



**ANALISIS KUALITAS JASA ELEKTRONIK ATAS LAYANAN
GORIDE PADA GOJEK INDONESIA CABANG JEMBER
DENGAN MENGGUNAKAN METODE *QUALITY
FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)**

*ANALYSIS OF ELECTRONIC SERVICE QUALITY ON GORIDE
SERVICE IN GOJEK INDONESIA JEMBER BRANCH USING
THE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) METHOD*

SKRIPSI

Oleh

**Luthfi Gilang Yoga Pranata
NIM 160810201016**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2020**



**ANALISIS KUALITAS JASA ELEKTRONIK ATAS LAYANAN
GORIDE PADA GOJEK INDONESIA CABANG JEMBER
DENGAN MENGGUNAKAN METODE *QUALITY
FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)**

*ANALYSIS OF ELECTRONIC SERVICE QUALITY ON GORIDE
SERVICE IN GOJEK INDONESIA JEMBER BRANCH USING
THE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) METHOD*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh

**Luthfi Gilang Yoga Pranata
NIM 160810201016**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2020**

KEMENTRIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

SURAT PERNYATAAN

Nama : Luthfi Gilang Yoga Pranata
NIM : 160810201016
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Operasional
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Jasa Elektronik Atas Layanan GoRide Pada
Gojek Indonesia Cabang Jember Dengan Menggunakan
Metode *Quality Function Deployment* (QFD)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang telah saya buat adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika saya ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 23 Maret 2020

Yang menyatakan,

Luthfi Gilang Yoga Pranata

NIM 160810201016

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Kualitas Jasa Elektronik Atas Layanan GoRide Pada
Gojek Indonesia Cabang Jember Dengan Menggunakan
Metode *Quality Function Deployment* (QFD)

Nama Mahasiswa : Luthfi Gilang Yoga Pranata

NIM : 160810201016

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Operasional

Disetujui Tanggal : 9 Maret 2020

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Eka Bambang Gusminto, M.M.

NIP. 19670219 199203 1 001

Ariwan Joko Nusbantoro, S.E., M.M.

NIP. 19691007 199902 1 001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S-1 Manajemen

Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M.

NIP. 19780525 200312 2 002

JUDUL SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS JASA ELEKTRONIK ATAS LAYANAN
GORIDE PADA GOJEK INDONESIA CABANG JEMBER
DENGAN MENGGUNAKAN METODE *QUALITY
FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Luthfi Gilang Yoga Pranata

NIM : 160810201016

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

17 April 2020

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Handriyono, M.Si.
NIP. 19620802 199002 1 001 : (.....)

Sekretaris : Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.S.
NIP. 19610209 198603 1 001 : (.....)

Anggota : Cempaka Paramita, S.E., M.Sc.
NIP. 19860109 201504 2 002 : (.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Jember

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., C.A.

NIP. 19710727 199512 1 001

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, saya ucapkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini saya persembahkan sebagai bentuk tanggung jawab, bakti serta ungkapan terima kasih yang sangat besar kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang tidak henti-hentinya mendukung saya, baik dari segi moril maupun materiil dan juga mendoakan serta memberi kasih sayang kepada saya sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
2. Adik tersayang, Hafidz Ihza Restu Putra yang telah memberikan doa serta dukungan hingga membuat saya menjadi semangat dan sanggup dalam menyelesaikan skripsi ini;
3. Ayu Anggun Asmaraga dengan cinta, kasih sayang dan dedikasinya dalam mendoakan, mendukung serta membantu saya dalam penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
4. Para guru dan dosen sejak bersekolah di Taman Kanak-kanak hingga Perguruan Tinggi terhormat, yang telah memberikan ilmu dan arahan dengan penuh kesabaran;
5. Almamater yang saya banggakan UNIVERSITAS JEMBER.

MOTTO

*If you work just for money, you'll never make it, but if you love what you're doing
and you always put the customer first, success will be yours*¹

(Ray Croc)

*Never allow someone to be your priority while allowing yourself
to be their option*²

(Mark Twain)

*If you want to make good use of your time, you've got to know what's most
important and then give it all you've got*³

(Lee Iacocca)

¹ Ray Croc, *Grinding It Out: The Making Of McDonald's* (New York: St. Martin's Press, 1992)

² Mark Twain, *The Adventures Of Huckleberry Finn* (United Kingdom: Charles L. Webster and Company, 1884)

³ Lee Iacocca dan William Novak, *Iacocca: An Autobiography* (New York: Bantam Dell Pub Group, 1984)

RINGKASAN

Analisis Kualitas Jasa Elektronik Atas Layanan GoRide Pada Gojek Indonesia Cabang Jember Dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD); Luthfi Gilang Yoga Pranata; 160810201016; 2020; 196 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Industri transportasi adalah industri yang perkembangannya sangat pesat, bahkan saat ini transportasi telah mengalami perubahan yang semakin modern mengikuti perkembangan dan perubahan sistem kegiatan sosial ekonomi masyarakat. Perkembangan yang terjadi menyebabkan terjadinya persaingan antara penyedia jasa transportasi konvensional dan *online*, sehingga setiap penyedia jasa perlu menjaga kualitas pelayanan agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan dan menjaga kualitas layanan yang ditawarkan. Penerapan QFD oleh perusahaan merupakan langkah tepat, efektif dan efisien dalam meningkatkan kualitas jasa yang berorientasi pada pelanggan, sehingga loyalitas dan kepuasan pelanggan dapat diperoleh.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut pada dimensi E-Servqual yang dapat meningkatkan kualitas layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember dengan penerapan QFD. Objek penelitian ini adalah layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember. Penelitian ini merupakan studi tentang kualitas jasa ojek *online* pada Gojek Indonesia Cabang Jember dengan menggunakan metode QFD dan analisis matriks HOQ, sehingga jenis penelitian ini adalah deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara dan penyebaran kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan atau pengguna layanan Gojek Indonesia Cabang Jember yang juga merupakan pelanggan layanan Grab Indonesia Cabang Jember dan sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas dan analisis QFD. Sumber data pada penelitian ini adalah sumber data primer.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 18 persyaratan pelanggan dan 21 persyaratan teknis yang terbagi menjadi tujuh (7) dimensi kualitas jasa elektronik. Persyaratan pelanggan yang menjadi prioritas utama dan harus segera dipenuhi oleh layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember adalah *Driver* menjemput pelanggan sesuai dengan estimasi waktu yang tercantum pada aplikasi, sedangkan persyaratan teknis yang menjadi prioritas utama dan harus segera ditingkatkan kualitas kinerjanya adalah Menerapkan *upgrade* atau peningkatan sistem aplikasi setiap periode tertentu.

SUMMARY

Analysis Of Electronic Service Quality On GoRide Service In Gojek Indonesia Jember Branch Using The Quality Function Deployment (QFD) Method; Luthfi Gilang Yoga Pranata; 160810201016; 2020; 196 Pages; Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Jember.

The transportation industry is an industry that is developing very rapidly, even now transportation has changed to become more modern following developments and changes in the socio-economic system of community activities. The developments that occur can cause competition between conventional and online transportation service providers, so each service provider needs to maintain the quality of service in order to meet customer satisfaction and maintain the quality of services offered. The implementation of QFD by the company is an appropriate, effective and efficient step in improving the quality of customer-oriented services, so that customer loyalty and satisfaction can be obtained.

This study aims to analyze the attributes of the E-Servqual dimension that can improve the quality of GoRide service in Gojek Indonesia Jember Branch by applying QFD. The object of this study is the GoRide service in Gojek Indonesia Jember Branch. This study is a study of the quality of online motorcycle taxi services in Gojek Indonesia Jember Branch by using the QFD method and HOQ matrix analysis, so this type of research is descriptive. The sampling technique used in this study is non-probability sampling with the sampling method using purposive sampling.

Data collection methods in this study used interviews and questionnaires. The population in this study were all customers or users of Gojek Indonesia Jember Branch services who are also customers of Grab Indonesia Jember Branch services and the sample used was 100 respondents. Data analysis methods used were validity and reliability tests and QFD analysis. The data source in this study is the primary data source.

The results of this study indicate that there are 18 customer requirements and 21 technical requirements which are divided into seven (7) dimensions of the electronic service quality. Customer requirement that is the top priority and must be immediately fulfilled by GoRide service in Gojek Indonesia Jember Branch is Drivers picking up customers in accordance with the estimated time listed on the application, while the technical requirement which is the top priority and must be immediately improved the quality of performance is Implement an application system upgrade every certain period.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Jasa Elektronik Atas Layanan GoRide Pada Gojek Indonesia Cabang Jember Dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment (QFD)*”. Penyusunan skripsi ini digunakan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulis. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, saya selaku penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., C.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Novi Puspitasari, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Ibu Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
4. Bapak Drs. Eka Bambang Gusminto, M.M., selaku Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Ariwan Joko Nusbantoro, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang selalu memberikan ide, saran, motivasi dan selalu meluangkan waktunya untuk membimbing saya selama proses penyusunan dan penelitian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Handriyono, M.Si., Bapak Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.S. dan Ibu Cempaka Paramita, S.E., M.Sc., selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan juga masukkan yang sangat berguna untuk memperbaiki penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Ariwan Joko Nusbantoro, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing saya selama proses belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
7. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan bantuannya kepada saya hingga akhirnya dapat menyelesaikan studi.
8. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, terima kasih atas dukungan moril dan materiil, semangat, dedikasi, doa, nasihat dan kasih sayangnya hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Adik tersayang, Hafidz Ihza Restu Putra atas doa dan dukungan hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih untuk Ayu Anggun Asmaraga, atas cinta, kasing sayang, dukungan dan dedikasinya selama penelitian hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

11. Terima kasih untuk sahabatku, Fitri dan Brian atas dukungan dan kebersamaannya sejak saya berada di Tanah Merah (Papua) hingga saya menyelesaikan kuliah ini.
12. Teman Terbaik, Ari, Aulia, Kris, Bety, Lisa, Kak Anjik, Ghina dan Lely.
13. Terima kasih kepada teman-teman 8th International Class, Ayu, Lisa, Kris, Haryo, Icha, Amal, Yuni, Lely, Suci, Kiki, Desi, Bety, Ghina, Kanza, Resa, Maya atas kerja sama, kebersamaan dan pengalaman berharganya selama kuliah hingga terselesaikannya skripsi ini.
14. Teman-teman jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang tidak dapat saya sebutkan seluruhnya, terima kasih kebersamaannya selama kuliah.
15. Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah banyak memberikan bantuan, semangat dan dorongan yang tidak dapat saya sebut satu per satu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT selalu memberikan hidayah dan rahmat kepada seluruh pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis menerima segala kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi para pembacanya.

Jember, 23 Maret 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Kualitas Jasa Elektronik	11
2.1.1.1 Konsep Kualitas Jasa Elektronik	11
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Jasa Elektronik	11
2.1.2 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	12
2.1.2.1 Konsep <i>Quality Function Deployment</i>	12
2.1.2.2 Manfaat <i>Quality Function Deployment</i>	13
2.1.2.3 Tahap Analisis <i>Quality Function Deployment</i>	14
2.1.3 <i>House Of Quality (HOQ)</i>	17
2.1.3.1 Konsep <i>House Of Quality</i>	17

2.1.3.2	Komponen-komponen <i>House Of Quality</i>	18
2.1.4	Transportasi <i>Online</i>	19
2.2	Penelitian Terdahulu	21
2.3	Kerangka Konseptual	23
BAB 3. METODE PENELITIAN	25
3.1	Rancangan Penelitian	25
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.2.1	Tempat Penelitian	25
3.2.2	Waktu Penelitian.....	26
3.3	Populasi dan Sampel	26
3.3.1	Populasi	26
3.3.2	Sampel	26
3.4	Jenis dan Sumber Data	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.6	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	28
3.7	Metode Analisis Data	31
3.7.1	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	31
3.7.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	31
3.7.2.1	Uji Validitas	31
3.7.2.2	Uji Reliabilitas	32
3.7.3	Analisis <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).....	32
3.8	Kerangka Pemecahan Masalah	41
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1	Gambaran Umum Perusahaan Gojek Indonesia	43
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan Gojek Indonesia.....	43
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan Gojek Indonesia	44
4.1.2.1	Visi Perusahaan Gojek Indonesia	44

4.1.2.2 Misi Perusahaan Gojek Indonesia	44
4.1.3 Kondisi Perusahaan Gojek Indonesia Cabang Jember	45
4.2 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	50
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Pekerjaan	53
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
4.3.1 Uji Validitas	54
4.3.2 Uji Reliabilitas	59
4.4 Analisis <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	61
4.4.1 Daftar Persyaratan Pelanggan	61
4.4.2 Daftar Persyaratan Teknis	62
4.4.3 Matriks Hubungan Persyaratan Pelanggan dan Persyaratan Teknis	67
4.4.4 Matriks Hubungan Antara Persyaratan Teknis	69
4.4.5 Penilaian Kompetitif	71
4.4.5.1 Penilaian Kompetitif Pelanggan	71
4.4.5.2 Penilaian Kompetitif Teknis	75
4.4.6 Prioritas Persyaratan Pelanggan	78
4.4.6.1 Tingkat Kepentingan Pelanggan	79
4.4.6.2 Nilai Sasaran	81
4.4.6.3 Faktor Skala Kenaikan	84
4.4.6.4 Poin Penjualan	86
4.4.6.5 Bobot Absolut	88
4.4.7 Prioritas Persyaratan Teknis	91
4.4.7.1 Derajat Kesulitan Teknis	91
4.4.7.2 Nilai Sasaran	93

4.4.7.3 Bobot Absolut	96
4.4.7.4 Bobot Relatif	99
4.5 Pembahasan	104
4.5.1 Prioritas Persyaratan Pelanggan	105
4.5.2 Prioritas Persyaratan Teknis	114
4.5.2.1 Bobot Absolut	115
4.5.2.2 Bobot Relatif	118
4.6 Keterbatasan Penelitian.....	131
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	132
5.1 Kesimpulan	132
5.2 Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN.....	139

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Perusahaan Gojek dan Grab.....	3
Tabel 1.2	Data Penggunaan Layanan Gojek Indonesia Cabang Jember	4
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	29
Tabel 3.2	Matriks Hubungan Antara Persyaratan Pelanggan dan Teknis	34
Tabel 3.3	Matriks Hubungan Antara Persyaratan Teknis	35
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Pelanggan	54
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja GoRide Pada Gojek Indonesia Cabang Jember	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja GrabBike Pada Grab Indonesia Cabang Jember	57
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Pelanggan	59
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja GoRide Pada Gojek Indonesia Cabang Jember	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja GrabBike Pada Grab Indonesia Cabang Jember	60
Tabel 4.11	Daftar Persyaratan Pelanggan Layanan GoRide.....	61
Tabel 4.12	Daftar Persyaratan Teknis Layanan GoRide	63
Tabel 4.13	Arah Pengembangan Persyaratan Teknis Layanan GoRide	65
Tabel 4.14	Matriks Hubungan Persyaratan Pelanggan dan Persyaratan Teknis Layanan GoRide	68
Tabel 4.15	Matriks Hubungan Persyaratan Teknis Layanan GoRide.....	70

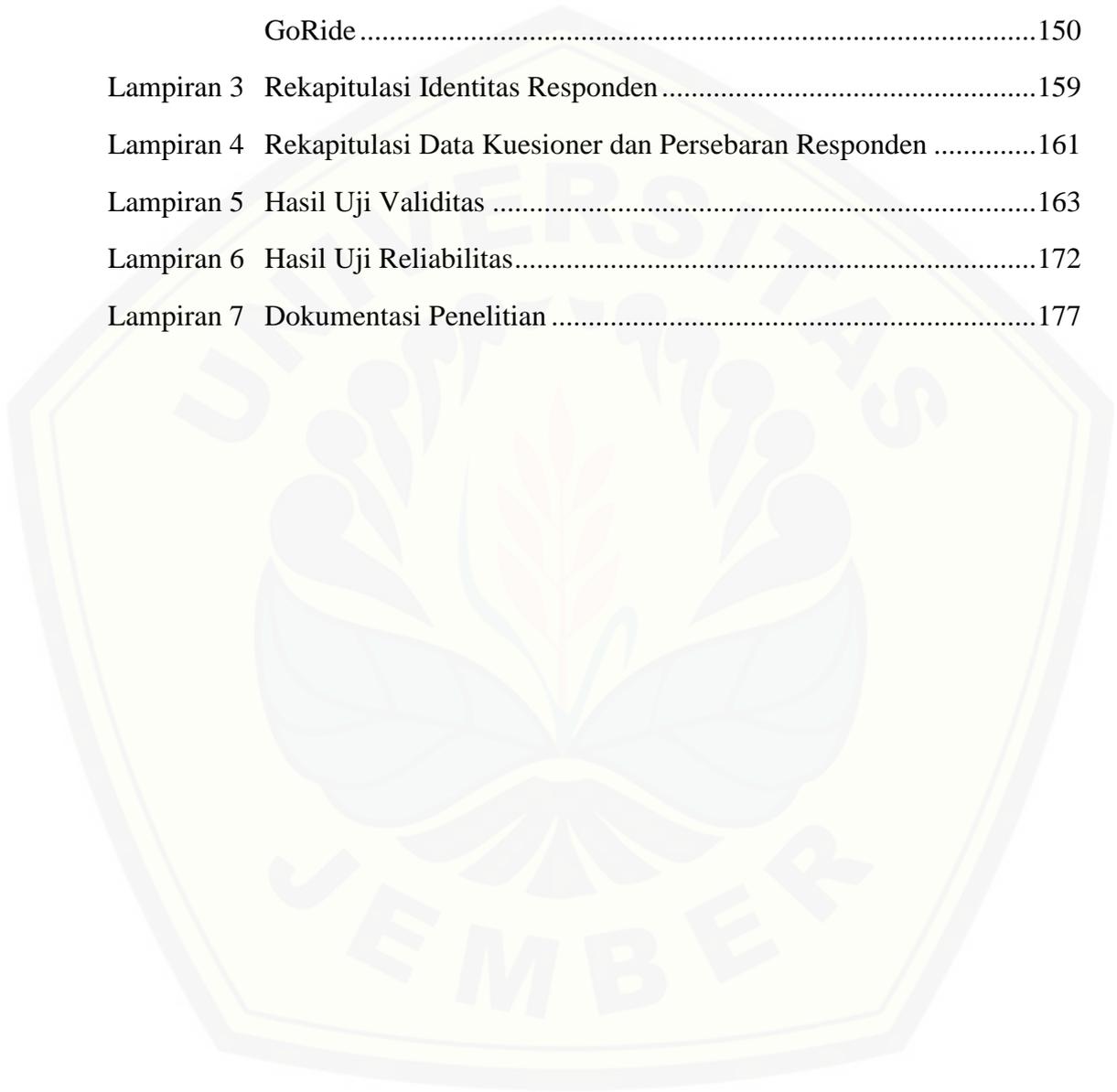
Tabel 4.16	Penilaian Kompetitif Pelanggan Layanan GoRide	72
Tabel 4.17	Penilaian Kompetitif Teknis Layanan GoRide	75
Tabel 4.18	Tingkat Kepentingan Pelanggan Layanan GoRide.....	79
Tabel 4.19	Nilai Sasaran Persyaratan Pelanggan Layanan GoRide	81
Tabel 4.20	Faktor Skala Kenaikan Persyaratan Pelanggan Layanan GoRide	84
Tabel 4.21	Poin Penjualan Persyaratan Pelanggan Layanan GoRide.....	86
Tabel 4.22	Bobot Absolut Persyaratan Pelanggan Layanan GoRide	88
Tabel 4.23	Derajat Kesulitan Persyaratan Teknis Layanan GoRide.....	91
Tabel 4.24	Nilai Sasaran Persyaratan Teknis Layanan GoRide	94
Tabel 4.25	Bobot Absolut Persyaratan Teknis Layanan GoRide	97
Tabel 4.26	Bobot Relatif Persyaratan Teknis Layanan GoRide	99
Tabel 4.27	Urutan Prioritas Persyaratan Pelanggan Layanan GoRide	105
Tabel 4.28	Tugas Manajemen Gojek Indonesia Cabang Jember Terhadap Persyaratan Pelanggan Layanan GoRide	109
Tabel 4.29	Daftar Urutan Prioritas Utama Persyaratan Pelanggan Layanan GoRide	111
Tabel 4.30	Urutan Prioritas Persyaratan Teknis Layanan GoRide Berdasarkan Bobot Absolut	115
Tabel 4.31	Urutan Prioritas Persyaratan Teknis Layanan GoRide Berdasarkan Bobot Relatif	119
Tabel 4.32	Perbandingan Jenis Pengurutan Prioritas Persyaratan Teknis Layanan GoRide	121
Tabel 4.33	Tugas Manajemen Gojek Indonesia Cabang Jember Terhadap Persyaratan Teknis Layanan GoRide.....	125
Tabel 4.34	Daftar Urutan Prioritas Utama Persyaratan Teknis Layanan GoRide	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pangsa Pasar Layanan Transportasi <i>Online</i> Kawasan Asia Tenggara	2
Gambar 2.1	Model QFD untuk Perusahaan Jasa	16
Gambar 2.2	Model QFD untuk Perusahaan Jasa Elektronik	17
Gambar 2.3	Komponen HOQ	18
Gambar 2.4	Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 3.1	Matriks HOQ Dasar	40
Gambar 3.2	Kerangka Pemecahan Masalah	41
Gambar 4.1	Lambang Gojek Periode 2010–2019	43
Gambar 4.2	Lambang Gojek Periode 2019–Sekarang	44
Gambar 4.3	Struktur Organisasi Regional.....	46
Gambar 4.4	Matriks HOQ Antara Layanan GoRide dan Layanan GrabBike	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	139
Lampiran 2	Hasil Wawancara Penentuan Persyaratan Teknis Layanan GoRide	150
Lampiran 3	Rekapitulasi Identitas Responden	159
Lampiran 4	Rekapitulasi Data Kuesioner dan Persebaran Responden	161
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas	163
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas	172
Lampiran 7	Dokumentasi Penelitian	177



