              | 0,195   | Valid      |
|                              | $X_{1.10}$ | 0,388              | 0,195   | Valid      |
|                              | $X_{1.11}$ | 0,228              | 0,195   | Valid      |
|                              | $X_{1.12}$ | 0,432              | 0,195   | Valid      |
|                              | $X_{1.13}$ | 0,387              | 0,195   | Valid      |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dari Tabel 4.5, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen variabel kualitas pelayanan adalah valid, karena terbukti bahwa nilai koefisien lebih besar dari nilai kritik atau Tabel pada tingkat signifikan 5%.

Tabel 4.6  
Uji Validitas variabel efisiensi ( $X_2$ )

| Variabel            | Item      | Koefisien Korelasi | r Tabel | Keterangan |
|---------------------|-----------|--------------------|---------|------------|
| Efisiensi ( $X_2$ ) | $X_{2.1}$ | 0,416              | 0,195   | Valid      |
|                     | $X_{2.2}$ | 0,422              | 0,195   | Valid      |
|                     | $X_{2.3}$ | 0,467              | 0,195   | Valid      |
|                     | $X_{2.4}$ | 0,457              | 0,195   | Valid      |
|                     | $X_{2.5}$ | 0,344              | 0,195   | Valid      |
|                     | $X_{2.6}$ | 0,471              | 0,195   | Valid      |

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2019

Dari Tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen variabel efisiensi adalah valid, karena terbukti bahwa nilai koefisien lebih besar dari nilai kritik atau Tabel pada tingkat signifikan 5%.

Tabel 4.7  
Uji Validitas Variabel Harga (X<sub>3</sub>)

| Variabel                | Item             | Koefisien Korelasi | r Tabel | Keterangan |
|-------------------------|------------------|--------------------|---------|------------|
| Harga (X <sub>3</sub> ) | X <sub>3.1</sub> | 0,459              | 0,195   | Valid      |
|                         | X <sub>3.2</sub> | 0,552              | 0,195   | Valid      |
|                         | X <sub>3.3</sub> | 0,638              | 0,195   | Valid      |
|                         | X <sub>3.4</sub> | 0,585              | 0,195   | Valid      |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dari Tabel 4.7, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen variabel harga adalah valid, karena terbukti bahwa nilai koefisien lebih besar dari nilai kritik atau Tabel pada tingkat signifikan 5%.

Tabel 4.8  
Uji Validitas Variabel Kepuasan (Y)

| Variabel     | Item             | Koefisien Korelasi | r Tabel | Keterangan |
|--------------|------------------|--------------------|---------|------------|
| Kepuasan (Y) | Y <sub>1.1</sub> | 0,677              | 0,195   | Valid      |
|              | Y <sub>1.2</sub> | 0,646              | 0,195   | Valid      |
|              | Y <sub>1.3</sub> | 0,646              | 0,195   | Valid      |
|              |                  |                    |         |            |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dari Tabel 4.8, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen variabel kepuasan adalah valid, karena terbukti bahwa nilai koefisien lebih besar dari nilai kritik atau Tabel pada tingkat signifikan 5%.

### 3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dihandalkan. Untuk melihat reabilitas atau tidak, dilakukan dengan melihat koefisien reliabilitas (*coefficient of reliability*). Nilai koefisien tersebut berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati 1 menunjukkan makin reliabel. Ukuran yang dipakai untuk semakin reliabel bilamana *Cronbach's Alpha* diatas 0,6. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.9 di bawah :

Tabel 4.9  
Hasil Uji Reliabilitas

| Item               | Koefisien Reliabilitas | Hasil Uji |
|--------------------|------------------------|-----------|
| Kualitas pelayanan | 0,745                  | Reliabel  |
| Efisiensi          | 0,811                  | Reliabel  |
| Harga              | 0,827                  | Reliabel  |
| Kepuasan           | 0,733                  | Reliabel  |

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2019

Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, hal tersebut dikarenakan koefisien *Cronbach's Alpha* diatas 0,6. Berdasarkan hasil analisis dapat dikatakan bahwa

semua instrumen dalam penelitian ini meskipun dilakukan pengujian secara berulang-ulang dapat menghasilkan hasil yang sama sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, efisiensi dan harga transportasi berbasis online Go-Jek terhadap kepuasan masyarakat (Studi kasus pada masyarakat Malangraya)

