



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA BISNIS JASA LAYANAN *GO FOOD*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan
Ilmu Pendidikan Universitas Jember)**

SKRIPSI

Oleh:

Nurma Yunita

120210301039

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2020



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA JASA LAYANAN *GO FOOD*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan
Ilmu Pendidikan Universitas Jember)**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

oleh
Nurma Yunita
120210301039

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2020

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, puji syukur alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke jalan kebenaran. Secara tulus dan ikhlas skripsi ini saya persembahkan kepada :

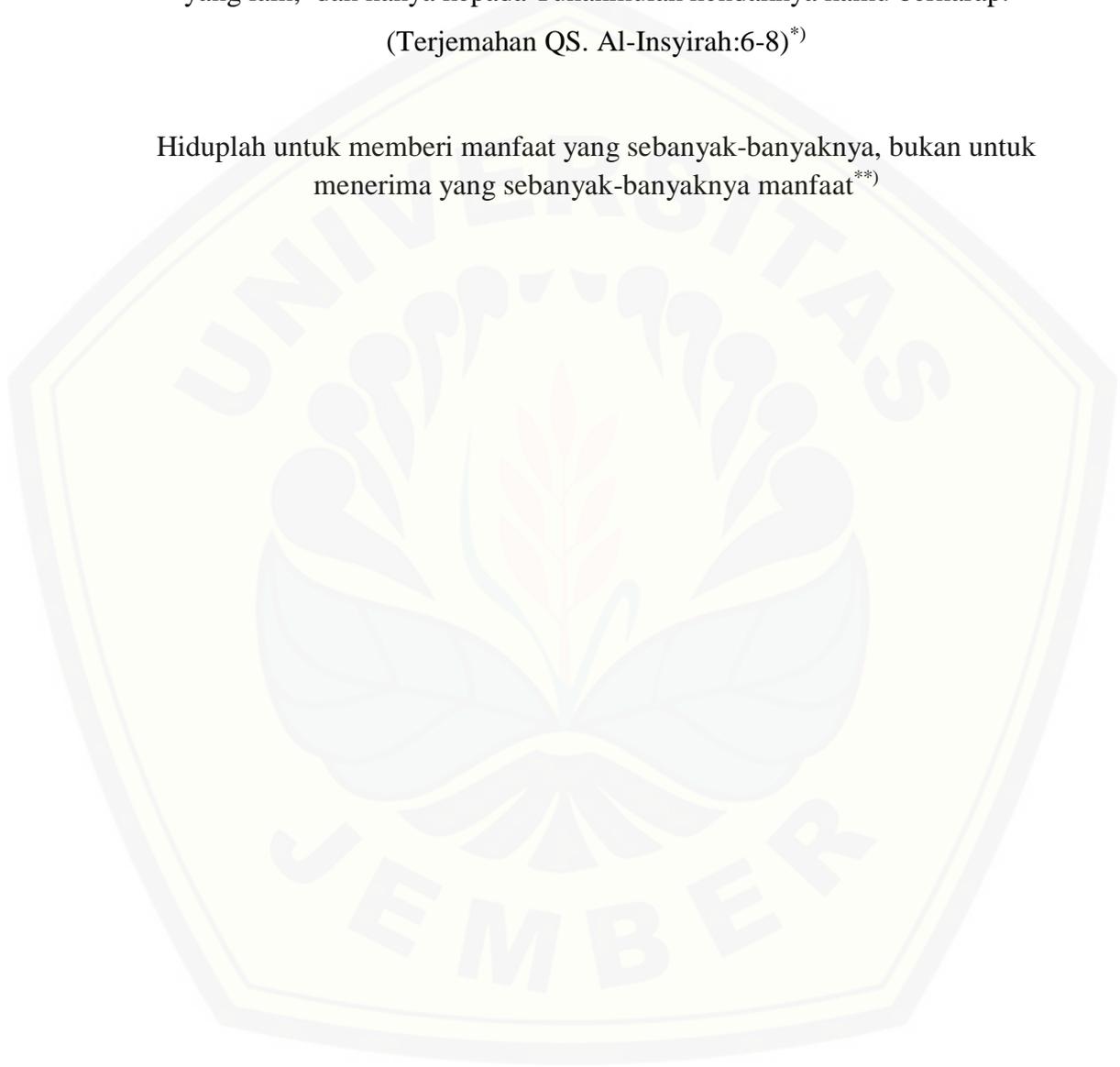
1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sujiono dan Ibu Anis Subhanah yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, semangat, dan pengorbanannya demi kesuksesan saya;
2. Bapak dan Ibu guru dari Taman Kanak - kanak sampai Perguruan Tinggi yang telah memberikan bekal ilmu, mendidik dengan tulus dan ikhlas agar menjadi pribadi yang lebih baik;
3. Almamater saya yaitu Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang saya banggakan.