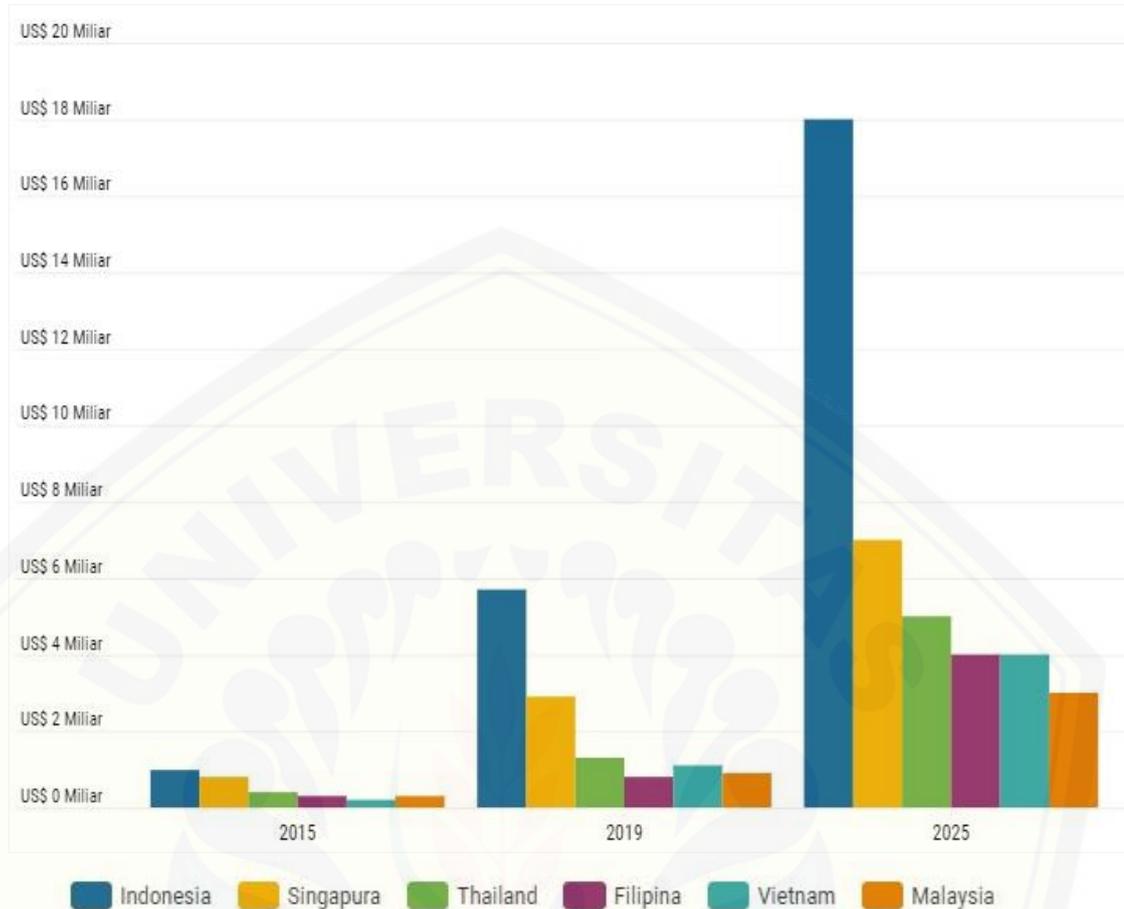
BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa ini, industri transportasi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Transportasi mengalami perubahan yang semakin modern mengikuti perkembangan dan perubahan sistem kegiatan sosial ekonomi masyarakat. Menurut Miro (2012:6), perubahan yang terjadi pada sistem kegiatan ekonomi manusia akan menuntut perubahan dalam sistem transportasi. Perkembangan dan perubahan pada kedua sistem tersebut harus seimbang agar tidak menimbulkan permasalahan seperti hambatan mobilisasi manusia, kemacetan dan sebagainya. Salah satu wujud perkembangannya adalah berupa sistem jasa yang dipadukan dengan teknologi informasi dalam proses pemesanan dan pembayaran menggunakan sistem daring (*online*) yang disebut sebagai transportasi *online* (Hardianti, 2016). Munculnya transportasi *online* seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dengan cepat, murah dan praktis.

Indonesia merupakan negara yang memiliki perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi *online* cukup banyak, salah satunya adalah Gojek Indonesia. Gojek merupakan perusahaan yang memiliki tujuan awal untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia yang resmi didirikan pada tahun 2010. Dalam mendukung kemudahan transportasi, kegiatan Gojek bertumpu pada tiga nilai pokok, yaitu kecepatan, inovasi dan dampak sosial. Berdasarkan hasil riset oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (2018), diketahui bahwa Gojek telah memberikan kontribusi sebesar Rp 8,2 triliun per tahun bagi perekonomian Indonesia melalui penghasilan mitra pengemudi. Gojek juga berkontribusi sebesar Rp 1,7 triliun per tahun bagi perekonomian Indonesia melalui penghasilan mitra UMKM.

Peluang pangsa pasar pada bisnis transportasi *online* di Indonesia juga mengalami peningkatan, kondisi ini ditunjukkan pada Gambar 1.1:



Gambar 1.1 Pangsa Pasar Layanan Transportasi *Online* Kawasan Asia Tenggara

Sumber : Google, Temasek, Bain & Company (2019)

Berdasarkan riset Google, Temasek dan Bain & Company dalam *e-economy SEA 2019*, pangsa pasar jasa layanan antar makanan dan transportasi *online* di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2015 hingga tahun 2019. Pada tahun 2015 pangsa pasar (*Gross Merchandise Value/GMV*) pada jasa transportasi *online* di Indonesia mencapai US\$ 980 juta, kemudian di tahun 2019 mengalami peningkatan menjadi US\$ 5,7 miliar dan diperkirakan akan terus mengalami peningkatan sebesar US\$ 18 miliar di tahun 2025. Peningkatan peluang bisnis jasa transportasi dan keberhasilan Gojek dalam menguasai pangsa pasar bisnis jasa transportasi *online* di Indonesia menyebabkan munculnya pesaing dari Gojek, yaitu Grab Indonesia yang mulai mendirikan usahanya pada tahun 2015 di Indonesia

untuk bersaing dengan Gojek dalam meraih pangsa pasar yang menguntungkan di Indonesia.

Grab sebagai pesaing utama Gojek di Indonesia yang juga merupakan perusahaan bisnis transportasi *online* memiliki kesamaan satu sama lain, yaitu identik dengan warna hijau dan memiliki fitur layanan yang hampir sama. Gojek merupakan perusahaan transportasi *online* yang pertama hadir di Indonesia, namun Grab merupakan *platform* pemesanan kendaraan terkemuka di Asia Tenggara. Menurut hasil riset dari perusahaan riset asal Inggris (*ABI Research*) diketahui bahwa Grab memimpin pasar transportasi *online* di Indonesia dan di Vietnam. Hasil riset yang dikeluarkan oleh *ABI Research* (2019), menunjukkan bahwa Gojek memiliki pangsa pasar sebesar 35,5 % di Indonesia dan 10,3 % di Vietnam, sedangkan Grab memimpin pangsa pasar transportasi *online* di Indonesia dan Vietnam dengan pangsa pasar sebesar 64 % di Indonesia dan 74 % di Vietnam. Hasil riset dari berbagai perusahaan riset tentu berbeda-beda, namun dari satu hasil riset tersebut dapat diketahui bahwa Gojek telah kalah saing dengan Grab pada lingkup dua negara, bahkan kemungkinan dalam lingkup Asia Tenggara di tahun 2019.

Persaingan antara Gojek dan Grab semakin meningkat, kedua perusahaan tersebut tumbuh dengan pesat dari sisi pengguna dan jangkauan yang dimiliki. Perbandingan Gojek dan Grab dapat dilihat pada Tabel 1.1 dibawah:

Tabel 1.1 Perbandingan Perusahaan Gojek dan Grab

Aspek	GOJEK	GRAB
Tahun Didirikan	Tahun 2010 di Indonesia	Tahun 2011 di Malaysia dan Tahun 2015 di Indonesia.
Layanan	22 layanan	13 layanan
Mitra	550.000 mitra GoFood dan lebih dari 2 juta <i>driver</i> di Indonesia	9 juta (plus agen) di Asia Tenggara (sebanyak 5 juta berada di Indonesia)
Cakupan	203 daerah di Indonesia dan 207 kota di empat negara	100 daerah di Indonesia dan 388 kota di delapan negara
Pengunduh Aplikasi	50 juta+ dan 4,4 bintang	100 juta+ dan 4,6 bintang

Sumber : www.gojek.com dan www.grab.com

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa Gojek dan Grab memiliki persaingan yang sangat kuat. Gojek menguasai pangsa pasar di Indonesia karena lebih awal didirikan, namun untuk di wilayah Asia Tenggara, Grab lebih menguasai pangsa pasar dibandingkan dengan Gojek. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan Grab lebih unggul dibandingkan Gojek pada bisnis transportasi *online*. Gojek di wilayah Indonesia lebih unggul dalam menguasai pangsa pasar, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa suatu saat nanti Grab dapat menguasai pangsa pasar yang dimiliki oleh Gojek. Penguasaan pangsa pasar oleh Grab dapat terjadi jika kualitas layanan Gojek di Indonesia mengalami penurunan.

Gojek di wilayah Jember termasuk sebagai perusahaan penyedia jasa transportasi *online* yang lebih awal beroperasi (pada Agustus 2017) dan telah menawarkan banyak layanan. Berdasarkan informasi dari pihak Gojek Indonesia Cabang Jember, dari 22 layanan yang ditawarkan hanya 20 layanan yang dapat diakses di wilayah Jember. Berdasarkan survei pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada 50 pelanggan (responden) layanan Gojek Indonesia Cabang Jember, layanan yang paling sering digunakan adalah GoRide (ojek *online*), kemudian GoFood (pesan antar makanan dan minuman), disusul oleh GoCar (taksi *online*) dan GoSend (pengiriman barang). Data layanan yang sering digunakan oleh pelanggan Gojek Indonesia Cabang Jember dapat dilihat pada Tabel 1.2 dibawah:

Tabel 1.2 Data Penggunaan Layanan Gojek Indonesia Cabang Jember

Layanan	Jumlah Pengguna (Orang)
GoRide	20
GoCar	12
GoFood	17
GoBluebird	0
GoSend	1
GoPulsa	0
GoNearby	0
GoBills	0
GoShop	0
GoBox	0
GoMassage	0
GoClean	0
GoTix	0

Layanan	Jumlah Pengguna (Orang)
GoMed	0
GoPlay	0
GoGames	0
GoGive	0
GoMall	0
GoNews	0
GoSure	0
Total	50

Sumber : Survei Pra-penelitian Penggunaan Layanan Gojek Indonesia Cabang Jember Periode Desember 2019 – Januari 2020

Dalam persaingan antara penyedia jasa transportasi, layanan GoRide menjadi salah satu pilihan yang sering digunakan oleh pelanggan. Namun, keberadaan transportasi darat konvensional dan perusahaan jasa transportasi *online* yang sejenis, mendorong Gojek Indonesia Cabang Jember untuk selalu menjaga kualitas pelayanan dari GoRide agar dapat tetap memenuhi kepuasan pelanggan dan menjaga kualitas layanan yang ditawarkan. Walaupun layanan GoRide merupakan layanan yang paling sering digunakan, GoRide masih memiliki beberapa permasalahan, salah satunya adalah dalam hal keamanan data pelanggan yang kurang terjamin. Berdasarkan informasi dari gojek.com (2019), diketahui bahwa Gojek tidak menjamin 100 % keamanan data pelanggan, bahkan pihak Gojek menyatakan bahwa keamanan data pelanggan juga merupakan tanggung jawab dari pelanggan itu sendiri. Kemudian pada sistem pemesanan di aplikasi, terdapat pula kelemahan atau kekurangan jika dibandingkan dengan pesaing utamanya, yaitu GrabBike. Sistem pemesanan pada aplikasi GoRide hanya dapat dilakukan dengan satu tempat tujuan, sedangkan pada GrabBike dapat dilakukan pemesanan layanan dengan dua tempat tujuan sekaligus.

Peneliti melakukan survei pra-penelitian kepada 50 responden dengan mengajukan 12 pernyataan yang terdiri dari atribut yang mewakili dimensi E-Servqual. Berdasarkan survei pra-penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa pelanggan menilai dan menganggap bahwa kualitas layanan dalam hal tepatnya estimasi waktu penjemputan pelanggan dan mudahnya pelanggan dalam menemukan *driver* (pengemudi) tidak sesuai dengan keinginan pelanggan atau

sangat tidak baik kualitas layanan yang berkaitan dengan atribut tersebut. Berdasarkan survei pra-penelitian yang dilakukan, diketahui pula bahwa lokasi penjemputan dan lokasi tujuan pelanggan yang terdapat pada *map* tidak akurat dengan yang sesungguhnya pada beberapa lokasi, terutama untuk daerah terpencil. Kemudian *call center* tidak dapat dihubungi setiap saat, artinya *customer service* tidak dapat melayani pelanggan secara langsung dalam kurun waktu 24 jam, sehingga perusahaan menggunakan *bot*/mesin penjawab otomatis untuk menjawab keluhan pelanggan saat karyawan yang bertugas sebagai *customer service* tidak aktif melayani pelanggan. Dengan terjadinya kondisi tersebut, dapat diketahui bahwa perusahaan tidak dapat membantu mengatasi dengan segera ketika pelanggan mengalami masalah atau memiliki keluhan setiap saat.

Selain ancaman internal terkait lemahnya kualitas layanan GoRide, terdapat pula ancaman eksternal berupa mulai banyaknya pesaing Gojek di wilayah Jember. Berkembangnya teknologi dan besarnya peluang pada bisnis transportasi *online* di wilayah Jember menyebabkan banyak perusahaan yang mulai melakukan bisnis pada bidang tersebut. Pesaing Gojek di wilayah Jember diantaranya adalah Grab, OKE JACK, BANG JEK dan OM JEK. Grab merupakan pesaing utama Gojek, hal ini karena sistem layanan dan layanan yang ditawarkan hampir sama dan Grab juga merupakan pesaing dari perusahaan Internasional. Kemudian OKE JACK merupakan pesaing dari perusahaan yang berasal dari Malang yang fokus utamanya adalah pada layanan transportasi *online* dan saat ini telah memperluas pangsa pasarnya ke wilayah Jember. Sedangkan BANG JEK dan OM JEK merupakan pesaing dari perusahaan lokal, yakni yang berasal dari wilayah Jember. BANG JEK adalah layanan yang sama dengan perusahaan OKE JACK, yaitu transportasi yang berbasis aplikasi, sementara OM JEK adalah layanan yang tidak menggunakan sistem pemesanan berbasis aplikasi, tetapi dapat dihubungi melalui WhatsApp, BBM dan LINE. OM JEK sendiri berhasil menguasai pangsa pasar pada kalangan pelanggan yang masih tidak peka atau menguasai teknologi, namun tidak menutup kemungkinan bahwa di masa yang akan datang OM JEK dapat menyediakan aplikasi sehingga pangsa pasarnya menjadi lebih luas.

Berdasarkan fenomena yang dijelaskan tersebut, dapat disimpulkan bahwa walaupun Gojek memiliki eksistensi yang lebih tinggi di Indonesia khususnya di wilayah Jember dibandingkan dengan Grab, OKE JACK, BANG JEK dan OM JEK, Gojek masih memiliki beberapa kekurangan, dalam hal ini adalah pada layanan GoRide. Standar pelayanannya belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pelanggan dan terdapat beberapa indikator dalam layanan yang dianggap belum memenuhi harapan pelanggan sehingga dinilai buruk oleh pelanggan. Apabila kondisi tersebut tidak segera teratasi, maka akan dapat menyebabkan pelanggan tidak puas. Ketidakpuasan pelanggan tersebut dapat mendorong pelanggan untuk beralih menggunakan jasa dari perusahaan pesaingnya. Dengan demikian, penting bagi pihak Gojek untuk mempertimbangkan kemampuan perusahaan Gojek dalam mempertahankan loyalitas dan kepuasan pelanggannya dalam upaya mencapai tujuan perusahaan, yaitu menguasai pangsa pasar yang ada dan menjadi nomor satu dibandingkan pesaingnya.

Loyalitas dan kepuasan pelanggan tersebut dapat diwujudkan dengan meningkatkan kualitas jasa yang berorientasi pada pelanggan. Hal ini didukung oleh jurnal dari Cognoscenti Consulting Group (2015) yang menjelaskan bahwa model sistem manajemen kualitas yang berstandar Internasional versi terbaru, yaitu ISO 9001:2015 adalah model yang dalam peningkatan kualitasnya tercipta dari proses interaksi dengan pelanggan pada setiap aspek yang ada, serta menelaah dan/atau mengkaji hal tersebut guna menciptakan perbaikan secara terus-menerus. Tanggung jawab untuk manajemen kualitas terdapat pada semua level dari manajemen, tetapi harus dan tetap dikendalikan oleh manajemen puncak (*top management*) dan implementasinya harus melibatkan seluruh anggota di dalam organisasi. Sehingga pelanggan atau konsumen merupakan komponen yang penting dalam meningkatkan kualitas layanan dari suatu perusahaan.

Secara umum, penggunaan jasa memiliki beberapa faktor yang digunakan sebagai landasan perbandingan atas beberapa jasa alternatif. Zeithaml *et al* (2002) mengidentifikasi tujuh dimensi yang menentukan kualitas jasa elektronik, dimensi tersebut meliputi Efisiensi (*efficiency*), Keandalan (*reliability*), Pemenuhan (*fulfillment*), Privasi (*privacy*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Kompensasi

(*compensation*) dan Kontak (*contact*). Dalam memandang kualitas jasa elektronik, perusahaan harus memahami bahwa kriteria produk tidak hanya sekadar ditetapkan oleh perusahaan mengenai indikator yang diharapkan pelanggan atau yang sesuai standar tertentu, melainkan pelanggan juga dapat berpartisipasi dalam penentuan spesifikasi.

Alternatif yang dapat digunakan untuk mengelola perusahaan agar dapat memperbaiki kinerja dan meningkatkan efisiensi organisasinya dalam rangka meningkatkan kemampuan daya saing terdiri dari banyak cara atau metode, salah satunya adalah dengan menerapkan *Quality Function Deployment* (QFD). Menurut Gaspersz (2001:41), QFD merupakan suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan tersebut ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional dan level organisasi dapat mengerti dan bertindak. Sehingga pendapat seorang ahli tersebut dapat dikatakan bahwa QFD merupakan suatu pendekatan sistematis yang menentukan tuntutan atau permintaan pelanggan kemudian menerjemahkan tuntutan tersebut secara akurat ke dalam desain teknis, *manufacturing* dan perencanaan produksi yang tepat. Dalam QFD, semua anggota tim dapat mengambil keputusan secara sistematis untuk memprioritaskan berbagai tanggapan yang mungkin terhadap satu tujuan tertentu. QFD digunakan untuk memperbaiki proses perencanaan, mengatasi permasalahan tim serta membantu mengadakan perbaikan terhadap budaya perusahaan atau organisasi.