### 3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Multikolinearitas

Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas

Tabel 4.14

Hasil Pengujian Multikolinearitas

| Model |                  | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |                         |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|
|       |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |
|       |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |                         |
| 1     | (Constant)       | .693                        | .863       |                           | .803  | .424 |                         |
|       | Kualitas layanan | .123                        | .014       | .642                      | 9.028 | .000 | .955                    |
|       | Efisiensi        | .095                        | .042       | .161                      | 2.250 | .027 | .954                    |
|       | Harga            | .164                        | .060       | .171                      | 2.752 | .007 | .972                    |

a. Dependent Variable: Kepuasan

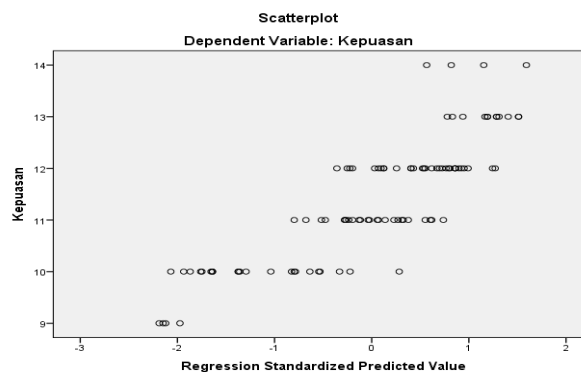
Sumber : Output SPSS, 2019

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas dapat diketahui bahwa nilai VIF masing-masing variabel bebas di sekitar angka satu dan nilai *tolerance* mendekati angka 1. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan bebas multikolinearitas.

#### b) Heteroskedastisitas

Berikut ini adalah hasil uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.1  
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS, 2019

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa titik-titik yang terbentuk pada grafik *scatterplot* tidak membentuk pola yang jelas serta tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi yang digunakan bebas heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Normalitas

Berikut ini adalah hasil uji normalitas

Tabel 4.15  
Hasil Uji Normalitas Data  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation | .61719796               |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .045                    |
|                                  | Positive       | .045                    |
|                                  | Negative       | -.045                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z             |                | .449                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .988                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Output SPSS, 2019

Berdasarkan hasil uji normalitas data dapat diperoleh nilai sig. lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,988 berdasarkan hasil tersebut maka data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### 3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Linier Berganda yaitu :

Tabel 4.16

Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan, Efisiensi dan Harga Transportasi Berbasis Online Go-Jek Terhadap Kepuasan Masyarakat

Coefficients<sup>a</sup>

| Model            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)     | .693                        | .863       |                           | .803  | .424 |                         |       |
| Kualitas layanan | .123                        | .014       | .642                      | 9.028 | .000 | .955                    | 1.082 |
| Efisiensi        | .095                        | .042       | .161                      | 2.250 | .027 | .954                    | 1.084 |
| Harga            | .164                        | .060       | .171                      | 2.752 | .007 | .972                    |       |

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Output SPSS, 2019

Perhitungan regresi linier berganda untuk memprediksi besarnya variabel terikat terhadap variabel bebas. Persamaan regresi yang digunakan yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + e$$

Berdasarkan hasil analisis regresi, maka dapat dirumuskan suatu persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,642 X_1 + 0,161 X_2 + 0,171 X_3 + e$$

Dari Tabel 4.21, maka secara parsial masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap kepuasan (Y). Dengan koefisien sebagai berikut:

b1 = 0,642 merupakan slope atau koefisien arah variabel kualitas pelayanan (X1) yang

| Hipotesis Alternatif (H <sub>a</sub> )                                                                                     | F <sub>Tabel</sub>                                                           | Keterangan                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Terdapat pengaruh yang signifikan secara serentak dari variabel kualitas pelayanan, efisiensi dan harga terhadap kepuasan. | F <sub>hitung</sub> = 87,095<br>F <sub>Tabel</sub> = 2,479<br>Sig. F = 0,000 | H <sub>a</sub> diterima/<br>H <sub>0</sub> ditolak |

mempengaruhi kepuasan (Y), artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan, jika variabel lainnya dianggap konstan.

b2 = 0,161 merupakan slope atau koefisien arah variabel efisiensi (X2) yang mempengaruhi kepuasan (Y), artinya variabel efisiensi berpengaruh positif terhadap kepuasan, jika variabel lainnya dianggap konstan.

b3 = 0,171 merupakan slope atau koefisien arah variabel harga (X3) yang mempengaruhi kepuasan (Y), artinya variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan, jika variabel lainnya dianggap konstan.

e = merupakan nilai residu atau kemungkinan kesalahan dari model persamaan regresi, yang disebabkan karena adanya kemungkinan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi variabel kepuasan tetapi tidak dimasukkan ke dalam model persamaan.