MOTTO

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.

(Terjemahan QS. Al-Insyirah:6-8)^{*)}

Hiduplah untuk memberi manfaat yang sebanyak-banyaknya, bukan untuk menerima yang sebanyak-banyaknya manfaat^{**)}



^{*)}Departemen Agama Republik Indonesia. 2009. Al-Quran dan Terjemahannya. Jakarta: CV. Al Pustaka Al-Kautsar.

^{**)} Hirata, A. 2005. LaskarPelangi. Yogyakarta: Bentang Pustaka.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurma Yunita

NIM : 120210301039

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA LAYANAN *GO FOOD* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun dan bukan karya plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Januari 2020

Yang Menyatakan,

Nurma Yunita
120210301039

PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA JASA LAYANAN *GO FOOD***

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program
Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial pada
Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh

Nama : Nurma Yunita
NIM : 120210301039
Jurusan : Pendidikan IPS
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan : 2012
Daerah Asal : Banyuwangi
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 04 Juni 1994

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Sri Kantun, M.Ed
NIP. 19581007 198602 2 001

Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
NIP. 19801205 200604 2 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Layanan *Go Food***” telah diuji dan disahkan pada :

Hari : Senin

Tanggal : 30 Januari 2019

Tempat : Gedung 1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas
Jember

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Dr. Sri Kantun, M.Ed

NIP. 19581007 198602 2 001

Anggota I

Titin Kartini, S.Pd., M.Pd

NIP. 19801205 200604 2 001

Anggota II

Dra. Sri Wahyuni, M.Si

NIP. 19570528 198403 2 001

Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd

NIP. 19880721 201504 1 001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D

NIP. 19680802 199303 1004

RINGKASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Layanan *Go Food*; Nurma Yunita; 120210301039; 2019; 48 Halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi; Jurusan Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Penggunaan fitur *Go-food* dalam aplikasi Go-Jek paling sering dimanfaatkan oleh mahasiswa. Biasanya mahasiswa memesan makanan melalui *Go-food* karena cuaca yang tidak mendukung seperti hujan sehingga tidak memungkinkan untuk membeli makanan diluar, malas mengantri dan menunggu. Kemudahan dalam layanan *Go-food* membuat masyarakat menjadi lebih doyan bertransaksi apalagi dengan adanya promo gratis ongkir dan *voucher* potongan harga. Layanan *Go-food* dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. pPrusahaan Go-Jek dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dalam layanan *Go-food* agar konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen biasanya ditunjukkan dengan melakukan pembelian ulang melalui layanan *Go-food* atau kesetiaan yang berlanjut. Fokus dalam penelitian ini mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada bisnis layanan *Go-food*. Indikator dalam kualitas pelayanan meliputi ketanggapan, kehandalan, empati, jaminan dan bukti langsung.

Penelitian bertujuan pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan *Go-food*. Daerah penelitian ditentukan dengan *purposive area* (penentuan lokasi yang disengaja). Peneliti menggunakan metode *Quota Sampling* untuk penentuan responden. Adapun untuk memperoleh data peneliti menggunakan metode angket sebagai metode utama, serta observasi, wawancara, dan dokumen sebagai metode pelengkap. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana, uji F, dan efektifitas garis regresi.

Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan nilai F-hitung sebesar 113,18 lebih besar F-tabel sebesar 4,04 dan signifikansi F sebesar 0,000 lebih besar dari σ sebesar 0,05 maka H_a diterima. Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa

variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Nilai R sebesar 0,838 artinya hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat kuat. Tingkat hubungan tersebut dapat dikategorikan sebagai hubungan yang sangat kuat. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai korelasi sebesar 0,838 termasuk pada nilai koefisien antara 0,800-1,000 yang menyatakan tingkat hubungan yang sangat kuat. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya proporsi sumbangan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Perhitungan diatas menunjukkan besarnya persentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan *Go-food* sebesar 70,2% sedangkan sisanya yaitu 19,8% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai F-hitung sebesar 113,18 lebih besar F-tabel sebesar 4,04 dan signifikansi F sebesar 0,000 lebih besar dari σ sebesar 0,05. Nilai R sebesar 0,838 artinya hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat kuat. Tingkat hubungan tersebut dapat dikategorikan sebagai hubungan yang sangat kuat. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai korelasi sebesar 0,838 termasuk pada nilai koefisien antara 0,800-1,000 yang menyatakan tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 70,2% menunjukkan besarnya persentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan *Go-food* sebesar 70,2% sedangkan sisanya yaitu 19,8% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Layanan *Go Food* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

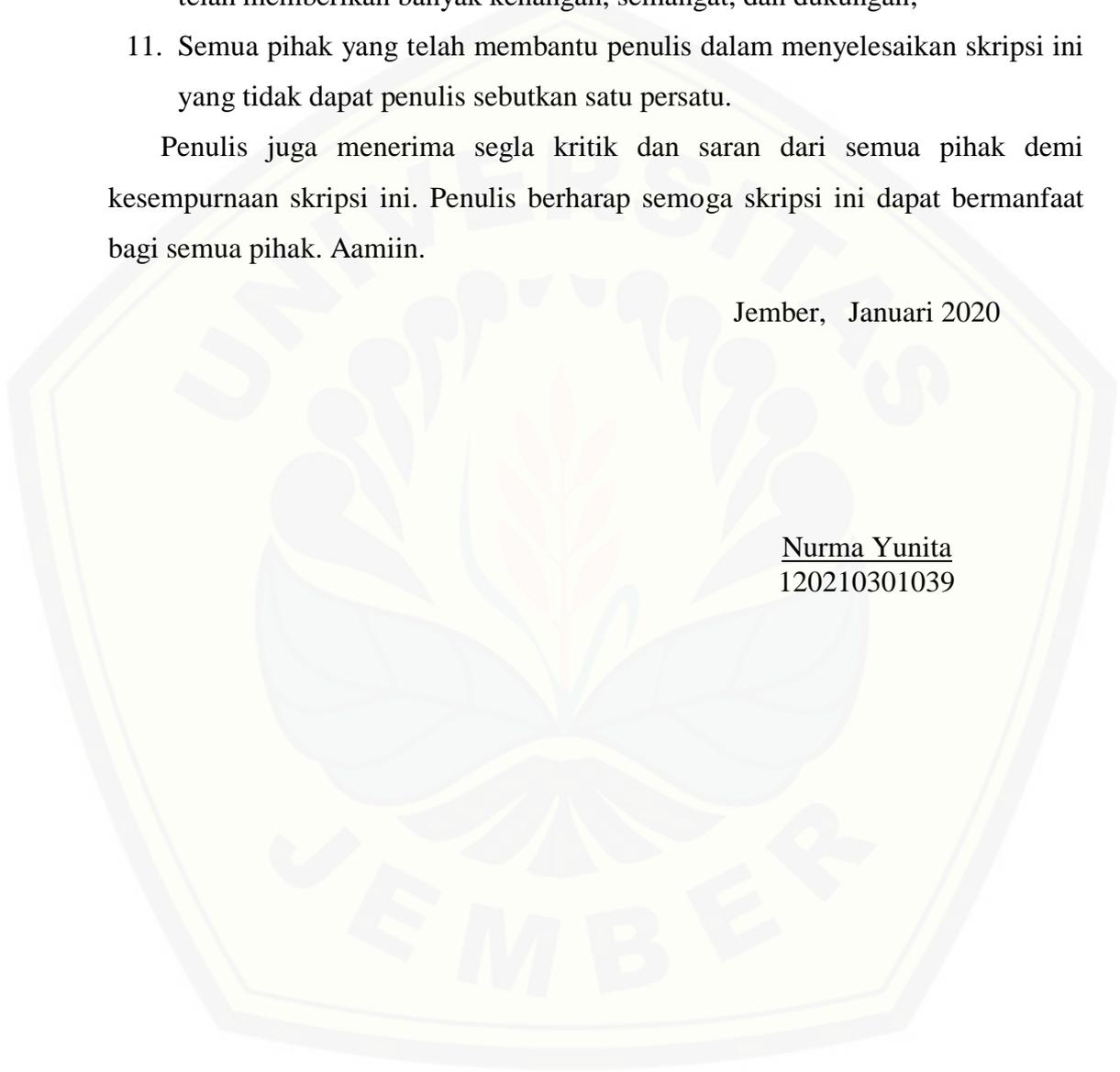
1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sumardi, M.Hum, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Drs. Kayan Swastika, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Wiwin Hartanto, S.Pd, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
5. Dr. Sri Kantun, M.Ed selaku Dosen Pembimbing I dan Titin Kartini, S.Pd., M.Pd, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi saya;
6. Dra. Sri Wahyuni, M.Si, selaku Dosen Penguji I dan Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd, selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi saya;
7. Semua dosen-dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah membimbing dan memberikan banyak ilmu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
8. Kedua orang tua tercinta atas do’a, cinta, dukungan, dan motivasi yang telah diberikan kepadaku;