Penelitian ini memiliki beberapa sumber rujukan yang berupa jurnal, salah satu jurnal yang menjadi sumber rujukan pada penelitian ini adalah jurnal dari Adiandaria *et al* (2019) yang berjudul *Improving The Quality of Internet Banking Service: An Implementation of The Quality Function Deployment (QFD) Concept*. Penelitian tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan memproses proposal untuk peningkatan kualitas layanan dalam hal menggunakan layanan *internet banking* berdasarkan metode QFD melalui persiapan *House of Quality* (HOQ). Hasil penelitian tersebut menjadi dasar dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan *internet banking* pada BRI Cabang Balikpapan,

pada penelitian tersebut diketahui bahwa terdapat 6 langkah perbaikan prioritas yang penting untuk dilakukan perusahaan.

Jurnal yang menjadi rujukan utama pada penelitian ini adalah jurnal dari Zeithaml *et al* (2002) dengan judul *Service Quality Deliveri Through Web Sites: A Critical Review if Extat Knowledge*. Penelitian tersebut bertujuan untuk meninjau dan mensintesis literatur tentang kualitas layanan melalui situs *web* dan mengembangkan agenda untuk penelitian yang dilakukan. Hasil penelitian yang dilakukan tersebut melahirkan tujuh dimensi kualitas jasa elektronik yang menjadi dasar atau landasan utama oleh para peneliti dari berbagai negara yang melakukan penelitian pada bidang jasa atau produk berbasis *online*.

Gap teoritis pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada objek penelitian dan atribut-atribut (indikator) yang menjadi persyaratan pelanggan dan persyaratan teknis pada objek yang digunakan, *gap* tersebut pada akhirnya akan memberikan hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini menggunakan objek perusahaan jasa transportasi *online*, karena penelitian dengan menggunakan metode QFD dalam melakukan analisis E-Servqual pada objek perusahaan jasa transportasi *online* masih tergolong sedikit.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KUALITAS JASA ELEKTRONIK ATAS LAYANAN GORIDE PADA GOJEK INDONESIA CABANG JEMBER DENGAN MENGGUNAKAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat diketahui bahwa peningkatan kualitas layanan penting untuk dilakukan. Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana analisis atribut pada dimensi E-Servqual yang dapat meningkatkan kualitas layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember dengan penerapan QFD ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian ini pada intinya bertujuan untuk menganalisis atribut pada dimensi E-Servqual yang dapat meningkatkan kualitas layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember dengan penerapan QFD.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan harapan dapat memberikan manfaat berupa:

1) Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai tambahan pengetahuan serta referensi di bidang operasional khususnya mengenai penerapan QFD dan E-Servqual. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti mengenai praktik Manajemen Operasional, khususnya mengenai penerapan QFD pada perusahaan serta dampaknya terhadap E-Servqual dan kepuasan pelanggan.

2) Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan masukan bagi perusahaan untuk menentukan strategi-strategi operasional perusahaan agar kualitas jasa tetap sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas Jasa Elektronik

2.1.1.1 Konsep Kualitas Jasa Elektronik

Kualitas layanan pada bisnis berbasis *online* merupakan sesuatu yang penting dalam penentuan kesuksesan dari aktivitas layanan elektronik. Pada dasarnya kualitas jasa elektronik atau *electronic service quality* (E-Servqual) merupakan pengembangan dari *service quality* yang diterapkan pada sebuah media elektronik. E-Servqual merupakan versi baru dari Servqual. Menurut Zeithaml *et al* (2002), E-Servqual merupakan kemampuan suatu situs dalam memberikan fasilitas kepada pelanggan secara efektif dan efisien dalam membeli produk atau jasa secara *online*, dari proses awal penggunaan hingga proses akhir dari mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Santos (2003), E-Servqual dapat diartikan sebagai tahap evaluasi secara keseluruhan dari pelanggan terkait baik atau buruknya kualitas dari pelayanan elektronik yang diberikan kepada pelanggan di pasar *online*. Berdasarkan penjelasan dari para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa E-Servqual dikembangkan untuk mengevaluasi suatu layanan yang diberikan pada jaringan internet atau elektronik.

2.1.1.2 Dimensi Kualitas Jasa Elektronik

Zeithaml *et al* (2002) mengemukakan tujuh dimensi yang terdapat pada E-Servqual, yaitu:

1. Efisiensi, berkaitan dengan kemampuan pelanggan untuk mengakses situs, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.
2. Reliabilitas, berkaitan dengan fungsional teknis yang bersangkutan, khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.

3. Pemenuhan, mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
4. Privasi, berupa jaminan bahwa data perilaku berbelanja atau mengonsumsi produk tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan juga bahwa informasi kartu kredit pelanggan terjamin keamanannya.
5. Daya tanggap, merupakan kemampuan perusahaan yang berbasis *online* untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan saat timbul masalah, memiliki mekanisme untuk menangani pengembalian produk dan menyediakan garansi *online*.
6. Kompensasi, meliputi pengembalian uang, biaya pengiriman dan biaya penanganan produk.
7. Kontak, mencerminkan kebutuhan pelanggan untuk dapat berbicara dengan staf layanan pelanggan secara *online* atau melalui telepon (dan bukan berkomunikasi dengan mesin).

2.1.2 *Quality Function Deployment* (QFD)

2.1.2.1 Konsep *Quality Function Deployment*

QFD dikemukakan dan diperkenalkan pertama kali oleh Yoji Akao dan Shigeru Mizuno pada awal 1960-an, yang berasal dari bahasa Jepang, yaitu *Hin Shitsu Kino Ten Kai*. Dalam bahasa Jepang, *Hin Shitsu* dapat diartikan sebagai kualitas, atribut atau *feature*; lalu *Kino* berarti fungsi atau mekanisasi; dan *Ten Kai* berarti penyebarluasan, evolusi atau pengembangan (Cohen dalam Sari, 2010). Kemudian penerapan QFD baru pertama kali dilakukan pada tahun 1972 oleh perusahaan Mitsubishi's Kobe Shipyard dan kini QFD berhasil untuk diterapkan oleh banyak perusahaan, misalnya General Motors, Mazda, Motorola, Ford, Kodak, IBM, AT&T, Hewlett Packard serta beberapa organisasi dan perusahaan yang berada di Jepang, Amerika dan Eropa.

Fokus utama dari QFD adalah melibatkan pelanggan pada proses pengembangan produk sedini mungkin. Berikut merupakan definisi-definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli:

Akao dalam Wijaya (2011:46) menjelaskan bahwa QFD sebagai metode untuk mengembangkan kualitas desain yang bertujuan untuk memuaskan konsumen dan kemudian menerjemahkan permintaan konsumen ke target desain dan poin *assurance* kualitas utama yang dapat digunakan dalam tahap produksi.

Gaspersz (2001:41) mendefinisikan QFD sebagai suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan tersebut ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional dan level organisasi dapat mengerti dan bertindak. Hal ini mencakup pula monitor dan pengendalian yang tepat dari proses operasional menuju sasaran (*goal*). Alat utama dari proses QFD adalah matriks, dimana hasil-hasilnya dicapai melalui penggunaan tim antar departemen atau fungsional dengan mengumpulkan, menginterpretasi, mendokumentasikan dan memprioritaskan kebutuhan-kebutuhan pelanggan.

Menurut Heizer & Render (2001), "*QFD is the term we use to determine the functional design that will satisfy the customer and translate customer desire into target*". Hal ini berarti bahwa QFD adalah istilah yang digunakan untuk menentukan rancangan fungsional yang dapat memuaskan konsumen dan menerjemahkan keinginan pelanggan ke dalam suatu target dalam rancangannya.

Dari beberapa pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa QFD adalah suatu matriks yang menghubungkan apa keinginan pelanggan (*what*) dan bagaimana suatu produk akan didesain dan diproduksi agar memenuhi keinginan pelanggan (*how*) tersebut.

2.1.2.2 Manfaat *Quality Function Deployment*

Hani (2002:46) menjelaskan bahwa penerapan QFD dapat mengurangi waktu desain sebesar 40 % dan biaya desain sebesar 60 % yang terjadi secara bersamaan dengan dipertahankan dan ditingkatkannya kualitas desain. Terdapat tiga manfaat utama yang dapat diperoleh perusahaan apabila perusahaan tersebut menggunakan metode QFD, yaitu:

1. Mengurangi biaya

Pengurangan biaya dapat terjadi karena produk yang dihasilkan atau diproduksi benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga tidak terjadi pekerjaan yang diulang dan penggunaan bahan baku yang terbuang karena tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan oleh pelanggan. Pengurangan biaya dapat dilakukan dengan pengurangan pembelian bahan baku, pengurangan biaya overhead atau pengurangan upah, penyederhanaan proses produksi dan pengurangan pemborosan (*waste*).

2. Meningkatkan pendapatan

Pengurangan biaya yang telah dilakukan akan menimbulkan peningkatan hasil yang akan diterima oleh perusahaan. Dengan penerapan QFD, produk atau jasa yang dihasilkan akan lebih dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi (harapan) dari pelanggan.

3. Pengurangan waktu produksi

QFD dapat membantu kelompok atau divisi pengembangan produk atau jasa dalam membuat keputusan awal pada proses pengembangannya, sehingga waktu yang telah direncanakan dapat sesuai dengan keinginan perusahaan.

2.1.2.3 Tahap Analisis *Quality Function Deployment*

Menurut Gaspersz (2001:42), proses QFD dimulai dengan “suara pelanggan” dan kemudian berlanjut melalui empat aktivitas utama, yaitu:

1. Perencanaan produk (*product planning*), yaitu menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan pelanggan ke dalam kebutuhan-kebutuhan teknik (*technical requirement*).
2. Desain produk (*product design*), yaitu menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan teknik ke dalam karakteristik komponen.

3. Perencanaan proses (*process planning*), yaitu mengidentifikasi langkah-langkah proses dan parameter-parameter serta menerjemahkannya ke dalam karakteristik proses.
4. Perencanaan pengendalian proses (*process-control planning*), yaitu menetapkan atau menentukan metode-metode pengendalian untuk mengendalikan karakteristik proses.

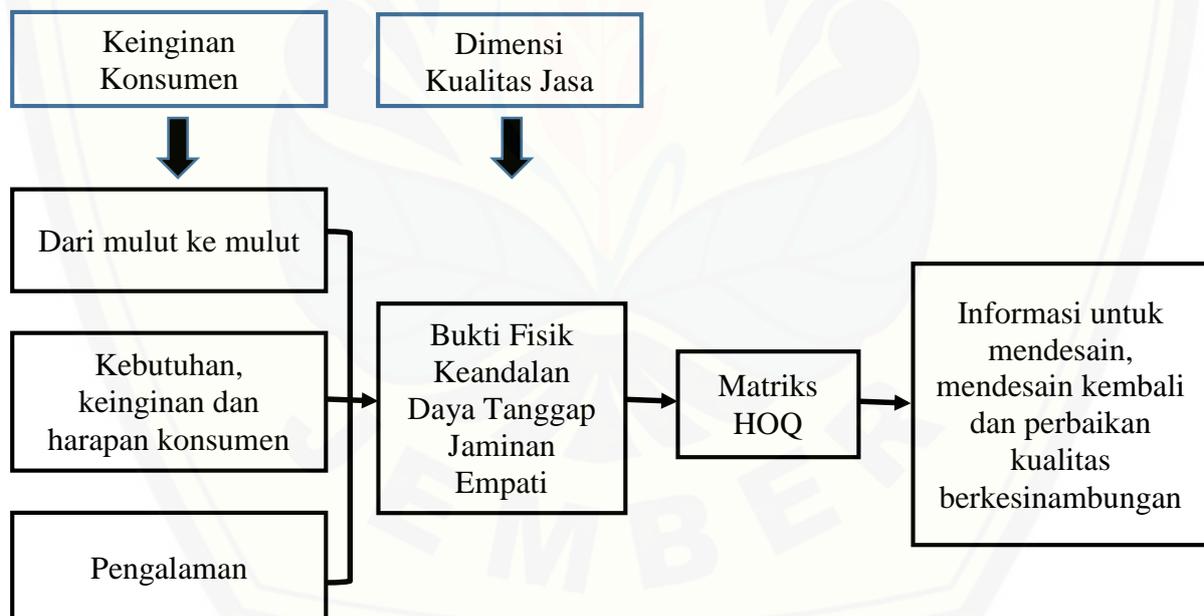
Kemudian langkah-langkah dalam membangun HOQ (Gaspersz, 2001:43) adalah sebagai berikut:

1. Memasukkan pelanggan, keinginan dan kebutuhannya, serta kepentingan relatif (urutan prioritas) untuk masing-masing karakteristik yang diinginkan pelanggan itu, kemudian ditempatkan dalam segi empat pada sisi kiri dari QFD.
2. Melakukan analisis untuk setiap keinginan dan kebutuhan pelanggan berdasarkan karakteristik produk yang ada serta produk dari pesaing (*competitor*) untuk semua dimensi kualitas yang dinyatakan itu. Analisis itu ditempatkan dalam segi empat pada sisi kanan dari QFD.
3. Mengidentifikasi karakteristik teknis yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dalam segi empat yang berada diatas matriks hubungan (*relationship matrix*) yang terletak di tengah dari QFD. Hal ini memberikan respons teknis untuk setiap keinginan dan kebutuhan pelanggan (*customer requirements*). Kebutuhan teknis sering disebut sebagai *hows* (*technical requirements*). Keadaan ini menunjukkan bagaimana perusahaan akan memberikan respons terhadap apa yang diinginkan oleh pelanggan.
4. Menggambarkan hubungan di antara setiap *whats* (*customer requirements*) dan setiap *hows* (*technical requirements*). Dalam beberapa kasus, suatu keinginan pelanggan mungkin menghasilkan kebutuhan teknis yang saling bertentangan (*conflicting technical requirements*).
5. Menilai derajat kesulitan dan menentukan nilai target dari setiap kebutuhan teknik (*how*). Beberapa nilai target mungkin menggambarkan *significant*

breakthroughs dalam desain dan apabila tercapai akan menghasilkan produk yang *superior* terhadap pesaing di pasar.

- Melakukan analisis korelasi yang menunjukkan hubungan di antara *hows* (*technical requirements*). Matriks korelasi ditempatkan pada atap dari QFD. Dalam analisis korelasi ini mungkin ada *trade-offs* yang harus dipertimbangkan dalam usaha-usaha desain.

Berhara & Chase dalam Wijaya (2011:51) memberikan contoh penerapan dari konsep QFD pada perusahaan jasa. Berhara & Chase memasukkan *input* pelanggan ke dalam proses desain jasa dengan fokus pada lima dimensi kualitas jasa, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Penerapan konsep QFD terhadap desain jasa yang berkualitas bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa ditunjukkan pada Gambar 2.1 dibawah ini:



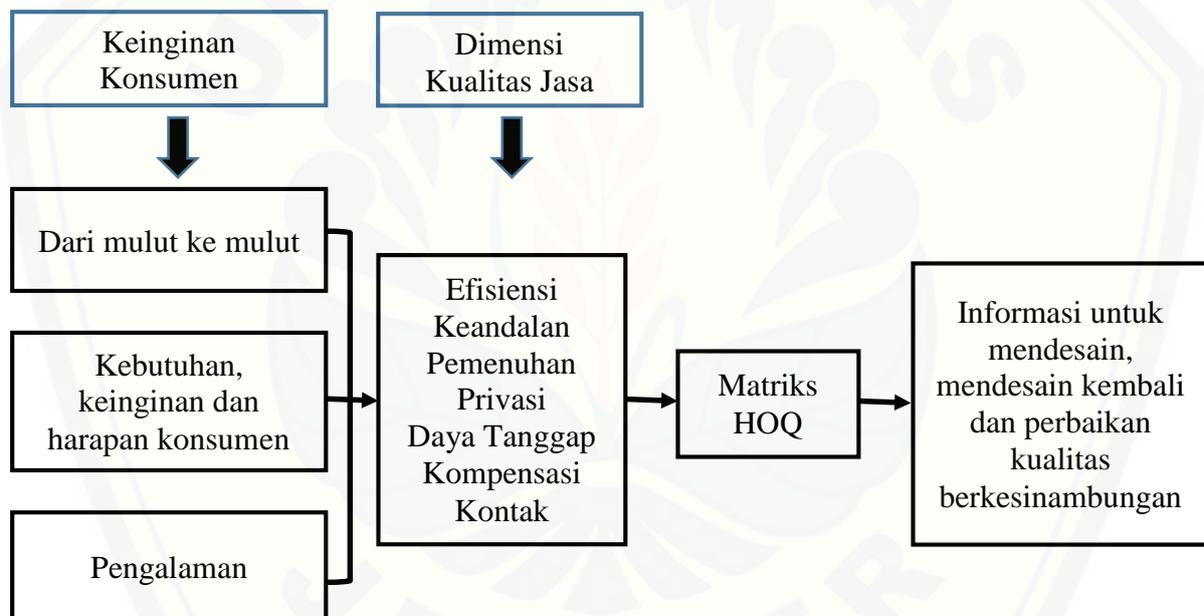
Gambar 2.1 Model QFD untuk Perusahaan Jasa

Sumber : Berhara & Chase dalam Wijaya (2011:51)

Pada Gambar 2.1, dapat terlihat bahwa kualitas pelayanan yang diinginkan konsumen dapat ditimbulkan oleh informasi dari mulut ke mulut, atau dari kebutuhan, keinginan dan harapan akan jenis jasa tertentu, atau juga karena

pengalaman yang dimiliki oleh konsumen tentang jasa tertentu. Kemudian proses jasa akan dinilai oleh pelanggan melalui dimensi kualitas jasa dan pada akhirnya dimasukkan ke dalam matriks HOQ. Matriks inilah yang memberikan informasi yang dapat digunakan untuk mendesain, mendesain kembali dan perbaikan kualitas yang berkesinambungan.

Perusahaan jasa elektronik memiliki perbedaan dimensi dengan perusahaan jasa non-elektronik, dimensi kualitas jasa pada perusahaan elektronik berubah menjadi tujuh dimensi kualitas jasa elektronik. Sesuai dengan model pada Gambar 2.1, perbedaan hanya terletak pada dimensi yang digunakan. Penyesuaian model untuk perusahaan jasa elektronik ditunjukkan pada Gambar 2.2 dibawah ini:



Gambar 2.2 Model QFD untuk Perusahaan Jasa Elektronik

Sumber : Pengolahan Data Oleh Peneliti (2020)

2.1.3 House Of Quality (HOQ)

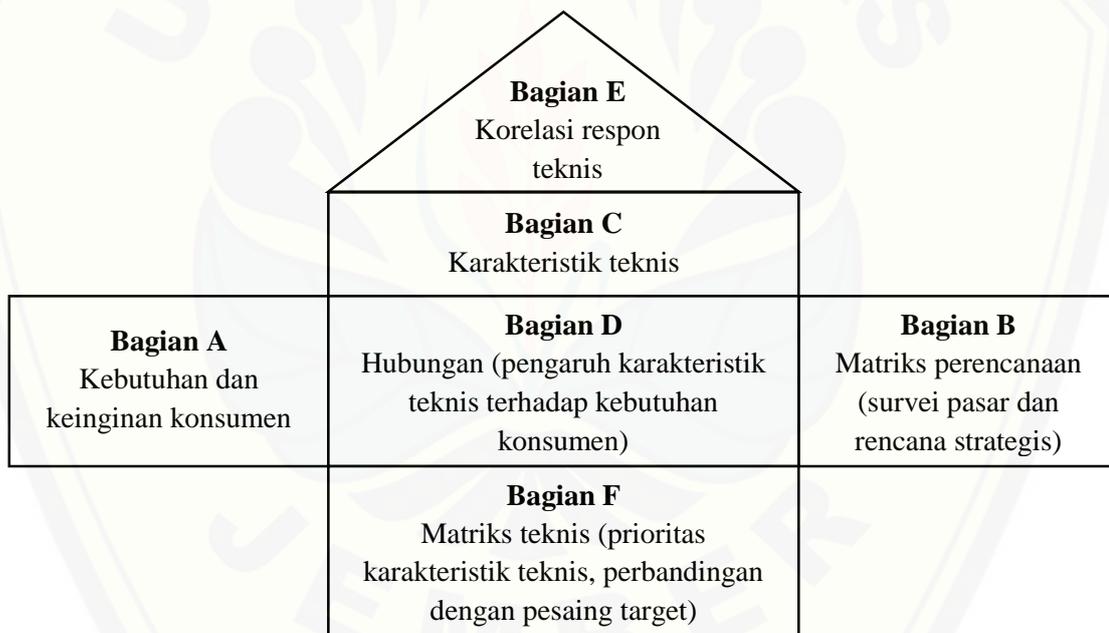
2.1.3.1 Konsep House Of Quality

HOQ menurut Heizer & Render (2001) adalah “*HOQ is technique for defining the relationship between customer desire and product (service) attributes*”. Hal ini berarti bahwa HOQ adalah teknik untuk mendefinisikan hubungan antara

keinginan konsumen ke dalam atribut-atribut barang dan jasa. Selain itu, Wicaksono (2013:33) pun menjelaskan bahwa HOQ merupakan rumah pertama dan bagian dari pengembangan QFD. Di dalam HOQ terdapat *whats* (yang merupakan *customer requirement* atau *voice of customer*), *hows* (merupakan *technical requirement*) dan matriks hubungan *competitive assesment* (konsumen dan teknis). Dengan demikian, HOQ atau rumah kualitas merupakan alat yang digunakan untuk menggunakan struktur QFD.