#### 3.5 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berikut ini adalah koefisien determinasi:

Tabel 4.16  
Hasil koefisien determinasi  
Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .856 <sup>a</sup> | .733     | .725              | .627                       | 1.163         |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas layanan, Efisiensi

b. Dependent Variable: Kepuasan

Nilai Adj. R. Square (R<sup>2</sup>) diperoleh hasil sebesar 0,725. Dengan demikian berarti bahwa model regresi yang digunakan mampu menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, efisiensi dan harga transportasi berbasis online Go-Jek terhadap kepuasan masyarakat (Studi Kasus Pada Masyarakat Malangraya) sebesar 72,5%, sedangkan sisanya sebesar 27,5% dijelaskan

oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

### 3.6 Uji Hipotesis

#### a) Uji F (Uji Simultan)

Dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{Tabel}$  pada taraf nyata 5% ( $\alpha = 0,05$ ) atau perbandingan nilai signifikan  $F$ . Apabila  $F_{hitung} > F_{Tabel}$  atau nilai  $Sig.F < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $F_{hitung} < F_{Tabel}$  atau nilai  $Sig.F > 0,05$  berarti  $H_0$  diterima.

Tabel 4.17  
Hasil Uji F

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dari hasil analisis regresi berganda dengan menggunakan  $Df_1 = 3$  dan  $Df_2 = 96$  pada alpha sebesar 5% diperoleh  $F_{Tabel}$  sebesar 2,479 sedangkan  $F_{hitung}$ nya diperoleh sebesar 87,095 sehingga dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{Tabel}$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dengan demikian dapat dikatakan bahwa model hipotesis dari variabel kualitas pelayanan, efisiensi dan harga pengaruhnya terhadap kepuasan (Y) memberikan model yang fit.

#### b) Uji t (Uji Parsial)

##### 1. Pengujian hipotesis pertama

Hasil pengujian hipotesis pertama dapat disajikan pada tabel 4.18.

**Tabel 4.18**

**Hasil Pengujian Hipotesis I**

| Variabel                                                                    | Nilai                                                 | Status     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------|
| Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan | t hitung = 9,028<br>Sig. t = 0,000<br>t Tabel = 1,980 | Signifikan |

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan (Y), dari hasil perhitungan parsial menunjukkan bahwa pada taraf nyata 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai Tabel sebesar 1,980. Dengan pengujian statistik diperoleh nilai t hitung sebesar 9,028, karena nilai  $t_{hitung} > t_{Tabel}$  (9,028 > 1,980) maka disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

##### 2. Pengujian Hipotesis Kedua

Hasil pengujian hipotesis kedua dapat disajikan pada tabel 4.18.

Tabel 4.18  
Hasil Pengujian Hipotesis II

| Variabel                                                           | Nilai                                                 | Status     |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------|
| Variabel efisiensi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan | t hitung = 2,250<br>Sig. t = 0,027<br>t Tabel = 1,980 | Signifikan |

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Pengaruh variabel efisiensi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan (Y), dari hasil perhitungan parsial menunjukkan bahwa pada taraf nyata 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai Tabel sebesar 1,980. Dengan pengujian statistik diperoleh nilai t hitung sebesar 2,250, karena nilai  $t_{hitung} > t_{Tabel}$  (2,250 > 1,980) maka disimpulkan bahwa secara parsial variabel efisiensi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

##### 3. Pengujian Hipotesis Ketiga

Hasil pengujian hipotesis ketiga dapat disajikan pada tabel 4.19.

Tabel 4.19

**Hasil Pengujian Hipotesis III**

| Variabel                                                       | Nilai                                                 | Status     |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------|
| Variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan | t hitung = 2,752<br>Sig. t = 0,007<br>t Tabel = 1,980 | Signifikan |

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Pengaruh variabel harga ( $X_3$ ) terhadap kepuasan (Y), dari hasil perhitungan parsial menunjukkan bahwa pada taraf nyata 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai Tabel sebesar 1,980. Dengan pengujian statistik diperoleh nilai t hitung sebesar 2,752, karena nilai  $t_{hitung} > t_{Tabel}$  (2,752 > 1,980) maka disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

### 3.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek di Malang Raya

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Adanya

pengaruh yang signifikan menunjukkan bahwa dengan semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek di Malang Raya akan mengalami peningkatan. Peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek tersebut terkait dengan upaya pihak perusahaan dalam memberikan dukungan kepuasan dengan selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek. Peningkatan kualitas pelayanan tersebut terkait secara langsung dengan peningkatan mutu pelayanan dalam hal ini mengenai pelaksanaan dimensi-dimensi kualitas pelayanan yaitu meliputi dimensi *tangibles* (bukti fisik), *realbility* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (kepedulian).