9. Sahabat-sahabatku Ade, Robi`atul, Tiwi, Anggi, Ratih, Laila, Novita yang selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini;
10. Semua teman-teman Pendidikan Ekonomi Angkatan 2012 seperjuangan yang telah memberikan banyak kenangan, semangat, dan dukungan;
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Jember, Januari 2020

Nurma Yunita
120210301039



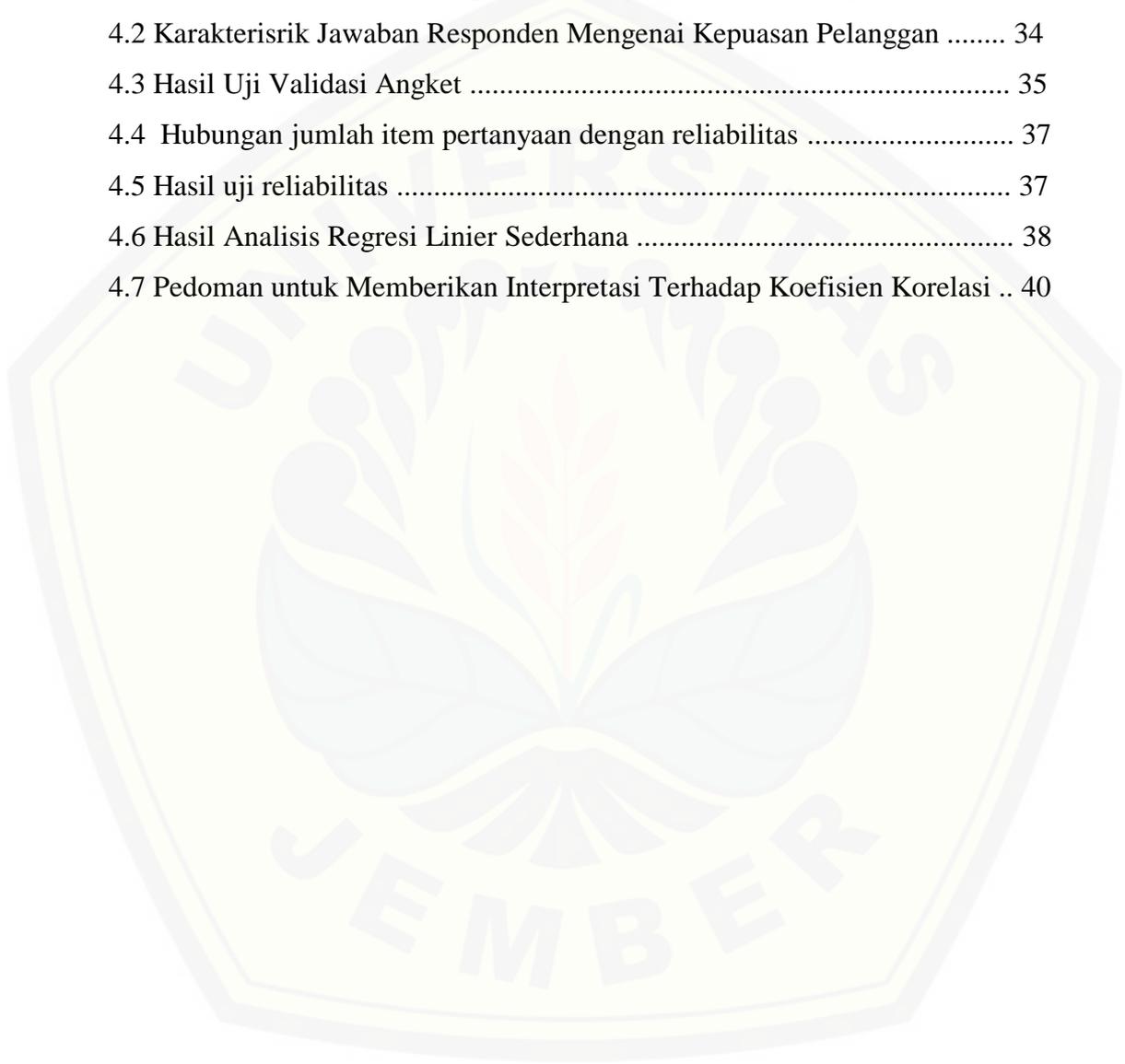
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI.....	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Permasalahan	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kualitas Pelayanan	8
2.3 Kepuasan Pelanggan	12
2.4 Kerangka Berpikir.....	13
2.5 Hipotesis Penelitian.....	14
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	15
3.1. Rancangan Penelitian	15
3.2. Metode Penentuan Lokasi	15
3.3. Metode Penentuan Responden	16
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	17
3.4.1. Jenis Data	17
3.4.2. Sumber Data.....	17
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	17

3.5.1. Metode Angket.....	17
3.5.2. Metode Wawancara.....	18
3.5.3. Metode Dokumen.....	18
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	18
3.7 Metode Pengolahan Data	20
3.8 Uji Instrument	21
3.8.1. Uji Validitas	21
3.8.2. Uji Reliabilitas	22
3.9 Metode Analisis Data.....	23
3.9.1 Analisis Inferensial	23
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Data Pendukung	26
4.1.1 Sejarah Go-Jek	26
4.1.2 Visi dan Misi Go-Jek	27
4.1.3 Kegiatan Pokok Perusahaan Go-Jek	27
4.2 Data Utama	28
4.2.1 Gambaran Umum Responden	29
4.3 Uji Instrumen Penelitian	35
4.3.1 Uji Validitas	35
4.3.2 Uji Reliabilitas	36
4.4 Analisis Data	38
4.4.1 Analisis Inferensial	38
4.5 Pembahasan.....	41
BAB 5. PENUTUP	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	45

DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Pedoman untuk menggunakan interpretasi terhadap koefisien korelasi ...	24
4.1 Karakteristik Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	29
4.2 Karakteristik Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan	34
4.3 Hasil Uji Validasi Angket	35
4.4 Hubungan jumlah item pertanyaan dengan reliabilitas	37
4.5 Hasil uji reliabilitas	37
4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	38
4.7 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi ..	40



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual.....	14



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Matrik Penelitian.....	47
B. Tuntutan Penelitian	48
C. Angket Penelitian	49
D. Hasil Angket Kualitas Pelayanan	53
E. Hasil Angket Kepuasan Pelanggan.....	55
F. Hasil Uji Validasi Pada Angket Kualitas Pelayanan	56
G. Hasil Uji Validitas Pada Angket Kepuasan Pelanggan	59
H. Hasil Uji Reliabilitas pada Angket Kualitas Pelayanan	60
I. Hasil Uji Reliabilitas pada Angket Kepuasan Pelanggan.....	61
J. Hasil Uji Regresi Sederhana	63
K. Lembar Dokumentasi	64
L. Lembar Konsultasi Pembimbing I dan II.....	66

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi berkembang dengan cepat di era globalisasi sehingga mempermudah aktivitas manusia. Perkembangan teknologi informasi ditandai dengan kemunculan jaringan internet dan berbagai macam alat komunikasi seperti *smartphone*. Internet sudah dapat diakses oleh seluruh orang untuk mencari dan mengetahui informasi. Menurut Onggo (2007) ada tiga (3) hal yang populer dilakukan oleh siapa saja yang terhubung ke internet, yaitu : 1) saling berkomunikasi menggunakan perangkat komunikasi internet, baik melalui *voice messenger* maupun lewat email; 2) berselancar dari web ke web lain; 3) mencari informasi lewat situs pencari. Kemajuan teknologi informasi menyebabkan banyak muncul industri kreatif yang berbasis teknologi informasi. Adanya penggunaan internet dan *smartphone*, memudahkan semua aktifitas jual beli. Salah satu perangkat teknologi yang seringkali dimanfaatkan dalam industri yang berbasis teknologi informasi yaitu aplikasi. Industri memanfaatkan aplikasi untuk aktifitas komunikasi, pemasaran dan membangun citra industri secara *online*. Saat ini, sebagian perusahaan memiliki aplikasi untuk merek dan produknya.

Salah satu industri yang memanfaatkan teknologi informasi dan internet yaitu Go-Jek. Bisnis Go-Jek merupakan bisnis *online* berbasis aplikasi *mobile smartphone* yang menawarkan jasa transportasi penumpang. Kemunculannya Go-Jek pada awalnya hanya menyediakan layanan transportasi dengan menjemput dan mengantar penumpang melalui layanan Go-Ride. Go-Ride merupakan layanan transportasi berupa ojek sepeda motor roda dua. Namun, yang membuat Go-Ride berbeda dari ojek pangkalan lainnya adalah cara pemesanannya yang menggunakan aplikasi khusus, serta tarifnya yang sesuai dengan yang tertera yang diaplikasi. Go-Jek Indonesia sebagai perusahaan jasa transportasi *online* berusaha menawarkan faktor kecepatan, keamanan, dan kenyamanan bagi para penggunanya, terutama pengguna layanan Go-Ride. Seiring dengan perkembangan dan pangsa pasar, bisnis Go-Jek berkembang layanan jasanya seperti layanan Go-Car yang menjemput dan mengantar penumpang dengan mobil, layanan *Go-food* yang mememesan dan

mengantar pesanan makanan dan layanan Go-Send yang menjemput dan mengantar barang.