2.1.3.2 Komponen-komponen *House Of Quality*

Wijaya (2011:80) menyebutkan bahwa terdapat komponen-komponen HOQ yang dapat dilihat pada Gambar 2.3 berikut:



Gambar 2.3 Komponen HOQ

Sumber : Wijaya (2011:80)

Keterangan:

1. Bagian A berisikan data atau informasi yang diperoleh dari penelitian pasar atas kebutuhan dan keinginan konsumen. *Customer requirement* atau suara konsumen ini merupakan *input* dalam HOQ.

2. Bagian B merupakan matriks perencanaan. Matriks ini adalah komponen yang digunakan untuk menerjemahkan persyaratan pelanggan menjadi rencana-rencana untuk memenuhi atau melebihi persyaratan yang ditentukan pelanggan. Bobot B terdiri dari tiga jenis informasi, yaitu: (1) bobot kepentingan kebutuhan pelanggan; (2) tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa; dan (3) tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa sejenis dari perusahaan pesaing.
3. Bagian C berisi persyaratan-persyaratan teknis untuk produk atau jasa baru yang akan dikembangkan oleh penyedia jasa. Data ini diturunkan berdasarkan informasi yang diperoleh tentang kebutuhan dan keinginan konsumen (pada matriks A).
4. Bagian D terdiri dari penelitian manajemen mengenai kebutuhan hubungan antara elemen-elemen yang terdapat pada bagian persyaratan teknis (matriks C) dan kebutuhan konsumen (matriks A) yang dipengaruhinya. Kekuatan hubungan ditentukan dengan simbol tertentu.
5. Bagian E menyatakan korelasi antara persyaratan teknis yang satu dan persyaratan-persyaratan lain yang terdapat pada matriks C. Korelasi antara kedua persyaratan teknis tersebut ditunjukkan menggunakan simbol-simbol tertentu. Pertanyaan yang akan dijawab dalam bagian E adalah apa yang terbaik yang dapat dilakukan organisasi dengan mempertimbangkan persyaratan pelanggan dan kemampuan organisasi.
6. Bagian F terdiri dari tiga jenis informasi, yaitu: (1) urutan tingkat kepentingan (*ranking*) persyaratan teknis; (2) informasi untuk membandingkan kinerja teknis produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan oleh kinerja produk pesaing; dan (3) *target* atau sasaran kinerja persyaratan teknis produk atau jasa yang baru dikembangkan.

2.1.4 Transportasi *Online*

Menurut Peraturan Menteri (Permen) Perhubungan No. 12 Tahun 2019 tentang Perlindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor Yang Digunakan

Untuk Kepentingan Masyarakat, kendaraan bermotor adalah setiap kendaraan yang digerakkan oleh peralatan mekanik berupa mesin selain kendaraan yang berjalan di atas rel. Selain itu, terdapat pula penjelasan mengenai Penyelenggara Sistem Elektronik dalam Peraturan Menteri Perhubungan, yaitu penyelenggara sistem elektronik adalah setiap orang, penyelenggara negara, badan usaha dan masyarakat yang menyediakan, mengelola dan/atau mengoperasikan sistem elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada pengguna sistem elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain. Kemudian dalam Peraturan Menteri Perhubungan juga menjelaskan bahwa Perusahaan Aplikasi adalah penyelenggara sistem elektronik yang menyediakan aplikasi berbasis teknologi di bidang transportasi darat.

Perusahaan aplikasi atau penyedia jasa yang berbasis teknologi informasi dalam pemberian pelayanan transportasi berhak dalam menetapkan tarif dan memungut bayaran, merekrut pengemudi dan menentukan besaran penghasilan pengemudi. Namun, terdapat Peraturan Menteri Perhubungan yang baru diresmikan pada 1 Mei 2019 dan peraturan tersebut membatasi perusahaan aplikasi untuk melakukan apa yang dilakukan sebelumnya. Peraturan tersebut terkandung dalam Peraturan Menteri Perhubungan No. 12 Tahun 2019 tentang Pelindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor Yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat. Salah satu hal yang terkandung adalah tentang tarif yang diberlakukan pada perusahaan-perusahaan aplikasi tersebut. Menurut Menhub RI, besaran tarif terbagi menjadi tiga zona, yaitu:

- a. Zona 1 : Untuk wilayah Sumatra, Jawa (tanpa Jabodetabek) dan Bali, dengan tarif batas bawah Rp 1.850 dan batas atas Rp 2.300, serta biaya jasa minimal Rp 7.000 – Rp 10.000.
- b. Zona 2 : Untuk wilayah Jabodetabek (Jakarta-Bogor-Depok-Tangerang-Bekasi), dengan tarif batas bawah Rp 2.000 dan batas atas Rp 2.500, serta biaya jasa minimal Rp 8.000 – Rp 10.000.

- c. Zona 3 : Untuk wilayah Kalimantan, Sulawesi, NTT, Maluku dan lainnya, dengan tarif batas bawah Rp 2.000 dan batas atas Rp 2.600, serta biaya jasa minimal Rp 7.000 – Rp 10.000.

Penetapan biaya jasa batas bawah dan batas atas, maupun biaya jasa minimal ini merupakan biaya jasa yang telah mendapatkan potongan biaya tidak langsung berupa biaya sewa pengguna aplikasi. Biaya tidak langsung adalah biaya jasa yang ada di dalam pihak aplikator sebanyak maksimal 20 %, kemudian sisanya 80 % menjadi hak pengemudi. Selain biaya langsung dan tidak langsung, terdapat pula biaya jasa minimal (*flag fall*), yaitu biaya jasa yang dibayarkan oleh penumpang untuk jarak tempuh paling jauh 4 kilometer.

2.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti dalam melakukan penelitian ini mengacu pada beberapa peneliti terdahulu sebagai dasar atau gambaran. Penelitian terdahulu memiliki peran yang penting dalam suatu penelitian walau memiliki perbedaan objek, tujuan, maupun metode yang digunakan. Ringkasan penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti ditunjukkan pada Tabel 2.1 dibawah ini:

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1.	Adiandaria <i>et al</i> (2019)	<i>Improving The Quality of Internet Banking Services: An implementation of The Quality Function Deployment (QFD) Concept</i>	Metode QFD	Terdapat 6 perbaikan prioritas yang harus dilakukan oleh bank. Peningkatan kualitas layanan internet banking dapat dilakukan dengan penambahan fitur internet banking, evaluasi kecepatan proses setiap fitur aplikasi, evaluasi fitur situs <i>web</i> secara rutin setiap kuartal dan dilakukan perbaikan jaringan.

No.	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
2.	Anisah <i>et al</i> (2018)	Peningkatan Kualitas Layanan Pada Platform PT. Metra Plasa (Blanja.com) dengan Penerapan Integrasi Metode <i>E-Servqual</i> , Model Kano dan <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	Metode Kano dan QFD	<i>Critical part</i> yang perlu diprioritaskan terdiri dari: konten <i>banner ads</i> sesuai dengan pilihan kebutuhan pelanggan, integrasi pilihan <i>payment</i> dengan pilihan lainnya, menambahkan <i>field tracking</i> produk, menambahkan kolom pengajuan ganti produk sesuai dengan klasifikasi yang telah dipilih, menambahkan pilihan asuransi sebelum pembayaran, dan menambahkan format klasifikasi <i>merchant</i> .
3.	Nurhidayah <i>et al</i> (2017)	Perspektif Konsumen Terhadap Layanan <i>E-Commerce</i> dengan Tinjauan <i>E-Servqual</i> dan <i>Quality Function Deployment</i>	Metode QFD	Hasilnya hal yang paling dikeluhkan oleh para konsumen adalah situs <i>e-commerce</i> harus berjalan dengan baik. Sementara hal yang paling pertama harus diperbaiki oleh pelaku <i>e-commerce</i> adalah tentang pembelajaran tentang <i>website</i> atau merekrut seorang <i>web designer</i> .
4.	Laricha <i>et al</i> (2017)	Analisis Kualitas Layanan Pada Perusahaan Jasa <i>Travel Agent</i> berbasis <i>E-Commerce</i> dengan Metode <i>E-Servqual</i> dan <i>Quality Function Deployment</i>	Metode <i>E-Servqual</i> , IPA, dan QFD	Hasil dari metode <i>E-Servqual</i> , setelah mengintegrasikan hasil <i>E-Servqual</i> dan model Kano ke dalam QFD, terdapat lima respons teknis yang memperoleh presentase terbesar sehingga diharapkan dengan menerapkan kelimanya mampu memenuhi lebih besar keinginan.
5.	Erwin dan Nugroho (2015)	Analisis Kualitas Jasa Pelayanan <i>Internet Banking</i> Bank Bukopin dengan Metode <i>Fuzzy, E-Servqual</i> , IPA, dan Usulan Perbaikan dengan Metode QFD	Metode <i>Fuzzy, E-Servqual</i> , IPA, dan QFD	Strategi perbaikan layanan <i>internet banking</i> Bukopin yaitu <i>maintenance server</i> dan jaringan, perbaikan fitur halaman <i>internet banking</i> , menambah konten petunjuk di halaman <i>internet banking</i> , mendesain halaman <i>internet banking</i> yang mudah diakses dan memberikan pelatihan kepada karyawan secara <i>continue</i> .

No.	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
6.	Witarsyah <i>et al</i> (2014)	Perancangan <i>E-Business</i> di CV. Trimata Unggul Sadaya Menggunakan Metode <i>Quality Function Deployment</i> dan <i>E-Servqual</i>	Metode <i>E-Servqual</i> dan QFD	Didapatkan hasil bahwa karakteristik teknis yang menjadi prioritas utama dari konsumen untuk fitur <i>web online printing</i> adalah “kesesuaian informasi”

Sumber: Adiandaria *et al* (2019), Anisah *et al* (2018), Nurhidayah *et al* (2017), Laricha *et al* (2017), Erwin dan Nugroho (2015) dan Witarsyah *et al* (2014)

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, yakni sama dalam hal menganalisis tingkat kualitas layanan dengan menggunakan metode QFD. Namun, terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yaitu terletak pada objek penelitian dan atribut-atribut yang menjadi persyaratan pelanggan dan persyaratan teknis pada objek yang digunakan.

2.3 Kerangka Konseptual

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menyebabkan jenis penyedia jasa transportasi menjadi lebih bervariasi. Jasa transportasi konvensional kini mulai bergeser dan menawarkan jasa transportasi yang lebih modern dengan berbasis aplikasi dan teknologi informasi. Jumlah dan jenis penyedia jasa transportasi yang semakin meningkat mendorong persaingan antar penyedia jasa transportasi, sehingga kualitas jasa menjadi salah satu faktor yang harus dievaluasi dan ditingkatkan performanya. Setelah terjadi hal tersebut, maka kemudian kualitas perusahaan jasa elektronik dapat dilihat atau dievaluasi berdasarkan dimensi-dimensi E-Servqual, yaitu efisiensi, keandalan, pemenuhan, privasi, daya tanggap, kompensasi dan kontak.

Dimensi kualitas jasa elektronik tersebut harus dianalisis agar kualitas jasa yang ditawarkan penyedia jasa transportasi sesuai dengan harapan pelanggan dengan melibatkan pelanggan dalam proses penentuan kualitas jasa yang akan disampaikan. Harapan pelanggan nantinya akan dibandingkan dengan kemampuan

perusahaan dan hasilnya akan terlihat bagaimana hubungan antara keduanya. Kemudian analisis serta pembuatan matriks HOQ akan perlu untuk dilakukan dalam rangka meningkatkan kualitas jasa elektronik. Hasil analisis ini akan menghasilkan penilaian terhadap kebutuhan pelanggan (*customer requirement*) dan kebutuhan teknis (*technical requirement*). Setelah kedua konsep tersebut dipadukan, analisis yang dilakukan akan diusahakan dan diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengevaluasi dan memenuhi atribut-atribut apa saja yang diinginkan pelanggan dan target operasional apa yang harus segera dilakukan untuk meningkatkan kualitas jasa dan mengantisipasi keinginan pelanggan tersebut. Dengan demikian, kerangka konseptual pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.4 berikut:



Keterangan: - - -> : Rekomendasi bagi GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember

Gambar 2.4 Kerangka Konseptual

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan studi tentang kualitas jasa ojek *online* pada Gojek Indonesia Cabang Jember dengan menggunakan metode QFD dan analisis matriks HOQ. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif, kemudian sumber data yang digunakan adalah sumber data primer.

Berdasarkan variabel yang diteliti, maka jenis penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai dari suatu variabel dengan menggambarkan keadaan subjek dan/atau objek. Dalam hal ini variabel bersifat mandiri, baik pada satu variabel atau lebih dengan tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Pada prinsipnya (Wijaya, 2011:45), QFD dapat membantu mendengarkan suara atau keinginan pelanggan (*voice of customer*) dan berguna untuk *brainstorming sessions* bagi divisi pengembangan dalam menentukan jalan atau cara terbaik dalam memenuhi suara dari pelanggan. Hasil dari analisis tersebut nantinya akan membantu perusahaan untuk mengidentifikasi atribut-atribut apa saja yang dianggap penting dan perlu ditingkatkan kualitasnya serta bagaimana hubungan antara persyaratan pelanggan dengan persyaratan teknis perusahaan untuk meningkatkan kualitas jasa pada layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Objek yang ditetapkan pada penelitian ini adalah Layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember yang bertempat di Jalan KH. Wachid Hasyim No. 207, Kelurahan Jember Kidul. Pemilihan lokasi tersebut dilakukan dengan sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa permasalahan yang diangkat pada

penelitian ini sesuai dengan kondisi layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember yang menerapkan evaluasi kualitas layanan dengan menggunakan aplikasi Gojek.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama 30 hari, terhitung pada akhir bulan Januari 2020 dan selesai pada akhir bulan Februari 2020.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun persentase kesamaannya sedikit, atau dengan kata lain populasi merupakan seluruh individu yang akan dijadikan sebagai objek penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan atau pengguna layanan Gojek Indonesia Cabang Jember yang juga merupakan pelanggan layanan Grab Indonesia Cabang Jember atau populasi tak terdefinisi.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel harus diambil dengan sedemikian rupa, sehingga akan diperoleh sampel yang tepat dan dapat berfungsi sebagai contoh yang dapat menggambarkan atau mewakili populasi yang sesungguhnya. Sampel pada penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember yang juga pernah menggunakan layanan GrabBike pada Grab Indonesia Cabang Jember.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Sedangkan metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan atau memenuhi

beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini, yakni minimal berusia 17 tahun dan merupakan pelanggan layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember yang juga pernah menggunakan ojek *online* (GrabBike) dari pihak kompetitor, yaitu Grab Indonesia Cabang Jember.

Populasi pada penelitian ini memiliki jumlah yang tidak pasti, oleh karena itu peneliti menggunakan penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Wibisono, 2005):

$$n = \left\{ \frac{Z_{\alpha} \times \hat{\sigma}}{e} \right\}^2$$

Dimana :

- n** = Jumlah Sampel
- Z** = Nilai Tabel Z = 0,05
- $\hat{\sigma}$** = Standar Deviasi Populasi
- e** = Tingkat Kesalahan

Menurut Wibisono (2005), apabila digunakan untuk mengestimasi μ , seseorang atau peneliti dapat $(1 - \alpha) \%$ yakin bahwa eror tidak melebihi nilai e tertentu jika ukuran sampelnya sebesar n , dimana apabila nilai $\hat{\sigma}$ tidak diketahui, seseorang atau peneliti dapat menggunakan s dari sampel sebelumnya (untuk $n \geq 30$) yang memberikan estimasi terhadap $\hat{\sigma}$, maka standar deviasi populasinya adalah 0,25. Kemudian jika seseorang atau peneliti ingin menggunakan tingkat presisi (kesalahan) 5 % atau 0,05, tingkat kepercayaannya 95 % dan eror estimasi μ kurang dari 0,05. Karena $\alpha = 0,05$ maka $Z_{0,05} = 1,96$. Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebanyak:

$$n = \left\{ \frac{(1,96) \times (0,25)}{0,05} \right\}^2$$

$$n = \left\{ \frac{(0,49)}{0,05} \right\}^2$$

$$n = 96,04 \text{ (dibulatkan)}$$

$$n = 100 \text{ Responden (ukuran sampel pada penelitian ini)}$$

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif merupakan data yang dalam bentuk informasi dan bukan dalam bentuk angka melainkan dalam bentuk lisan atau tulisan, contohnya berkaitan dengan gambaran umum perusahaan Gojek Indonesia Cabang Jember, sedangkan data kuantitatif adalah data yang didapatkan dalam bentuk angka.

Sumber data pada penelitian ini adalah sumber data primer. Sumber data primer adalah yang bersumber dari respon atau sumber asli (tidak melalui media perantara). Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh melalui observasi atau pengamatan langsung, penyebaran kuesioner kepada penumpang atau pelanggan layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember dan wawancara dengan pihak Gojek Indonesia Cabang Jember.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Informasi yang dikelola dan dianalisis pada penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan teknik penelitian lapangan (*field research*). Pengumpulan dengan cara ini dilakukan di lokasi (objek penelitian) secara langsung, yaitu dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pihak Gojek Indonesia Cabang Jember, sedangkan penyebaran kuesioner ditujukan kepada responden atau pelanggan layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember. Dalam penyebaran kuesioner, peneliti memberikan daftar pertanyaan kepada para responden yang menjadi sampel penelitian, kuesioner yang diberikan berisikan atribut-atribut standar kualitas jasa elektronik yang relevan dengan penelitian.

3.6 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya

Definisi operasional pada penelitian ini terletak pada tujuh dimensi kualitas jasa elektronik atau tujuh variabel kualitas jasa elektronik. Menurut Sugiyono (2014), “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang,

obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berikut dijelaskan tentang dimensi kualitas jasa elektronik atau variabel kualitas jasa elektronik, indikator beserta skala pengukurannya pada Tabel 3.1:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya

Dimensi Kualitas Jasa Elektronik (Variabel)	Sumber Data (Zeithaml <i>et al</i> , 2002)	Indikator (Atribut)	Skala Pengukuran
Efisiensi	Kemampuan pelanggan untuk mengakses situs, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan dapat menemukan <i>driver</i> dengan mudah • Pelanggan dapat mengakses informasi tentang layanan GoRide/ GrabBike dengan mudah • Pelanggan dapat mengunduh atau mendapatkan aplikasi Gojek/Grab dengan mudah 	Likert
Keandalan	Kemampuan fungsional teknis bersangkutan, khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan dapat melakukan pemesanan melalui aplikasi dengan mudah • Tidak ada <i>error</i> atau masalah yang dialami pelanggan dalam menggunakan aplikasi 	Likert
Pemenuhan	Mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	<ul style="list-style-type: none"> • Menurut saya (pelanggan), <i>driver</i> menjemput pelanggan sesuai dengan estimasi waktu yang tercantum pada aplikasi • Menurut saya (pelanggan), petunjuk lokasi penjemputan pelanggan pada peta (<i>map</i>) di aplikasi Gojek/Grab akurat • Pelanggan dapat menemukan lokasi tujuan pada peta (<i>map</i>) di aplikasi Gojek/Grab dengan akurat 	Likert

Dimensi Kualitas Jasa Elektronik (Variabel)	Sumber Data (Zeithaml <i>et al</i> , 2002)	Indikator (Atribut)	Skala Pengukuran
Privasi	Kemampuan perusahaan untuk dapat menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya berupa jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi kartu kredit pelanggan terjamin keamanannya.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan merasa yakin data pribadinya terjaga kerahasiaannya • Pelanggan merasa yakin data pribadinya tidak disalahgunakan oleh perusahaan • Menurut saya (pelanggan), informasi keuangan terkait pembayaran terlindungi kerahasiaannya 	Likert
Daya Tanggap	Kemampuan pengecer <i>online</i> untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah, memiliki mekanisme untuk menangani pengembalian produk dan menyediakan garansi <i>online</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Menurut saya (pelanggan), <i>driver</i> merespon (memberi pesan) dengan cepat pesanan pelanggan • Menurut saya (pelanggan), <i>driver</i> bersikap sabar dalam menghadapi pelanggan • Menurut saya (pelanggan), kesalahan dari pihak perusahaan pada layanan GoRide/GrabBike ditangani dengan cepat 	Likert
Kompensasi	Kemampuan perusahaan yang meliputi pengembalian uang, biaya pengiriman dan biaya penanganan produk.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan mendapatkan asuransi keselamatan selama menggunakan layanan GoRide/ GrabBike • Tersedianya potongan harga (diskon/promo) 	Likert
Kontak	Mencerminkan kebutuhan pelanggan untuk bisa berbicara dengan staf layanan pelanggan secara <i>online</i> atau melalui telepon (dan bukan berkomunikasi dengan mesin).	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan dapat dengan mudah menyampaikan keluhan kepada <i>customer service</i> melalui aplikasi • Pelanggan dapat dengan mudah menghubungi <i>driver</i> 	Likert

Sumber : Pengolahan Data Oleh Peneliti (2020)

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Analisis deskriptif ini dilakukan guna mengetahui serta dapat menjelaskan karakteristik responden yang diteliti pada suatu situasi atau dapat berguna untuk memahami karakteristik organisasi yang menjadi tempat (objek) penelitian. Tujuan analisis ini adalah untuk memberikan sebuah riwayat kepada peneliti yang nantinya peneliti dapat menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena yang menjadi perhatian dari perspektif seseorang, organisasi, orientasi industri atau lainnya (Sekaran dalam Sari, 2010).