Kepuasan masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek juga akan dapat memberikan penilaian bagaimana pelayanan yang diberikan, keramahan para pegawainya dan kecepatan dalam memberikan pelayanan. Kualitas layanan yang memuaskan akan memberikan kesan yang baik terhadap keberadaan jasa transportasi *online* Go-Jek dan sebaliknya jika kualitas layanan mengecewakan maka kesan yang diterima masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek akan buruk. Kualitas layanan juga akan berdampak langsung terhadap kepuasan masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek (Koestanto, 2014)

### 3.8 Pengaruh Harga/Tarif Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Jasa Transportasi *online* Go-Jek di Malang Raya

Dari hasil perhitungan parsial menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga atau tarif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan adanya perubahan harga maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek di Malang Raya. Harga pada dasarnya merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk. Harga dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam menilai suatu barang yang di tawarkan. Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk apabila memungkinkan) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya, harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan (Tjiptono, 2013:35).

Selain itu harga keseimbangan adalah harga di mana baik konsumen maupun produsen sama-sama tidak ingin menambah atau mengurangi jumlah yang dikonsumsi dan dijual. Permintaan sama dengan penawaran. Jadi dengan

adanya harga yang terjangkau maka upaya konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh konsumen dapat secara maksimal dilakukan oleh konsumen dalam hal ini kepuasan masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek di Malang Raya.

### 3.9 Pengaruh Efisiensi Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Jasa Transportasi *Online* Go-Jek di Malang Raya

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa efisiensi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan adanya perubahan tingkat efisiensi maka akan mempengaruhi kepuasan masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek di Malang Raya. Kondisi ini terjadi karena dengan semakin berkembangnya era globalisasi, para pengusaha selalu berusaha dalam memajukan aktivitas usaha yang dijalankan. Berbagai perusahaan lahir dan berdiri kokoh untuk memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat. Persaingan usaha semakin ketat, karenanya perusahaan dituntut untuk melaksanakan segala aktivitas operasional mereka dengan efektif dan efisien agar mampu mempertahankan eksistensinya. Hal ini tentu saja karena perusahaan dihadapkan pada keterbatasan-keterbatasan dalam mengelola kegiatan usaha sehingga memerlukan perencanaan yang tepat dalam operasionalnya.

Hal ini tentu saja karena perusahaan dihadapkan pada keterbatasan-keterbatasan dalam mengelola kegiatan usaha sehingga memerlukan perencanaan yang tepat dalam operasionalnya. Bayangkara (2011) ada tiga unsur penting untuk mengembangkan perusahaan yaitu ekonomisasi, efisiensi, dan efektivitas.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 4 Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek di Malang Raya. Hasil analisis dapat diartikan bahwa dengan semakin baiknya kualitas pelayanan maka kepuasan masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek di Malang Raya akan mengalami peningkatan.
- 5 Harga/Tarif berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek di Malang Raya. Berdasarkan hasil analisis dapat dikatakan bahwa adanya perubahan harga/tarif akan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat

pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek di Malang Raya.

- 6 Efisiensi berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek di Malang Raya, hasil analisis menunjukkan bahwa dengan semakin meningkatnya efisiensi maka akan meningkatkan kepuasan masyarakat pengguna jasa transportasi *online* Go-Jek di Malang Raya.
- 7 Kualitas pelayanan, harga/tarif dan efisiensi berpengaruh simultan terhadap kepuasan pengguna jasa Go-Jek di Malang Raya. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa dengan adanya perubahan kualitas pelayanan, harga/tarif dan efisiensi maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Go-Jek di Malang Raya.

#### 4.2 KETERBATASAN

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yaitu terkait dengan obyek penelitian yang digunakan yaitu pada kepuasan pengguna jasa Go-Jek sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan.