Go-food merupakan layanan Gojek yang melayani *food delivery service*. Layanan ini diselenggarakan sebagai sesuatu kegiatan promosi yang mana diketahui sebagai kegiatan menginformasikan tentang suatu produk yang disajikan oleh distributor ataupun produsen tertentu, dalam hal ini adalah penyaji kuliner. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh *Go-food* adalah memberikan informasi serta pengenalan terhadap produk kuliner. Layanan *food delivery* belakangan ini semakin diminati masyarakat. Go-Jek dalam mengembangkan layanan *food delivery* biasanya menjalin kerja sama dengan restoran, rumah makan atau UMKM supaya dapat memesan makanan melalui aplikasi mereka. *Go-food* memberikan kemudahan dalam mobilisasi dan dalam memesan makanan. Sistem pembayaran yang mudah dan pelayanan yang cepat menjadikan *Go-food* diminati masyarakat.

Penggunaan fitur *Go-food* dalam aplikasi Go-Jek paling sering dimanfaatkan oleh mahasiswa. Biasanya mahasiswa memesan makanan melalui *Go-food* karena cuaca yang tidak mendukung seperti hujan sehingga tidak memungkinkan untuk membeli makanan diluar, malas mengantri dan menunggu. Kemudahan dalam layanan *Go-food* membuat masyarakat menjadi lebih doyan bertransaksi apalagi dengan adanya promo gratis ongkir dan *voucher* potongan harga. Berdasarkan survey yang dilakukan dailysocial.id pada tahun 2017 menunjukkan bahwa persentase masyarakat yang menggunakan layanan *Go-food* sebesar 81,26%, kemudian di urutan kedua yaitu KFC Indonesia sebesar 35,09%. Selanjutnya McDelivery Indonesia sebesar 34,58% dan Grab-Food sebesar 25,21%. Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa layanan *Go-food* paling diminati oleh masyarakat.

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan layanan *food delivery*, maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan. Pesaing penyedia layanan *food delivery Go-food* di Indonesia banyak, seperti Grab-Food, KFC Delivery dan McD Delivery. Perusahaan bisnis layanan *Go-food* perlu memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari

perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan (Kotler dalam Alma, 2007:286). Kualitas pelayanan merupakan kualitas jasa yang diberikan kepada pelanggan yang bertujuan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu indikator terpenting dalam menjaga kesehatan suatu perusahaan. Korelasi yang kuat antara kepuasan pelanggan dan tingginya loyalitas pelanggan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Masalah yang krusial dalam kualitas pelayanan adalah bagaimana memperkecil gap yang terjadi antara keinginan pelanggan dan kenyataan pelayanan yang diberikan (Rangkuti, 2013: 3)

Menurut Irawan (2015: 57), dimensi kualitas pelayanan pelanggan minimal mempunyai 5 dimensi melayani konsumen yaitu 1) *Tangibles* (Bukti langsung), 2) *Reliability* (kehandalan), 3) *Responsiveness* (ketanggapan), 4) *Asurance* (jaminan), dan 5) *Emphaty* (empati). Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkatan suatu kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band dalam Nilasari dan Istiatin, 2015: 4). Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan (Panjaitan, 2016: 266).

Perusahaan Go-Jek khususnya untuk layanan *Go-food* dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Grab sebagai layanan transportasi *online* juga mengeluarkan fitur pesan antar makanan yang disebut GrabFood. Ini menunjukkan bahwa *Go-food* akan memiliki pesaing dari layanan pesan antar makanan. Permasalahan yang timbul dalam pelayanan layanan Go Food diantaranya perubahan harga makanan dari pihak restoran, ketidaksesuaian makanan yang diterima dengan foto/gambar pada aplikasi dan waktu tibanya driver yang tidak pasti dengan sebab tertentu. Adanya permasalahan tersebut, perusahaan Go-Jek dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dalam layanan *Go-food* agar konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen biasanya ditunjukkan dengan melakukan pembelian ulang melalui layanan *Go-food* atau kesetiaan yang berlanjut. Fokus dalam penelitian ini mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada bisnis layanan *Go-food*. Indikator dalam kualitas pelayanan meliputi ketanggapan, kehandalan, empati, jaminan dan Bukti langsung. Selanjutnya, hasil dari penelitian ini, akan dituangkan dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Layanan *Go-food* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)”**.

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini yaitu: “Apakah kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan *Go-food*?”