Penelitian ini memiliki data responden yang ditabulasikan dan dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian dipersentasakan berdasarkan jumlah seluruh responden. Persentase yang terbesar merupakan faktor yang dominan dari masing-masing variabel yang diteliti. Data yang ada disajikan dalam bentuk tabel deskripsi dan dijelaskan dalam analisis deskripsi. Tabel deskripsi berguna untuk mengetahui karakteristik pelanggan (responden), dimana karakteristik dibagi menjadi empat, yaitu berdasarkan usia, pendidikan terakhir, jenis kelamin dan pekerjaan.

3.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.2.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014:168), uji validitas dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sugiyono (2014:168) juga menyebutkan bahwa validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang diperoleh atau yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Hasil dari suatu penelitian dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Kesalahan instrumen pada penelitian ini diketahui dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* yang dilakukan dengan mengorelasikan masing-masing item dengan nilai total penjumlahan keseluruhan item dan diolah dengan

program SPSS versi 16.0. Terdapat kriteria yang harus dipenuhi apabila hasil penelitian dapat dikatakan valid, yaitu (Sugiyono, 2014):

- a. Jika $r \geq 0,30$, maka mengindikasikan bahwa item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid;
- b. Jika $r < 0,30$, terindikasi bahwa item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka atribut pertanyaan dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga (3), yaitu tingkat kepentingan pelanggan, tingkat kinerja GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember dan tingkat kinerja GrabBike pada Grab Indonesia Cabang Jember sebagai pesaing.

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan dari penelitian (Sugiyono, 2014:168). Dengan demikian, jika terdapat peneliti lain yang mereplikasi atau melakukan penelitian dengan objek yang sama dan dengan metode yang sama maka peneliti tersebut juga akan menghasilkan data yang sama. Instrumen yang reliabel adalah yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan dapat menghasilkan data yang sama pula.

Reliabilitas dari kuesioner (indikator) pada penelitian ini dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* (α) yang diolah menggunakan program SPSS versi 16.0. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar ($>$) dari 0,60, maka kuesioner yang digunakan adalah reliabel, sebaliknya apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil ($<$) dari 0,60, maka kuesioner yang digunakan tidak reliabel (Siswanto, dkk, 2014).

3.7.3 Analisis *Quality Function Deployment* (QFD)

QFD adalah alat perencanaan yang berguna untuk memenuhi harapan pelanggan terhadap produk. Alat perencanaan yang utama pada QFD adalah HOQ. HOQ berguna dalam menerjemahkan suara pelanggan ke dalam persyaratan teknis,

yakni bagaimana cara organisasi agar dapat memenuhi persyaratan tersebut. Penerapan HOQ dapat dilakukan atau disusun dengan langkah-langkah berikut:

1. Mendaftarkan Persyaratan Pelanggan (*What*), persyaratan pelanggan atas suatu produk dapat diketahui dengan membuat daftar tujuan sebagai langkah awal. Daftar ini merupakan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan atau yang diharapkan oleh pelanggan dalam suatu produk, dalam hal ini daftar tersebut terdiri dari dua persyaratan pelanggan, yaitu persyaratan pelanggan primer dan persyaratan pelanggan sekunder. Persyaratan pelanggan primer biasanya lebih bersifat umum, dalam konteks kualitas jasa elektronik meliputi efisiensi, keandalan, pemenuhan, privasi, daya tanggap, kompensasi dan kontak. Kuesioner digunakan pada langkah ini untuk diberikan kepada responden dan kemudian diisi oleh responden tersebut.
2. Mendaftarkan Persyaratan Teknis (*How*), pembuatan atau penyusunan HOQ memiliki tujuan untuk merancang atau mengubah desain dari suatu produk agar memenuhi dan bahkan hingga melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan. Apabila kebutuhan dan harapan pelanggan telah dimasukkan ke daftar persyaratan pelanggan, selanjutnya yang dilakukan adalah menyusun karakteristik teknis. Penyusunan karakteristik teknis atau persyaratan teknis (*how*) ini harus dapat mempengaruhi satu atau lebih persyaratan pelanggan. Daftar persyaratan teknis dibagi menjadi dua, yaitu persyaratan teknis primer (bersifat umum) dan persyaratan teknis sekunder (bersifat *detail*). Untuk memperoleh persyaratan teknis dilakukan wawancara terkendali kepada pihak perusahaan dengan mengacu pada standar mutu jasa transportasi *online*. Untuk pengembangan persyaratan teknis lainnya, dapat diperoleh dengan mengidentifikasi produk sejenis dari kompetitor.
3. Mengembangkan Matriks Hubungan Antara Persyaratan Pelanggan dengan Persyaratan Teknis, hal selanjutnya yang dilakukan adalah membandingkan persyaratan pelanggan dengan persyaratan teknis dan menentukan hubungannya masing-masing. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing penjelasan teknis yang dibuat oleh manajemen

perusahaan mempunyai hubungan yang mampu menjawab dan memenuhi kebutuhan dari pelanggan atau mungkin penjelasan tersebut hanya mendukung pemenuhan persyaratan pelanggan. Dalam persyaratan matriks hubungan digunakan simbol (tanda) yang menyatakan derajat hubungan antara pelanggan dan persyaratan teknis. Simbol yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- = Lingkaran penuh menunjukkan hubungan yang kuat, bernilai 9
- = Lingkaran kosong menunjukkan hubungan medium, bernilai 3
- △ = Segitiga kosong menunjukkan hubungan yang rendah, bernilai 1
- = Kotak kosong menunjukkan tidak adanya hubungan, bernilai 0

Setelah matriks hubungan lengkap, maka selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap baris dan kolom kosong. Suatu baris kosong mengindikasikan bahwa sebuah persyaratan pelanggan tidak dituju oleh persyaratan teknis, yang artinya harapan pelanggan tersebut tidak dapat dipenuhi. Sehingga harus dipertimbangkan mengenai persyaratan teknis lain (tambahan) guna memuaskan atau memenuhi persyaratan pelanggan tersebut. Sebuah persyaratan yang kosong juga menandakan bahwa sebuah persyaratan teknis tersebut tidak mempengaruhi pelanggan yang ada dan dapat dihilangkan dari HOQ. Matriks hubungan antara persyaratan pelanggan dan persyaratan teknis dapat ditunjukkan pada Tabel 3.2:

Tabel 3.2 Matriks Hubungan Antara Persyaratan Pelanggan dan Teknis

Persyaratan Pelanggan	Persyaratan Teknis	Primer		Primer	
		Sekunder	Sekunder	Sekunder	Sekunder
Primer	Sekunder				
	Sekunder				
	Sekunder				
Primer	Sekunder				
	Sekunder				
	Sekunder				

Sumber : Besterfield dalam Risenasari (2009)

4. Mengembangkan Matriks Hubungan Antara Persyaratan Teknis, matriks hubungan antar persyaratan teknis digunakan untuk mengidentifikasi apa saja persyaratan teknis yang mendukung satu sama lain dan juga persyaratan teknis yang saling berlawanan atau bertentangan. Pada penelitian ini, hubungan atau kekuatan antar persyaratan teknis ditunjukkan dengan beberapa simbol, yaitu:

- ✓✓ = Hubungan positif kuat, bernilai (+ 9)
- ✓ = Hubungan positif lemah, bernilai (+ 3)
- X = Hubungan negatif lemah, bernilai (- 3)
- XX = Hubungan negatif kuat, bernilai (- 9)
- = Tidak ada hubungan, bernilai (0)

Matriks hubungan antar persyaratan teknis dapat ditunjukkan pada Tabel 3.3:

Tabel 3.3 Mariks Hubungan Antara Persyaratan Teknis

Persyaratan Teknis	Persyaratan Teknis	Primer		Primer	
		Sekunder	Sekunder	Sekunder	Sekunder
Primer	Sekunder				
	Sekunder				
	Sekunder				
Primer	Sekunder				
	Sekunder				
	Sekunder				

Sumber : Besterfield dalam Risenasari (2009)

5. Penilaian Kompetitif, penilaian ini adalah tabel bobot (atau grafik) yang menggambarkan penilaian produk dari kompetitor. Tabel ini dibedakan menjadi dua kategori, yaitu penilaian kompetitif pelanggan dan penilaian kompetitif teknis. Penilaian kompetitif pelanggan akan membuat suatu blok kolom yang berhubungan dengan setiap persyaratan pelanggan. Dalam HOQ, tabel ini berada disisi kanan matriks hubungan. Sedangkan penilaian kompetitif teknis akan membuat sebuah blok baris yang berhubungan dengan

setiap persyaratan teknis dan letaknya berada dibawah matriks hubungan. Pada penelitian ini, penilaian kompetitif pelanggan dan kompetitif teknis digunakan skala Likert Lima Tingkat dengan bobot sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Baik
- 2 = Tidak Baik
- 3 = Cukup Baik
- 4 = Baik
- 5 = Sangat Baik

6. Mengembangkan Prioritas Persyaratan Pelanggan, prioritas persyaratan pelanggan ini akan membuat sebuah blok kolom yang berhubungan dengan setiap persyaratan pelanggan, prioritas ini dalam HOQ terletak disisi kanan penilaian kompetitif pelanggan. Prioritas persyaratan pelanggan terdiri dari kolom untuk kepentingan bagi pelanggan, nilai sasaran, faktor skala kenaikan, poin penjualan dan bobot absolut. Setiap persyaratan pelanggan diberi nilai atau *rating* berdasarkan tingkat kepentingannya bagi pelanggan. *Rating* kepentingan ini dapat berguna untuk memprioritaskan usaha dan membuat keputusan *trade-off*. Dalam penelitian ini, dalam menyusun kolom kepentingan digunakan skala Likert Lima Tingkat, yaitu:

- 1 = Sangat Tidak Penting
- 2 = Tidak Penting
- 3 = Cukup Penting
- 4 = Penting
- 5 = Sangat Penting

Nilai sasaran ditentukan dengan melakukan evaluasi penilaian dari setiap persyaratan pelanggan dan akan memuat penilaian baru, atau juga berguna untuk memutuskan apakah mereka ingin mempertahankan produk mereka agar tidak berubah, memperbaiki produk atau mungkin membuat produk mereka menjadi lebih baik dari kompetitornya. Pada penelitian ini, digunakan skala Likert Lima Tingkat untuk nilai sasaran, yaitu:

- 1 = Sangat Tidak Ingin
- 2 = Tidak Ingin

- 3 = Cukup Ingin
- 4 = Ingin
- 5 = Sangat Ingin

Selanjutnya faktor skala kenaikan, yaitu rasio antara nilai sasaran dengan *rating* produk dalam penilaian kompetitif pelanggan. Semakin tinggi nilainya, maka akan semakin banyak usaha yang harus dilakukan dalam hal pengembangan produk. Kemudian poin penjualan, hal ini menunjukkan seberapa besar manfaat dari penjualan yang (mungkin) diperoleh apabila terjadi perubahan-perubahan terhadap atribut-atribut tertentu. Untuk penentuan titik penjualan terhadap atribut-atribut dalam penelitian, hal ini ditetapkan oleh pihak perusahaan. Cara penentuannya adalah dengan menggunakan skala penelitian:

- a. Nilai 1,0 (*status quo*), hal ini berarti perubahan tentang atribut yang ada tidak memberikan pengaruh tambahan manfaat dan juga tidak mengurangi kualitas pelayanan.
- b. Nilai 1,2, menjelaskan bahwa perubahan mengenai atribut yang ada memberikan pengaruh yang kecil terhadap penjualan dan diperlukan perbaikan hanya dari segi teknis.
- c. Nilai 1,5, hal ini menunjukkan perubahan tentang atribut yang ada memberikan pengaruh yang besar kepada penjualan dan akan ditekankan pada program pemasaran.

Terakhir adalah bobot absolut, bobot ini didapatkan dari perkalian antara kepentingan bagi pelanggan, faktor skala kenaikan dan poin penjualan untuk setiap persyaratan pelanggan. Setelah menjumlahkan seluruh bobot absolut, kemudian dilakukan perhitungan persentase *ranking* untuk setiap persyaratan pelanggan.

7. Mengembangkan Prioritas Persyaratan Teknis, prioritas persyaratan teknis ini akan membuat suatu blok baris yang berhubungan dengan setiap persyaratan teknis, prioritas ini dalam HOQ terletak dibawah penilaian kompetitif teknis. Prioritas persyaratan teknis terdiri dari derajat kesulitan teknis, nilai sasaran,

bobot absolut dan bobot relatif. Derajat kesulitan membantu dalam hal melakukan evaluasi kemampuan untuk mengimplementasikan setiap persyaratan teknis yang ditunjukkan pada baris pertama dari prioritas teknis. Derajat kesulitan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert Lima Tingkat, yaitu:

- 1 = Sangat Sulit
- 2 = Sulit
- 3 = Cukup Mudah
- 4 = Mudah
- 5 = Sangat Mudah

Kemudian nilai sasaran persyaratan teknis, nilai ini ditentukan oleh tim atau divisi QFD dari pengembangan produk dan akan dimasukkan dibawah derajat kesulitan teknis. Hal ini merupakan ukuran objektif yang mendefinisikan nilai yang harus didapatkan untuk mencapai persyaratan teknis. Penelitian ini dalam penentuan nilai sasaran persyaratan teknisnya, maka digunakan skala Likert Lima Tingkat, yaitu:

- 1 = Sangat Tidak Baik
- 2 = Tidak Baik
- 3 = Cukup Baik
- 4 = Baik
- 5 = Sangat Baik

Selanjutnya, terdapat dua baris yang paling akhir dari persyaratan teknis, yaitu bobot absolut dan bobot relatif. Bobot absolut menunjukkan persyaratan teknis yang ditentukan dengan mengalikan nilai simbol pada matriks hubungan antara persyaratan pelanggan dengan persyaratan teknis, dengan nilai kepentingan persyaratan pelanggan pada baris yang sama, kemudian dijumlahkan. Pada penelitian ini, perhitungan bobot absolut persyaratan teknis ke-j dapat dihitung dengan rumus:

$$a_j = \sum_{i=1}^n R_{ij} \times C_i$$

Dimana:

- a_j = Vektor baris dari bobot absolut untuk persyaratan teknis
($j = 1, \dots, m$)
- R_{ij} = Bobot yang ditunjukkan oleh matriks hubungan ($i = 1, \dots, n$;
 $j = 1, \dots, m$)
- C_i = Vektor kolom dari nilai kepentingan persyaratan pelanggan
($i = 1, \dots, n$)
- m = Nomor persyaratan teknis
- n = Nomor persyaratan pelanggan

Bobot relatif untuk persyaratan teknis ke- j ditentukan dengan cara yang sama dengan bobot absolut, tetapi dengan mengganti (derajat) kepentingan untuk persyaratan pelanggan menjadi bobot absolut untuk persyaratan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini dalam perhitungan bobot relatif menggunakan rumus sebagai berikut:

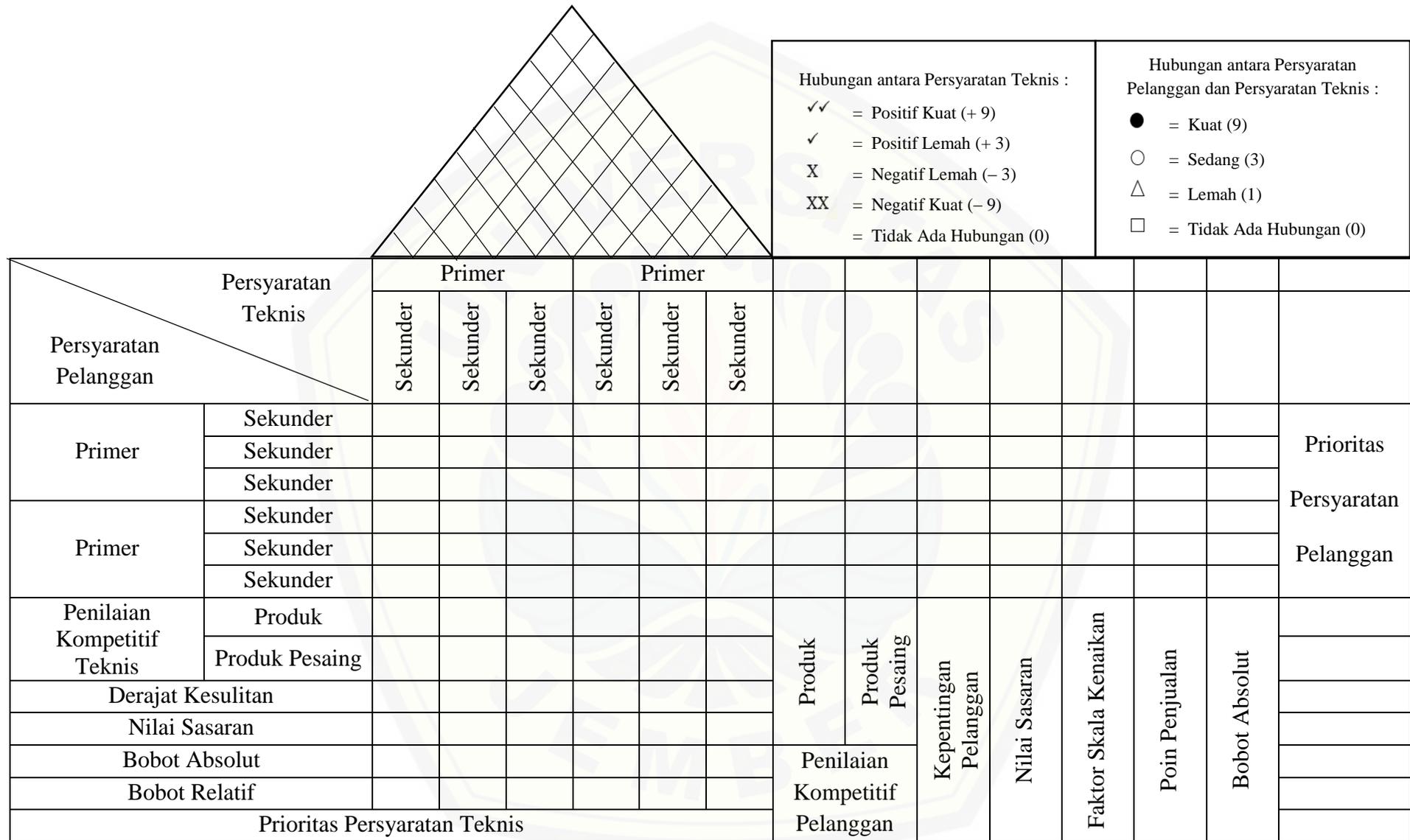
$$b_j = \sum_{i=1}^n R_{ij} \times D_i$$

Dimana:

- b_j = Vektor baris dari bobot relatif untuk persyaratan teknis
($j = 1, \dots, m$)
- D_i = Vektor kolom dari bobot absolut untuk persyaratan pelanggan
($i = 1, \dots, n$)

Nilai atau *rating* absolut dan relatif yang lebih tinggi mengindikasikan area dimana usaha teknis butuh untuk lebih dikonsentrasikan. Perbedaan antara bobot absolut dan relatif yang utama adalah bobot relatif mencakup faktor skala kenaikan dan poin penjualan. Bobot ini menunjukkan dampak dari karakteristik teknis pada persyaratan pelanggan. Sama halnya dengan derajat kesulitan teknis, keputusan dapat dibuat dengan memperhatikan dimana mengalokasikan sumber daya untuk perbaikan kualitas.