#### 4.3 SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisis data yang dilakukan maka diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Go-Jek
  - a. Diharapkan pihak pengelola Go-Jek selalu berupaya untuk memberikan jaminan atas kepuasan kepada konsumen sehingga fasilitas atau jasa yang diberikan benar-benar mendukung kepuasan yang dirasakan konsumen. Upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan menjaga penampilan *driver* Go-Jek sehingga memberikan dukungan atas pelayanan yang diberikan.
  - b. Dalam proses pelayanan diharapkan pihak Go-Jek selalu melakukan komunikasi antar *driver* Go-Jek dengan pelanggan sehingga segala bentuk keluhan yang disampaikan oleh konsumen dapat diselesaikan sesuai dengan ketentuan atau prosedur yang ditetapkan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel lain yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen agar hasil penelitian berikutnya dapat lebih berkembang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Prof. Drs. H. Rustian Kamaluddin. (2003) Ekonomi Transportasi (*Karakteristik, Teori, dan Kebijakan*). Jakarta, Penerbit Ghalia Indonesia.
- Rahayu Sulistyorini, S.T., M.T. (2014) Perencanaan dan Pemodelan Transportasi. bandar lampung, GRAHA ILMU.
- Drs. M.N. Nasution, M.S.T.R., APU. (2015) Manajemen Transportasi. Jakarta, Penerbit Ghalia Indonesia.
- Prof. Dr. H. Rahardjo Adisasmita, M.Ec. (2014) Analisis Kebutuhan Transportasi. Makassar, GRAHA ILMU.
- Arikunto. (2006) Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Lima. Jakarta, Penerbit Rineka Cipta.
- Andika Wijaya, S.H. (2016) Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan *Online*. Jakarta Timur, Sinar Grafika.
- Lely Indah Mindarti. (2016) Manajemen Pelayanan Publik (*Menuju Tata Kelola Yang Baik*). Malang, UB Press.
- Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela, M.M., M.Pd., Rochadi, Ghazali, Muksin, Setiabudi, Bima, Syaifudin. (2011) Reformasi Pelayanan Publik (*Terori, Kebijakan, dan Implementasi*), Cetakan keenam. Jakarta, PT Bumi Aksara.
- Drs. Peni Suparto, M.AP. (2008) Paradigma & Implementasi Pelayanan Publik (*Sumbangan Pemikiran Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Menuju Good Governance*). Yogyakarta, PENERBIT KANISIUS.
- Tjiptono, Fandy. (2004) Manajemen Jasa. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2007) Strategi Pemasaran, Edisi kedua. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2008) Startegi Pemasaran, Edisi ketiga. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Parasuraman, A, Valerie, diterjemahkan oleh Sutanto. (2006) *Delivering Quality Service*. New York: The free Press.
- Sugiarto, Endar. (2002) Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa. Jakarta, Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

- Drs. Ibnu Syamsi, S.U. (2007) Efisiensi, Sistem dan Prosedur Kerja, Cetakan kedua. Jakarta, PT Bumi Aksara.
- Gie, The Liang. (1976) Garis Besar Estetik (*Filsafat Keindahan*). Yogyakarta, UGM
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2007) Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Sembilan, Jilid Satu. Jakarta, Penerbit Indeks.
- Rambat Lupiyoadi, Hamdani. (2006) Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi dua. Jakarta, Penerbit Salemba empat.
- Nirwana, SE. (2006) Service Marketing Strategy. Malang, PENERBIT DIOMA.
- Fandy Tjiptono, Chandra. (2007) *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Philip, Kotler (2005) Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II, edisi kesebelas. Jakarta, PT Indeks, Gramedia.
- Dr. Iskandar, M.Pd. (2008). Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif). Jakarta: GP Press.
- Madyana A.M. (1996) Dasar penentuan sampel Dalam Metodologi Penelitian. Yogyakarta, Penerbit universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Murti Sumarni, Wahyuni (2006) Metodologi penelitian Bisnis. Yogyakarta, Penerbit Andi
- Ferdinand, Agusty. (2006) Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan disertai Ilmu Manajemen. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sunyoto, Danang. (2013) Teori, Kuisiener & Analisis Data (*Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*). Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. (2005) Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang, badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2006) Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Cetakan keempat. Semarang, badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Suharyadi, Purwanto SK. (2004) Statistik : Untuk ekonomi dan keuangan Modern. Jakarta, Salemba empat.
- Bayangkara, IBK. (2011) *Audit Manajemen Prosedur dan Implementasi*. Jakarta, Salemba Empat.
- Farida Jasfar. (2011) *Manajemen Jasa*. Bogor, Ghalia Indonesia.
- Koestanto, T. H. (2014) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, 3(10).
- Kotler dan Amstrong. (2008) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta, Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Jakarta, Salemba Empat.
- Rifaldi, Kadunci dan Sulistyowati. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta*. Jakarta: *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, Vol. 13 No. 2 Oktober 2016
- Tjiptono, Fandy. (2012) *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta, ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2013) *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta, Andi Offset.
- Tri Ulfa Wardani, 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek* (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)
- [www.eastjava.com](http://www.eastjava.com)
- [www.go-jek.com](http://www.go-jek.com)