Penyelesaian seluruh langkah-langkah diatas akan dapat membentuk matriks HOQ. Matriks HOQ ditunjukkan pada Gambar 3.1:

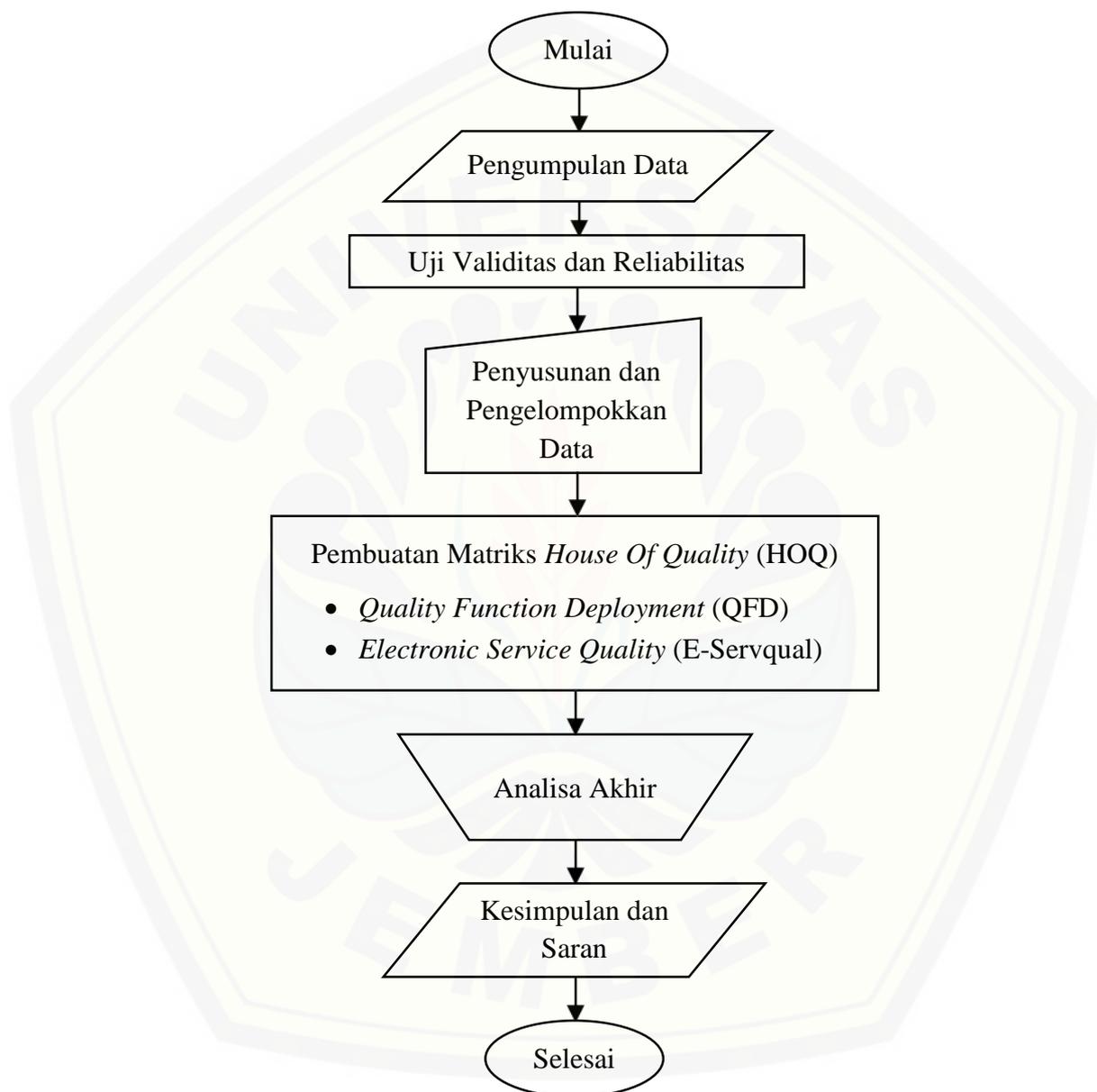


Gambar 3.1 Matriks HOQ Dasar

Sumber : Besterfield dalam Risenasari (2009)

3.8 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.2 dibawah ini:



Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan:

- a. Mulai, adalah titik awal atau dimulainya penelitian, yang meliputi analisis fenomena, perumusan masalah, penentuan objek penelitian, penentuan sampel penelitian serta penentuan teknik pengolahan data.
- b. Pengumpulan Data, adalah tahap pengambilan atau pengumpulan data yang dilakukan dengan menyusun dan menyebarkan kuesioner kepada sampel (responden) penelitian atau pelanggan layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember. Selain menyebarkan kuesioner, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada pihak Gojek Indonesia Cabang Jember.
- c. Uji Validitas dan Reliabilitas, merupakan uji yang dilakukan pada setiap atribut (item pertanyaan). Hal ini dilakukan dengan tujuan agar peneliti mengetahui atribut-atribut apa saja yang perlu dimasukkan dalam Matriks HOQ.
- d. Penyusunan dan Pengelompokkan Data, adalah tahap yang dilakukan peneliti untuk mengelompokkan data yang sesuai dengan atributnya. Jawaban yang diinginkan oleh peneliti terbagi menjadi tiga, yaitu tingkat kepentingan pelanggan, tingkat kinerja GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember dan tingkat kinerja GrabBike pada Grab Indonesia Cabang Jember sebagai pesaing.
- e. Pembuatan Matriks *House Of Quality* (HOQ), merupakan tahap memasukkan (*entry*) data yang telah diolah pada Matriks HOQ. Metode QFD digunakan pada tahap ini dengan E-Servqual sebagai dimensinya.
- f. Analisa Akhir adalah tahap pengamatan dan penentuan hal yang harus ditingkatkan dalam kualitas layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember.
- g. Kesimpulan dan Saran adalah hasil yang telah diperoleh tentang apa yang seharusnya ditingkatkan dalam kualitas layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember serta memberikan saran lain yang dibutuhkan oleh pihak-pihak terkait.
- h. Selesai adalah titik yang menunjukkan akhir atau berhentinya proses penelitian.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Analisis kualitas jasa elektronik dengan metode QFD pada penelitian ini terdiri dari tujuh (7) dimensi kualitas jasa elektronik yang terbagi menjadi 18 persyaratan pelanggan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember dan 21 persyaratan teknis yang dimiliki oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hubungan yang dihasilkan oleh persyaratan pelanggan dan persyaratan teknis adalah 35 hubungan kuat, 12 hubungan sedang, 12 hubungan lemah dan 319 tidak ada hubungan sama sekali. Kemudian hubungan yang dihasilkan antara persyaratan teknis adalah 26 pasang memiliki hubungan positif kuat, lima (5) pasang memiliki hubungan positif lemah, enam (6) pasang memiliki hubungan negatif lemah, 11 pasang memiliki hubungan negatif kuat dan 173 pasang tidak memiliki hubungan sama sekali.

Penerapan metode QFD pada penelitian ini juga menghasilkan urutan prioritas untuk persyaratan pelanggan dan persyaratan teknis pada setiap dimensi kualitas jasa elektronik yang berguna sebagai informasi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas kinerjanya. Prioritas persyaratan pelanggan diurutkan berdasarkan faktor skala kenaikan, poin penjualan dan bobot absolut, sehingga diperoleh urutan prioritas utama persyaratan pelanggan dari yang paling dianggap penting hingga dianggap tidak penting, yakni (1) *Driver* menjemput pelanggan sesuai dengan estimasi waktu yang tercantum pada aplikasi (dimensi Pemenuhan); (2) Tidak ada *error* atau masalah yang dialami pelanggan dalam menggunakan aplikasi (dimensi Keandalan); (3) Kesalahan dari pihak perusahaan pada layanan GoRide ditangani dengan cepat (dimensi Daya Tanggap); (4) Pelanggan dapat dengan mudah menyampaikan keluhan kepada *customer service* melalui aplikasi (dimensi Kontak); (5) Pelanggan mendapatkan asuransi keselamatan selama menggunakan layanan GoRide (dimensi Kompensasi); (6) Pelanggan merasa yakin

data pribadinya terjaga kerahasiaannya dan Informasi keuangan terkait pembayaran terlindungi kerahasiaannya (dimensi Privasi); dan (7) Pelanggan dapat menemukan *driver* dengan mudah (dimensi Efisiensi).

Selanjutnya penelitian ini dalam menentukan prioritas persyaratan teknis didasarkan oleh bobot relatif, yaitu jenis pengurutan yang lebih baik daripada bobot absolut. Maka berdasarkan bobot relatif, diperoleh urutan prioritas persyaratan teknis dari yang paling dianggap penting hingga dianggap tidak penting untuk segera ditingkatkan, yakni (1) Menerapkan *upgrade* atau peningkatan sistem aplikasi setiap periode tertentu (dimensi Keandalan); (2) Tersedianya fitur *Help* pada aplikasi Gojek (dimensi Kontak); (3) Memperluas cakupan wilayah agar terdeteksi di peta (*map*) (dimensi Pemenuhan); (4) Pelanggan dapat melaporkan masalah yang dihadapi atau kesalahan dari *driver* dengan menghubungi *customer service* melalui *call center*, *e-mail* atau media sosial Gojek (dimensi Daya Tanggap); (5) Adanya sistem penyimpanan satu jalur (tidak bercabang) disertai perlindungan data pelanggan yang masuk ke *database* perusahaan (dimensi Privasi); (6) Adanya kerja sama dengan Pasar Polis sebagai perusahaan asuransi, sehingga pelanggan akan mendapat perlindungan dari tempat penjemputan hingga tiba ditujuan (dimensi Kompensasi); dan (7) Tersedianya informasi layanan GoRide di *website*, media sosial dan pada aplikasi Gojek (dimensi Efisiensi).

5.2 Saran

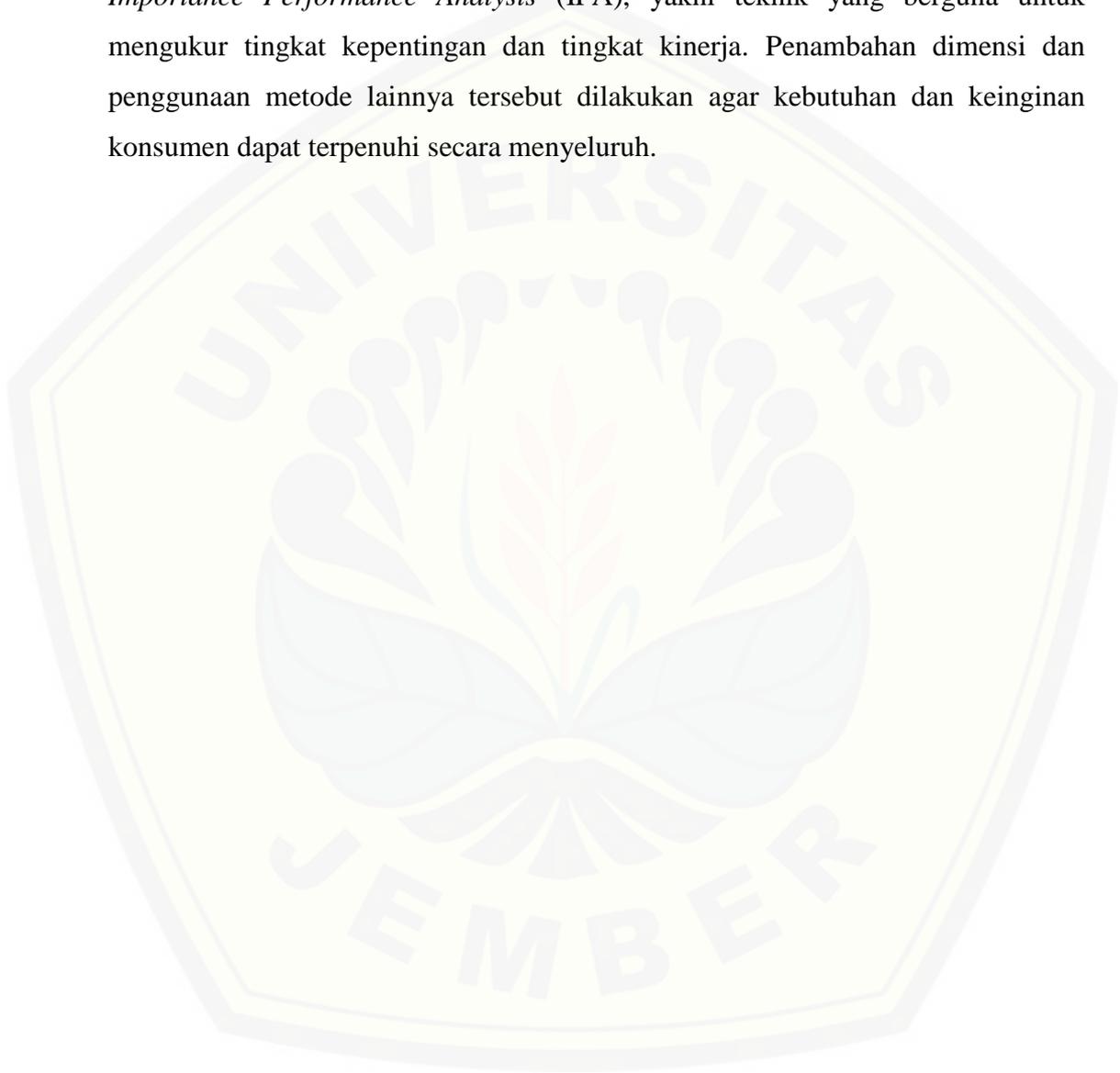
Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh tingkat kepentingan pelanggan layanan GoRide pada Gojek Indonsia Cabang Jember terkait persyaratan pelanggan berada pada prioritas sangat penting, sehingga layanan GoRide pada Gojek Indonsia Cabang Jember diharapkan mampu untuk memberikan layanan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan serta dapat menindaklanjuti persyaratan teknis yang dianggap penting tetapi belum dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Gojek Indonesia Cabang Jember diharapkan melakukan usaha peningkatan kualitas layanan GoRide sesuai dengan daftar urutan prioritas utama persyaratan teknis yang telah dianalisis oleh peneliti.

Fokus utama peningkatan kualitas layanan diharapkan dilakukan pada atribut “Menerapkan *upgrade* atau peningkatan sistem aplikasi setiap periode tertentu”, karena atribut tersebut merupakan atribut yang memiliki prioritas pertama dalam daftar urutan prioritas utama persyaratan teknis. Selanjutnya perusahaan diharapkan meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan daftar urutan prioritas utama persyaratan teknis, yaitu Tersedianya fitur *Help* pada aplikasi Gojek, Memperluas cakupan wilayah agar terdeteksi di peta (*map*), Pelanggan dapat melaporkan masalah yang dihadapi atau kesalahan dari *driver* dengan menghubungi *customer service* melalui *call center*, *e-mail* atau media sosial Gojek, Adanya sistem penyimpanan satu jalur (tidak bercabang) disertai perlindungan data pelanggan yang masuk ke *database* perusahaan, Adanya kerja sama dengan Pasar Polis sebagai perusahaan asuransi, sehingga pelanggan akan mendapat perlindungan dari tempat penjemputan hingga tiba ditujuan dan Tersedianya informasi layanan GoRide di *website*, media sosial dan pada aplikasi Gojek.

Perusahaan juga diharapkan meningkatkan koordinasi antar manajemen yang selama ini dilakukan agar persyaratan teknis yang dimiliki layanan GoRide dapat dilakukan dan diberikan secara optimal kepada pelanggan, serta perusahaan diharapkan meningkatkan kualitas kinerja setiap persyaratan teknisnya. Peningkatan kualitas kinerja dapat dilakukan melalui evaluasi dan perbaikan sistem yang digunakan saat ini, baik pada sistem di aplikasi maupun sistem di kantor Gojek Indonesia Cabang Jember. Kemudian perusahaan juga diharapkan dapat melakukan peningkatan kualitas sumber daya manusia, yakni dengan melakukan pelatihan (*workshop*) kepada seluruh tingkatan manajemen Gojek Indonesia Cabang Jember terkait bidang yang menjadi tugas karyawan tersebut. Hal tersebut dilakukan dengan harapan koordinasi yang terjadi antar manajemen dapat terjalin dengan baik sehingga usaha untuk meningkatkan kualitas kinerja dapat dilakukan dengan cepat dan tepat.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi bagi penelitian selanjutnya, serta mampu mengembangkan penelitiannya dengan menambah dimensi E-Servqual, memberikan metode baru atau menggunakan metode lainnya. Sesuai dengan jurnal dari Sahney, Banwet &

Karunes (2004), dimensi E-Servqual lain yang dapat digunakan adalah Konten (*content*), kemudian pada jurnal dari Ho dan Lee (2007), terdapat dimensi Kualitas Informasi (*information quality*), Hubungan Pelanggan (*customer relationship*). Selain itu, metode atau teknik lain yang dapat digunakan adalah menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA), yakni teknik yang berguna untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Penambahan dimensi dan penggunaan metode lainnya tersebut dilakukan agar kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi secara menyeluruh.



DAFTAR PUSTAKA

- Abi Research. 2019. *Grab and Go-Jek Reinventing On Demand Mobility To Go Beyond Ridesharing For Sustained Profitability*. <https://www.abiresearch.com/press/apac-ride-hailing-apps-go-on-steroids-to-offer-super-apps-in-effort-to-offset-universal-losses/> (Diakses pada 01 Desember 2019).
- Adiandari, Ade M. Winata, H. Fitriandari, M. dan Hariguna, T. 2019. Improving The Quality of Internet Banking Service: An Implementation of The Quality Function Deployment (QFD) Concept. *Management Science Letters*. 10(2020):1121-1128.
- Anisah, Rifa R. Suhendra Agus A. dan Chumaidiyah, Endang. 2018. Peningkatan Kualitas Layanan Pada Platform PT. Metra Plasa (Blanja.com) dengan Penerapan Integrasi Metode E-Servqual, Model Kano dan Quality Function Deployment (QFD). *E-Proceeding of Engineering*. 5(3):7339-7348.
- Cognoscenti Consulting Group. 2015. *Standar Internasional ISO 9001:2015 Sistem Manajemen Mutu-Persyaratan ISO 9001:2015*. standarpangan.pom.go.id/dokumen/qms/dokumen-level-c/C1-Sistem-Manajemen-Mutu_ISO_9001_2015.pdf. (Diakses pada 11 Oktober 2019).
- Erwin, Mutiara E. dan Nugroho, Susatyo. 2015. Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Internet Banking Bank Bukopin dengan Metode Fuzzy, E-Servqual, IPA, dan Usulan Perbaikan dengan Metode QFD. *Industrial Engineering Online Journal*. 1(4):7689.
- Gaspersz, Vincent. 2001. *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gojek. 2019. *Tentang Kami*. www.gojek.com. (Diakses pada 01 Januari 2020)
- Google dan TEMASEK. 2019. *E-Conomy SEA 2019 Swipe Up and To The Right: Southeast Asia's \$100 billion internet economy*. Google.
- Grab. 2019. *Tentang Grab*. www.grab.com (Diakses pada 01 Januari 2020).
- Hani, Eldin. 2002. *The Investment Banking And Project Finance*. Egypt: Queen Mary.

- Hardianti, Siti H. 2016. Hubungan antara Motivasi Kerja Dengan Pengambilan Keputusan Alih Profesi Dari Karyawan Menjadi Driver Gojek. *Tesis*. Jakarta: Program Pasca Sarjana Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Heizer, J. dan B. Render. 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ho, C. I. & Lee, Y. L. 2007. The Development Of An E-Travel Service Quality Scale. *Tourism Management*. 28(6):1434-1449
- Laricha, Lithrone S dan Saryatmo, Agung. 2017. Analisis Kualitas Layanan Pada Perusahaan Jasa Travel Agent berbasis E-Commerce dengan Metode E-Servqual dan Quality Function Deployment. *Jurnal Manajemen*. 13(2):85-191.
- Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia. 2018. *Ringkasan Hasil Survei Dampak Go-Jek Terhadap Perekonomian Indonesia*. [Ldfebui.org/wp-content/uploads/2018/03/Lembar-Fakta-Ringkasan-Hasil-Survei-LD-FEB-UI](http://ldfebui.org/wp-content/uploads/2018/03/Lembar-Fakta-Ringkasan-Hasil-Survei-LD-FEB-UI). 29 Desember 2019.
- Miro, Fidel. 2012. *Pengantar Sistem Transportasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurhidayah, Muhammad P. Judiarni, Justina A. dan Yudaruddin, Rizky. 2017. Perspektif Konsumen Terhadap Layanan E-Commerce dengan Tinjauan E-Servqual dan Quality Function Deployment. *Prosiding Seminar Nasional Manajemendan Ekonomi Bisnis*. (1):430-438.
- Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia No. 12 Tahun 2019. *Perlindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor Yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat*. 1 Mei 2019. Menteri Perhubungan Republik Indonesia. Jakarta.
- Risnasari, Hepi. 2009. *Penerapan Metode Quality Function Deployment(QFD) dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Restoran Pringjajar Kabupaten Pematang Jawa Tengah*. Skripsi tidak diterbitkan. Bogor: Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.

- Sahney, S., Banwet, D., & Karunes, S. (2004). SERVQUAL and QFD Approach to Total Quality Education. *International Journal of Productivity and Performance Management*. 143-166.
- Santos, J. 2003. E-Service Quality: A Model of Virtual Service Quality Dimensions. *Managing Service Quality*. 13(3):233-246.
- Sari, Vita Pratama. 2010. *Analisis Total Quality Service dengan Penerapan Quality Function Deployment (Studi Pada PDAM Kota Surakarta)*. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Siswanto, Susila dan Suyanto. 2014. *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Kedokteran*. Yogyakarta: Bursa Ilmu.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibisono, Dermawan. 2005. *Metode Penelitian & Analisis Data*. Jakarta: Salemba.
- Wicaksono, Adhitya Wahyu. 2013. Penerapan Metode QFD (Quality Function Deployment) Pada Rencana Pengembangan Sekolah Di SMKN 2 Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Teknik: Universitas Yogyakarta.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta Barat: PT.Indeks.
- Witarsyah, D. Soesanto, Rayinda P. Kamil, Muhammad M. dan Renadri, Rizky A. 2014. Perancangan E-Business di CV. Trimata Unggul Sadaya Menggunakan Metode Quality Function Deployment dan E-Servqual. *Jurnal Rekayasa Sistem dan Industri*. (2):82-87.
- Zeithaml et al. 2002. *Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge*. New York: McGraw-Hill.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/Saudari

Pelanggan Gojek Indonesia Cabang Jember

Di Tempat

Responden yang terhormat,

Saya Luthfi Gilang Yoga Pranata (160810201016), sebagai Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang tengah melakukan penelitian tentang “**Analisis Kualitas Jasa Elektronik Atas Layanan GoRide Pada Gojek Indonesia Cabang Jember Dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment (QFD)***”. Penelitian ini merupakan bagian dari skripsi, dimana data dari kuesioner ini akan berguna sebagai bahan analisis oleh peneliti.

Demi tercapainya hasil yang diinginkan, peneliti memohon **kesediaan Anda (sebagai responden) untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner** ini secara lengkap dan benar. **Informasi yang diterima dari wawancara ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan akademis.** Dalam kuesioner ini, tidak ada jawaban yang salah dari Anda, semuanya sesuai dengan apa yang dirasakan atau dialami pribadi masing-masing.

Atas kerja sama dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Luthfi Gilang Yoga Pranata

Mohon untuk mengisi data dengan benar. Beri tanda (√) pada jawaban yang Anda anggap sesuai.

DATA RESPONDEN

- 1) Nomor Responden : (diisi oleh peneliti)
- 2) Usia :
 17–25 Tahun 26–30 Tahun
- 3) Pendidikan Terakhir :
 SMA Strata Dua (S2)
 Diploma Tiga (D3) Lain-lain: (Sebutkan)
 Strata Satu (S1)
- 4) Jenis Kelamin :
 Laki-laki Perempuan
- 5) Pekerjaan :
 PNS Pelajar/Mahasiswa
 Pegawai Swasta Lain-lain: (Sebutkan)
 Wirausaha

**KUESIONER TINGKAT KEPENTINGAN PERSYARATAN PELANGGAN
LAYANAN GORIDE PADA GOJEK INDONESIA CABANG JEMBER**

Pertanyaan:

Menurut Anda, seberapa penting setiap atribut dimensi kualitas jasa elektronik dalam layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember menjadi pertimbangan Anda untuk menggunakan layanan tersebut ?

KETERANGAN:

- ❖ **Sangat Tidak Penting (STP)**, jika pelanggan tidak membutuhkan atribut ini dan tidak pernah memperhatikan atau mengetahui keberadaan atribut tersebut (1).
- ❖ **Tidak Penting (TP)**, apabila pelanggan tidak membutuhkan atribut ini dan jika atribut tersebut tidak ada, tidak akan mempengaruhi pelanggan (2).
- ❖ **Cukup Penting (CP)**, jika atribut dibutuhkan namun masih lebih membutuhkan atribut yang lain dibandingkan dengan atribut ini, atribut ini memberikan nilai tambah bagi perusahaan (3).
- ❖ **Penting (P)**, jika atribut ini sangat dibutuhkan namun jika tidak ada masih dapat ditolerir (4).
- ❖ **Sangat Penting (SP)**, apabila atribut tersebut harus ada (paling dibutuhkan oleh Anda) dan jika tidak ada, maka Anda akan berpindah ke transportasi (konvensional maupun *online*) lainnya (5).

NO.	ATRIBUT KUALITAS JASA	STP	TP	CP	P	SP
DIMENSI EFISIENSI						
1.	Pelanggan dapat menemukan <i>driver</i> dengan mudah					
2.	Pelanggan dapat mengakses informasi tentang layanan GoRide dengan mudah					
3.	Pelanggan dapat mengunduh atau mendapatkan aplikasi Gojek dengan mudah					

DIMENSI KEANDALAN						
4.	Pelanggan dapat melakukan pemesanan melalui aplikasi dengan mudah					
5.	Tidak ada <i>error</i> atau masalah yang dialami pelanggan dalam menggunakan aplikasi					
DIMENSI PEMENUHAN						
6.	Menurut saya (pelanggan), <i>driver</i> menjemput pelanggan sesuai dengan estimasi waktu yang tercantum pada aplikasi					
7.	Menurut saya (pelanggan), petunjuk lokasi penjemputan pelanggan pada peta (<i>map</i>) di aplikasi Gojek akurat					
8.	Pelanggan dapat menemukan lokasi tujuan pada peta (<i>map</i>) di aplikasi Gojek dengan akurat					
DIMENSI PRIVASI						
9.	Pelanggan merasa yakin data pribadinya terjaga kerahasiaannya					
10.	Pelanggan merasa yakin data pribadinya tidak disalahgunakan oleh perusahaan					
11.	Menurut saya (pelanggan), informasi keuangan terkait pembayaran terlindungi kerahasiaannya					
DIMENSI DAYA TANGGAP						
12.	Menurut saya (pelanggan), <i>driver</i> merespon (memberi pesan) dengan cepat pesanan pelanggan					
13.	Menurut saya (pelanggan), <i>driver</i> bersikap sabar dalam menghadapi pelanggan					
14.	Menurut saya (pelanggan), kesalahan dari pihak perusahaan pada layanan GoRide ditangani dengan cepat					

DIMENSI KOMPENSASI					
15.	Pelanggan mendapatkan asuransi keselamatan selama menggunakan layanan GoRide				
16.	Tersedianya potongan harga (diskon/promo)				
DIMENSI KONTAK					
17.	Pelanggan dapat dengan mudah menyampaikan keluhan kepada <i>customer service</i> melalui aplikasi				
18.	Pelanggan dapat dengan mudah menghubungi <i>driver</i>				

**KUESIONER TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN LAYANAN
GORIDE PADA GOJEK INDONESIA CABANG JEMBER**

Pertanyaan:

Menurut Anda, seberapa baik kualitas layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember ?

KETERANGAN:

- ❖ **Sangat Tidak Baik (STB)**, apabila kinerja dari layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember tidak memenuhi kepuasan pelanggan dan perusahaan tidak berusaha untuk memperbaiki kinerja layanan tersebut (1).
- ❖ **Tidak Baik (TB)**, jika kinerja layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember tidak memenuhi kepuasan pelanggan (2).
- ❖ **Cukup Baik (CB)**, apabila kinerja dari layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember masih terdapat beberapa kekurangan, tetapi cukup dalam memenuhi kepuasan pelanggan (3).
- ❖ **Baik (B)**, apabila kinerja dari layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember telah memenuhi kepuasan pelanggan, tetapi masih diperlukan upaya peningkatan (4).
- ❖ **Sangat Baik (SB)**, jika kinerja layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember telah memenuhi kepuasan pelanggan (5).

NO.	ATRIBUT KUALITAS JASA	STB	TB	CB	B	SB
DIMENSI EFISIENSI						
1.	Pelanggan dapat menemukan <i>driver</i> dengan mudah					
2.	Pelanggan dapat mengakses informasi tentang layanan GoRide dengan mudah					
3.	Pelanggan dapat mengunduh atau mendapatkan aplikasi Gojek dengan mudah					

DIMENSI KEANDALAN						
4.	Pelanggan dapat melakukan pemesanan melalui aplikasi dengan mudah					
5.	Tidak ada <i>error</i> atau masalah yang dialami pelanggan dalam menggunakan aplikasi					
DIMENSI PEMENUHAN						
6.	Menurut saya (pelanggan), <i>driver</i> menjemput pelanggan sesuai dengan estimasi waktu yang tercantum pada aplikasi					
7.	Menurut saya (pelanggan), petunjuk lokasi penjemputan pelanggan pada peta (<i>map</i>) di aplikasi Gojek akurat					
8.	Pelanggan dapat menemukan lokasi tujuan pada peta (<i>map</i>) di aplikasi Gojek dengan akurat					
DIMENSI PRIVASI						
9.	Pelanggan merasa yakin data pribadinya terjaga kerahasiaannya					
10.	Pelanggan merasa yakin data pribadinya tidak disalahgunakan oleh perusahaan					
11.	Menurut saya (pelanggan), informasi keuangan terkait pembayaran terlindungi kerahasiaannya					
DIMENSI DAYA TANGGAP						
12.	Menurut saya (pelanggan), <i>driver</i> merespon (memberi pesan) dengan cepat pesanan pelanggan					
13.	Menurut saya (pelanggan), <i>driver</i> bersikap sabar dalam menghadapi pelanggan					
14.	Menurut saya (pelanggan), kesalahan dari pihak perusahaan pada layanan GoRide ditangani dengan cepat					

DIMENSI KOMPENSASI					
15.	Pelanggan mendapatkan asuransi keselamatan selama menggunakan layanan GoRide				
16.	Tersedianya potongan harga (diskon/promo)				
DIMENSI KONTAK					
17.	Pelanggan dapat dengan mudah menyampaikan keluhan kepada <i>customer service</i> melalui aplikasi				
18.	Pelanggan dapat dengan mudah menghubungi <i>driver</i>				

**KUESIONER TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN LAYANAN GORIDE
PADA GOJEK INDONESIA CABANG JEMBER TERHADAP LAYANAN
GRABBIKE PADA GRAB INDONESIA CABANG JEMBER**

Pertanyaan:

Menurut Anda, seberapa baik kualitas layanan GrabBike pada Grab Indonesia Cabang Jember sebagai pesaing layanan GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember ?

KETERANGAN:

- ❖ **Sangat Tidak Baik (STB)**, jika kinerja dari layanan GrabBike pada Grab Indonesia Cabang Jember tidak memenuhi kepuasan pelanggan dan perusahaan tidak berusaha untuk memperbaiki kinerja layanan tersebut (1).
- ❖ **Tidak Baik (TB)**, apabila kinerja dari layanan GrabBike pada Grab Indonesia Cabang Jember tidak memenuhi kepuasan pelanggan (2).
- ❖ **Cukup Baik (CB)**, jika kinerja dari layanan GrabBike pada Grab Indonesia Cabang Jember masih terdapat beberapa kekurangan, tetapi cukup dalam memenuhi kepuasan pelanggan (3).
- ❖ **Baik (B)**, apabila kinerja dari layanan GrabBike pada Grab Indonesia Cabang Jember telah memenuhi kepuasan pelanggan, tetapi masih diperlukan upaya peningkatan (4).
- ❖ **Sangat Baik (SB)**, jika kinerja dari layanan GrabBike pada Grab Indonesia Cabang Jember telah memenuhi kepuasan pelanggan (5).

NO.	ATRIBUT KUALITAS JASA	STB	TB	CB	B	SB
DIMENSI EFISIENSI						
1.	Pelanggan dapat menemukan <i>driver</i> dengan mudah					
2.	Pelanggan dapat mengakses informasi tentang layanan GrabBike dengan mudah					
3.	Pelanggan dapat mengunduh atau mendapatkan aplikasi Grab dengan mudah					

DIMENSI KEANDALAN						
4.	Pelanggan dapat melakukan pemesanan melalui aplikasi dengan mudah					
5.	Tidak ada <i>error</i> atau masalah yang dialami pelanggan dalam menggunakan aplikasi					
DIMENSI PEMENUHAN						
6.	Menurut saya (pelanggan), <i>driver</i> menjemput pelanggan sesuai dengan estimasi waktu yang tercantum pada aplikasi					
7.	Menurut saya (pelanggan), petunjuk lokasi penjemputan pelanggan pada peta (<i>map</i>) di aplikasi Grab akurat					
8.	Pelanggan dapat menemukan lokasi tujuan pada peta (<i>map</i>) di aplikasi Grab dengan akurat					
DIMENSI PRIVASI						
9.	Pelanggan merasa yakin data pribadinya terjaga kerahasiaannya					
10.	Pelanggan merasa yakin data pribadinya tidak disalahgunakan oleh perusahaan					
11.	Menurut saya (pelanggan), informasi keuangan terkait pembayaran terlindungi kerahasiaannya					
DIMENSI DAYA TANGGAP						
12.	Menurut saya (pelanggan), <i>driver</i> merespon (memberi pesan) dengan cepat pesanan pelanggan					
13.	Menurut saya (pelanggan), <i>driver</i> bersikap sabar dalam menghadapi pelanggan					
14.	Menurut saya (pelanggan), kesalahan dari pihak perusahaan pada layanan GrabBike ditangani dengan cepat					

DIMENSI KOMPENSASI					
15.	Pelanggan mendapatkan asuransi keselamatan selama menggunakan layanan GrabBike				
16.	Tersedianya potongan harga (diskon/promo)				
DIMENSI KONTAK					
17.	Pelanggan dapat dengan mudah menyampaikan keluhan kepada <i>customer service</i> melalui aplikasi				
18.	Pelanggan dapat dengan mudah menghubungi <i>driver</i>				

Lampiran 2. Hasil Wawancara Penentuan Persyaratan Teknis Layanan GoRide

Keterangan:

PS : Peneliti Skripsi

MP : Manajer Pelayanan & Pemasaran Gojek Indonesia Cabang Jember

PS : Assalamu'alaikum, Pak.

MP : Wa'alaikumsalam, ada yang bisa saya bantu?

PS : Perkenalkan nama saya Luthfi Gilang Yoga Pranata, saya salah satu mahasiswa dari Universitas Jember, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, saya disini ingin melakukan wawancara terkait layanan GoRide.

MP : Baiklah, silahkan duduk Dik.

PS : Terima kasih. Begini Pak, saya ingin menanyakan beberapa pertanyaan terkait kualitas layanan GoRide. Untuk pertanyaan pertama, saya ingin menanyakan menurut bapak selama ini apa upaya dari pihak Gojek agar pelanggan dapat menemukan driver dengan cepat?

MP : Pada sistem pengambilan *driver* yang akan diberikan kepada pelanggan yang memesan layanan GoRide adalah dengan menggunakan *driver* yang letaknya paling dekat dengan pelanggan dan tidak melebihi jangkauan 10 km dari pelanggan. Selain itu jumlah *driver* kami banyak dan menyebar di beberapa wilayah, itu sangat memungkinkan sekali pelanggan bisa mendapatkan *driver* dengan cepat.

PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan atau tetap saja atau perlu dikurangi?

MP : Menurut saya sebaiknya perlu ditingkatkan.

PS : Oh, jadi begitu ya pak. Bagaimana cara Gojek membantu pelanggannya yang ingin mencari informasi terkait layanan GoRide dengan mudah?

MP : Kami menyediakan informasi tentang layanan yang ditawarkan Gojek pada *website*, *social media* dan pada aplikasi Gojek sendiri telah disertakan penjelasan terkait layanan yang ditawarkan Gojek salah satunya ya... GoRide itu.

- PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?
- MP : Hmm... ditingkatkan saja.
- PS : Apakah menurut Bapak pelanggan dapat mengunduh atau mendapatkan aplikasi dengan mudah?
- MP : Tentu saja, karena kan... aplikasi Gojek bisa di unduh di *Play Store* dan *App Store*. Ya tentunya mudah utk mendapatkannya.
- PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?
- MP : Menurut saya perlu ditingkatkan karena teknologi akan terus berkembang jadi harus fleksibel.
- PS : Benar juga ya Pak. Kemudian bagaimana dengan proses pemesanan melalui aplikasi, apakah menurut Bapak proses pemesanan aplikasi dapat dilakukan dengan mudah oleh pelanggan?
- MP : Tentu saja, karena kan setiap mau pesan, misalnya pakai layanan GoRide lalu pelanggan kan bisa klik fitur layanan GoRide kemudian disitu ada tahap-tahapannya, setiap pelanggan memilih atau mengklik menu dalam fiturnya maka akan muncul *step* selanjutnya yang perlu diisi dan begitu seterusnya hingga proses menemukan driver. Kami juga memberikan tutorial pemesanan melalui youtube dan website untuk memberikan instruksi penggunaan layanan GoRide dan layanan Gojek lainnya kepada pelanggan.yang baru menggunakan layanan kami.
- PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?
- MP : Menurut saya sebaiknya perlu ditingkatkan mengikuti kebutuhan pelanggan dan perkembangan teknologi.
- PS : Kemudian, seberapa yakin Bapak bahwa selama proses penggunaan aplikasi khususnya pada fitur GoRide tidak terjadi permasalahan atau *error*? Apa tindakan Gojek dalam mencegah atau mengatasi *error*nya aplikasi yang dialami pelanggan?

- MP : Pada dasarnya kan tidak ada yang sempurna dalam proses layanan baik dalam aplikasi maupun layanan langsung, namun selama ini di daerah jember sendiri bisa dibilang *error* aplikasi lebih banyak terjadi pada *driver*, untuk pelanggan saya kira masih sedikit sekali masih dibawah angka 10. Untuk pencegahan, kami sudah melakukan peng-*upgrade* an aplikasi setiap periode tertentu, dan cara untuk mengatasi jika terjadi *error* adalah pelanggan dapat mengklik menu akun pada aplikasi kemudian pilih bantuan disana terdapat beberapa kategori bantuan salah satunya masalah pada aplikasi, pelanggan bisa memilih kendala apa yang sedang dialami, dan pihak kami akan menindaklanjuti langsung, namun jika *error* pada aplikasi tergolong parah atau pelanggan sendiri kurang mengerti prosedurnya maka pelanggan bisa ke kantor cabang gojek di wilayahnya, kalau daerah Jember tentunya disini.
- PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?
- MP : Tentu perlu ditingkatkan, setiap sistem yang namanya *error* itu wajar, namun seberapa sering itu terjadi dan seberapa buruk *error* yang terjadi itu perlu diperhatikan dengan terus meningkatkan sistem perbaikan.
- PS : Wah jadi begitu ya pak saya baru tahu soal itu, kemudian menurut Bapak berdasarkan evaluasi kinerja *driver*, apakah sebagian besar *driver* menjemput pelanggan sesuai dengan estimasi yang tercantum pada aplikasi?
- MP : Menurut saya kalau dibilang tepat sekali tentu tidak, kan bergantung macet atau tidaknya atau mungkin ada kendala lain di jalan, namun selama ini khusus di wilayah Jember sendiri masih belum ada keluhan pelanggan terkait estimasi waktu yang tidak sesuai, kan estimasi yang ada pada aplikasi Gojek itu otomatis dari sistem dan berkaitan dengan jarak juga kemungkinan akurasi bisa kurang lebih sekitar 90 %, kalau ada ketidaksesuaian mungkin bisa di toleransi.
- PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?

- MP : Menurut saya tidak perlu ditingkatkan atau diturunkan, kan tidak terlalu berpengaruh juga, namanya juga estimasi kan bisa sesuai atau tidak, itu hanya jadi patokan saja.
- PS : Betul juga sih pak, lalu menurut Bapak apa saja upaya yang telah dilakukan dari pihak Gojek agar lokasi penjemputan pelanggan sesuai atau akurat antara yang ada di *map* dengan yang sesungguhnya?
- MP : Menurut sepengetahuan saya mungkin tidak semuanya akurat, karena kan tergantung daerahnya juga, kalau tempatnya terpelosok tentunya akan sulit untuk terdeteksi oleh *maps*. Tetapi kami selalu melakukan *upgrade* pada sistem salah satunya untuk memperluas cakupan wilayah yang dapat terdeteksi.
- PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?
- MP : Menurut saya perlu ditingkatkan agar semua pelanggan dapat menggunakan layanan ini dari manapun dengan nyaman.
- PS : Kemudian bagaimana dengan lokasi yang akan dituju oleh pelanggan, apakah sudah akurat dan apa yang diupayakan gojek agar lokasinya akurat?
- MP : Sama dengan yang tadi, akurat atau tidaknya tergantung daerah atau lokasinya terpelosok atau tidak, tapi kami sudah mengupayakan agar layanan GoRide dapat diakses di berbagai wilayah dengan memperluas jaringan dari aplikasi Gojek. *Driver* juga diharuskan menanyakan kepada pelanggan arah yang tepat menuju lokasi yang akan dituju berdasarkan SOP.
- PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?
- MP : Menurut saya sebaiknya perlu ditingkatkan.
- PS : Berkaitan dengan data pelanggan, apa saja yang telah dilakukan oleh Gojek untuk melindungi atau menjaga kerahasiaan data pribadi pelanggannya?
- MP : Berdasarkan informasi dari pusat, keamanan *database* dari Gojek tentu akan diupayakan dengan memberikan pengaman *database* perusahaan,

namun tetap saja tidak bisa dijamin 100 % aman dan tidak dapat ditembus oleh pihak yang tidak bertanggung jawab seperti *hacker*. Setiap pengiriman informasi dari pelanggan kepada pihak kami perusahaan merupakan resiko pelanggan sendiri. Pelanggan juga bertanggung jawab dalam menjaga dan menyimpan sendiri kerahasiaaan kata sandinya.

PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?

MP : Menurut saya sebaiknya perlu ditingkatkan, karena kan semakin berkembang dunia teknologi, maka *ciber crime* juga akan semakin marak dan semakin berbahaya, oleh karena itu perlu ditingkatkan pula sistem keamanannya.

PS : Berkaitan dengan pernyataan Bapak berusan, apa jaminan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan untuk meyakinkan pelanggan bahwa data pribadi pelanggan tidak disalahgunakan oleh perusahaan?

MP : Data pelanggan pada perusahaan kami disimpan dengan sistem satu jalur dan disertai pengaman. Jadi ketika pelanggan memasukan data pribadinya, data tersebut langsung masuk ke dalam *database* perusahaan dan kemudian diberi pengaman, sehingga data pelanggan tidak bisa dibuka dengan mudah kecuali ada kepentingan tertentu yang disertai ijin dari pelanggan, karena ada sistem verifikasi dan untuk mengutak-atik data pelanggan sendiri sudah cukup rumit. Sistem satu jalur diberlakukan agar data pelanggan tidak dapat diakses oleh banyak pihak di dalam perusahaan, jadi hanya satu pihak yang bertanggung jawab.

PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?

MP : Menurut saya sebaiknya perlu ditingkatkan.

PS : Kemudian bagaimana dengan keamanan informasi keuangan terkait pembayaran pelanggan?

MP : Saya rasa sama saja ya seperti kewanaman untuk data pribadi pelanggan, tapi khusus masalah keuangan selain menjaga keamanan semampu kami,

kami juga melakukan *service recovery* dengan melakukan *refund top up* milik pelanggan yang melakukan *claim* dan melakukan *reset password*.

PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?

MP : Menurut saya sebaiknya perlu ditingkatkan untuk melindungi pelanggan sehingga Gojek dapat terus dipercaya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan ya khususnya dalam layanan ojek *online*.

PS : Menurut Bapak apa saja yang diupayakan Gojek untuk memastikan pesan dari pelanggan ditanggapi dengan segera oleh *driver*?

MP : Sebenarnya dari SOP dari pusat memang tidak diharuskan mengirim pesan saat mendapatkan pelanggan, dari pihak pusat sendiri dianjurkan mengirim pesan hanya saat sudah sampai di lokasi tujuan penjemputan, ini untuk mempersingkat waktu aja sih Dik, daripada harus balas pesan dulu kan waktunya jadi tidak efektif selain itu ada estimasi waktu penjemputan juga kan yang perlu kita perhatikan, Tapi untuk cabang Jember, kami mengharuskan *driver* untuk memberi pesan singkat, ya... untuk mengonfirmasi saja ke pelanggannya.

PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?

MP : Menurut saya sebaiknya perlu ditingkatkan.

PS : Apa tindakan perusahaan untuk menjaga sikap *driver* yang sabar atau dianggap baik bagi pelanggannya?

MP : Setiap setelah melayani pelanggan GoRide, akan muncul penilaian *driver* pada aplikasi milik pelanggan, selain *rating*, pelanggan juga dapat memberikan *feedback* sesuai dengan kategori *feedback* yang ada atau menambahkan sendiri jika ingin memberikan *feedback* yang tidak sama dengan kategori *feedback* yang tersedia, salah satu kategori *feedback* adalah sikap. Dari situ perusahaan bisa mengevaluasi *driver*, berkaitan dengan pertanyaan adik ya berarti kalau *drivernya* gak sabar atau gak sopan, tentunya akan dapat dievaluasi berdasarkan *feedback* pada

kategori komunikasi itu Dik, jika semakin menurun performanya maka *driver* akan semakin kesulitan mendapatkan pelanggan.

PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?

MP : Ya.. sebaiknya ditingkatkan.

PS : Menurut Bapak, apa saja upaya penanganan dari pihak perusahaan agar saat terjadi suatu kesalahan atau permasalahan saat proses pelayanan dapat diatasi dengan cepat?

MP : Pelanggan dapat melaporkannya melalui fitur bantuan pada aplikasi atau *help*, pelanggan juga bisa menghubungi *call center* kami yang bersedia melayani 24 jam, pelanggan juga bisa menghubungi *e-mail* kami, atau menghubungi lewat *social media*. Jadi memang pengaduan bisa dilakukan melalui baanyak cara sehingga pelanggan dapat segera melaporkan permasalahan yang dialami dan kemudian kami akan segera menindak lanjuti. Mengapa harus menunggu laporan pelanggan dulu, karena yang tau proses layanan di lapangan kan pelanggan atau *driver*. Jika kesalahan yang terjadi menimbulkan kerugian dalam hitungan rupiah maka dari pihak kami akan memberikan ganti rugi namun tentunya untuk ganti rugi itu sendiri diperlukan beberapa penyelidikan apakah kesalahan benar-benar terjadi karena dari pihak kami atau justru kelalaian pelanggan itu sendiri.

PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?

MP : Menurut saya sebaiknya perlu ditingkatkan sesuai kebutuhan pelanggan.

PS : Terkait keamanan dan keselamatan, apakah ada asuransi keselamatan untuk pelanggan selama menggunakan layanan GoRide?

MP : Tentu ada, Gojek telah bekerja sama dengan Pasar Polis, yaitu perusahaan asuransi terbaik, dari hasil kerja sama tersebut kami memberikan perlindungan untuk pelanggan dari pelanggan dijemput hingga sampai ke tujuannya. Jadi pelanggan sudah dapat asuransi secara gratis tanpa membayar biaya tambahan.

- PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?
- MP : Hmm... perlu ditingkatkan untuk menjaga keamanan pelanggan.
- PS : Apakah Gojek juga memberlakukan diskon atau promo, apa saja bentuk diskon atau promo yang diberikan oleh pihak Gojek?
- MP : Untuk layanan GoRide ada diskon berupa *voucher* tapi khusus yang menggunakan GoPay dalam pembayarannya, diskon bisa 10 % bahkan hingga 50 %, *voucher* ini akan diberikan kepada pelanggan yang sering menggunakan layanan atau sering menggunakan sistem pembayaran GoPay.
- PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?
- MP : Menurut saya tidak perlu dilakukan peningkatan ataupun penurunan, karena *voucher* yang didapatkan oleh pelanggan bergantung dengan intensitas penggunaan layanan dan kondisi tertentu seperti adanya perayaan dari perusahaan, jadi menurut saya sistem diskon atau promo di Gojek sudah sesuai dengan kebijakan dan kebutuhan pelanggan.
- PS : Menurut Bapak, apakah sudah tersedia fasilitas pada aplikasi Gojek untuk mempermudah pelanggan menyampaikan keluhan kepada *customer service*?
- MP : Seperti yang saya jelaskan sebelumnya ada menu bantuan atau *help* dalam menu akun, disitu pelanggan dapat menyampaikan keluhannya yang nantinya akan terhubung pada *customer service*.
- PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?
- MP : Menurut saya sebaiknya perlu ditingkatkan, mungkin dalam fitur tersebut ada yang kurang dan ada masalah lain yang dialami pelanggan namun tidak tersedia di fitur itu, jadi ya perlu ditingkatkan.
- PS : Apakah tidak bisa pelanggan langsung berkomunikasi dengan *customer service* secara langsung melalui aplikasi?

- MP : Kalau langsung lewat aplikasi, sepertinya belum ya Mas, tapi kami sudah menyediakan *call center* yang bisa dihubungi 24 jam tapi tidak melalui aplikasi hanya bisa telpon biasa saja dan juga bisa bertemu langsung di kantor kami disini.
- PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?
- MP : Perlu ditingkatkan.
- PS : Kemudian adakah fasilitas atau upaya dari perusahaan untuk mempermudah pelanggan dalam menghubungi *driver*?
- MP : Kami sudah menyediakan media untuk *chat* atau telpon dengan melalui aplikasi, sepengetahuan saya komunikasi telpon maupun *chat* tidak diperbolehkan dilakukan di luar media yang disediakan dalam aplikasi, itu merupakan kebijakan dari Gojek.
- PS : Untuk kedepannya, menurut Bapak apakah upaya perusahaan tersebut perlu ditingkatkan, tetap saja atau perlu dikurangi?
- MP : Menurut saya perlu ditingkatkan.
- PS : Wah baiklah, terima kasih banyak ya Bapak sudah meluangkan waktunya dan menjawab pertanyaan saya yang tidak sedikit.
- MP : Iya, sama-sama Dik, tidak masalah, senang bisa membantu.
- PS : Untuk sekarang sampai disini saja wawancaranya, saya ingin meminta ijin jika suatu saat nanti ada beberapa hal yang ingin saya tanyakan lagi, apakah tidak masalah jika saya menemui Bapak lagi?
- MP : Tentu tidak masalah dik, tapi jika saya sedang tidak ada, adik tanya-tanya saja dulu ke pegawai yang ada di sini.
- PS : Baik Pak, sekali lagi terima kasih banyak dan mohon maaf mengganggu waktunya pak.
- MP : Iya Dik, tidak masalah.

Lampiran 3. Rekapitulasi Identitas Responden

Nomor Responden	Usia	Pendidikan Terakhir	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
2	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
3	17 - 25	S1	Laki - Laki	PNS
4	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
5	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
6	17 - 25	S1	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
7	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
8	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
9	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
10	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
11	17 - 25	S1	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
12	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
13	17 - 25	S1	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
14	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
15	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
16	17 - 25	S1	Laki - Laki	Pegawai Swasta
17	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
18	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
19	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
20	17 - 25	S1	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
21	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
22	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
23	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
24	17 - 25	S1	Perempuan	Lain - lain

Nomor Responden	Usia	Pendidikan Terakhir	Jenis Kelamin	Pekerjaan
25	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
26	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
27	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
28	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
29	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
30	17 - 25	D3	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
31	17 - 25	SMA	Perempuan	Pegawai Swasta
32	26 - 30	S1	Perempuan	Pegawai Swasta
33	17 - 25	S1	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
34	17 - 25	S1	Perempuan	Lain - lain
35	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
36	17 - 25	S1	Perempuan	Lain - lain
37	17 - 25	S1	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
38	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
39	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
40	17 - 25	S1	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
41	17 - 25	S1	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
42	17 - 25	Lain - lain	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
43	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
44	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
45	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
46	17 - 25	S1	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
47	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
48	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa

Nomor Responden	Usia	Pendidikan Terakhir	Jenis Kelamin	Pekerjaan
49	17 - 25	D3	Perempuan	Lain - lain
50	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
51	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
52	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
53	17 - 25	S2	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
54	17 - 25	S1	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
55	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
56	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
57	17 - 25	S1	Perempuan	Lain - lain
58	17 - 25	S1	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
59	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
60	17 - 25	S1	Laki - Laki	Wirausaha
61	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
62	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
63	17 - 25	S1	Laki - Laki	Lain - lain
64	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
65	17 - 25	S1	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
66	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
67	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
68	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
69	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
70	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
71	26 - 30	S2	Perempuan	Wirausaha
72	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
73	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
74	17 - 25	S1	Perempuan	Pegawai Swasta

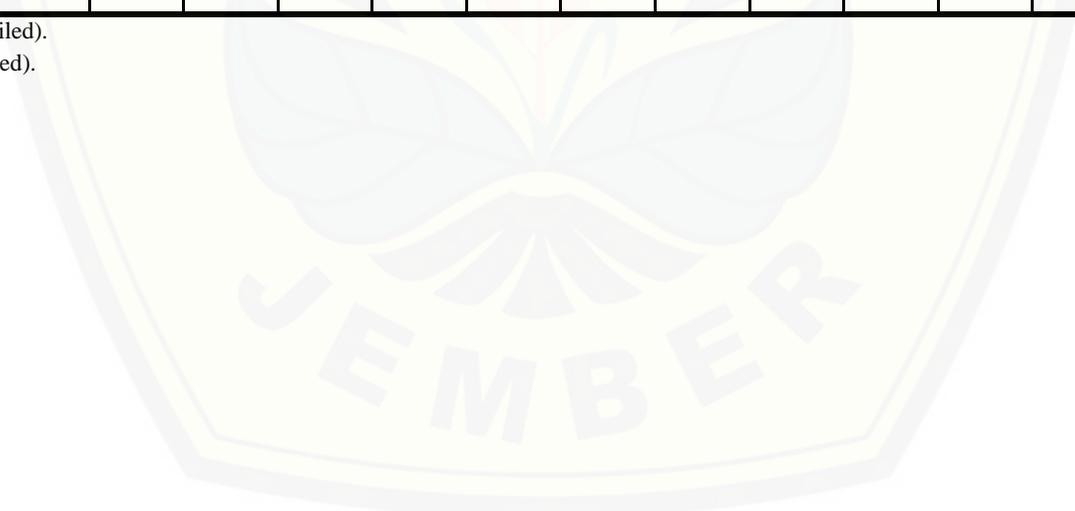
Nomor Responden	Usia	Pendidikan Terakhir	Jenis Kelamin	Pekerjaan
75	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
76	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
77	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
78	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
79	17 - 25	S1	Perempuan	Lain - lain
80	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
81	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
82	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
83	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
84	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
85	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
86	26 - 30	S2	Perempuan	Pegawai Swasta
87	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
88	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
89	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
90	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
91	26 - 30	S1	Laki - Laki	Pegawai Swasta
92	17 - 25	S1	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
93	17 - 25	S1	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
94	17 - 25	S1	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
95	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
96	17 - 25	SMA	Laki - Laki	Pelajar/Mahasiswa
97	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
98	17 - 25	S1	Laki - Laki	Wirausaha
99	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa
100	17 - 25	SMA	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa

Correlations

	Soal_1	Soal_2	Soal_3	Soal_4	Soal_5	Soal_6	Soal_7	Soal_8	Soal_9	Soal_10	Soal_11	Soal_12	Soal_13	Soal_14	Soal_15	Soal_16	Soal_17	Soal_18	Jumlah_Total
Soal 16 Pearson Correlation	.261**	.290**	.236*	.299**	.114	.367**	.279**	.293**	.147	.179	.128	.209*	.235*	.191	.477**	1	.497**	.472**	.495**
Soal 16 Sig. (2-tail)	.009	.003	.018	.003	.257	.000	.005	.003	.143	.075	.203	.037	.018	.057	.000		.000	.000	.000
Soal 16 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Soal 17 Pearson Correlation	.417**	.434**	.300**	.485**	.407**	.419**	.495**	.568**	.359**	.349**	.196	.342**	.283**	.563**	.290**	.497**	1	.679**	.687**
Soal 17 Sig. (2-tail)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.051	.001	.004	.000	.003	.000		.000	.000
Soal 17 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Soal 18 Pearson Correlation	.473**	.506**	.491**	.630**	.416**	.479**	.563**	.600**	.409**	.413**	.275**	.516**	.414**	.512**	.300**	.472**	.679**	1	.775**
Soal 18 Sig. (2-tail)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.000	.002	.000	.000		.000
Soal 18 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Jumlah Total Pearson Correlation	.720**	.632**	.488**	.725**	.697**	.669**	.734**	.787**	.598**	.684**	.549**	.619**	.614**	.730**	.586**	.495**	.687**	.775**	1
Jumlah Total Sig. (2-tail)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
Jumlah Total N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Correlations

	Soal_1	Soal_2	Soal_3	Soal_4	Soal_5	Soal_6	Soal_7	Soal_8	Soal_9	Soal_10	Soal_11	Soal_12	Soal_13	Soal_14	Soal_15	Soal_16	Soal_17	Soal_18	Jumlah_Total
Soal 16 Pearson Correlation	.405**	.504**	.405**	.419**	.314**	.443**	.450**	.488**	.333**	.358**	.461**	.340**	.442**	.450**	.576**	1	.623**	.614**	.655**
Sig. (2-tail)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Soal 17 Pearson Correlation	.492**	.598**	.401**	.435**	.638**	.659**	.659**	.664**	.561**	.609**	.638**	.507**	.613**	.793**	.583**	.623**	1	.665**	.839**
Sig. (2-tail)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Soal 18 Pearson Correlation	.598**	.539**	.493**	.580**	.414**	.607**	.534**	.570**	.561**	.529**	.558**	.609**	.696**	.512**	.569**	.614**	.665**	1	.790**
Sig. (2-tail)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Jumlah Total Pearson Correlation	.700**	.721**	.604**	.664**	.731**	.806**	.809**	.803**	.774**	.750**	.818**	.670**	.720**	.752**	.771**	.655**	.839**	.790**	1
Sig. (2-tail)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

	Soal_1	Soal_2	Soal_3	Soal_4	Soal_5	Soal_6	Soal_7	Soal_8	Soal_9	Soal_10	Soal_11	Soal_12	Soal_13	Soal_14	Soal_15	Soal_16	Soal_17	Soal_18	Jumlah_Total
Soal 16 Pearson Correlation	.381**	.532**	.455**	.531**	.439**	.487**	.495**	.515**	.524**	.487**	.471**	.453**	.432**	.481**	.580**	1	.608**	.547**	.676**
Sig. (2-tail)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Soal 17 Pearson Correlation	.471**	.561**	.413**	.512**	.581**	.617**	.609**	.609**	.759**	.752**	.698**	.548**	.626**	.814**	.721**	.608**	1	.689**	.826**
Sig. (2-tail)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Soal 18 Pearson Correlation	.575**	.646**	.575**	.719**	.565**	.497**	.509**	.518**	.584**	.596**	.634**	.570**	.637**	.683**	.655**	.547**	.689**	1	.784**
Sig. (2-tail)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Jumlah Total Pearson Correlation	.702**	.828**	.651**	.720**	.749**	.786**	.806**	.771**	.862**	.862**	.858**	.743**	.819**	.851**	.833**	.676**	.826**	.784**	1
Sig. (2-tail)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas

a. Tingkat Kepentingan Pelanggan

❖ Efisiensi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.778	.779	3

❖ Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.680	.684	2

❖ Pemenuhan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.813	.814	3

❖ Privasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.768	.780	3

❖ Daya Tanggap

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.656	.656	3

❖ Kompensasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.644	.646	2

❖ Kontak

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.809	.809	2

b. Tingkat Kinerja GoRide pada Gojek Indonesia Cabang Jember

❖ Efisiensi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.806	.806	3

❖ Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.619	.627	2

❖ Pemenuhan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.895	.896	3

❖ Privasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.894	.895	3

❖ Daya Tanggap

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.817	.817	3

❖ Kompensasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.724	.731	2

❖ Kontak

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.794	.799	2

c. Tingkat Kinerja GrabBike pada Grab Indonesia Cabang Jember

❖ Efisiensi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.890	.891	3

❖ Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.718	.726	2

❖ Pemenuhan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.928	.928	3

❖ Privasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.951	.951	3

❖ Daya Tanggap

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.845	.845	3

❖ Kompensasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.731	.734	2

❖ Kontak

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.805	.816	2

Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian



Wawancara Bersama Manajer Pelayanan dan Pemasaran Gojek Indonesia Cabang Jember



Wawancara Bersama Manajer Pelayanan dan Pemasaran Gojek Indonesia Cabang Jember



Lobi Kantor Gojek Indonesia Cabang Jember



Halaman Depan Kantor Gojek Indonesia Cabang Jember



Penyebaran Kuesioner Kepada Pelanggan Layanan GoRide



Penyebaran Kuesioner Kepada Pelanggan Layanan GoRide