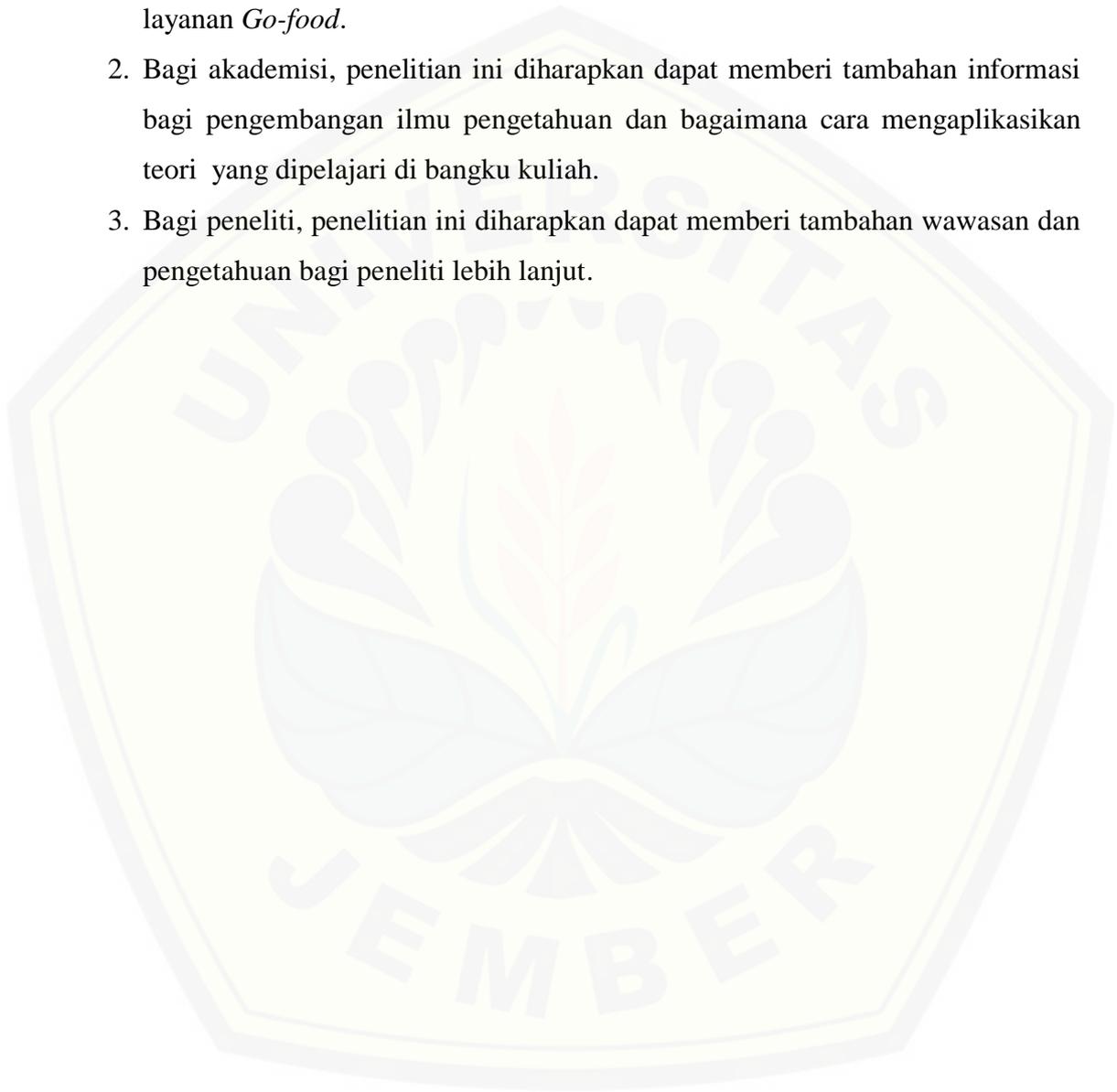
1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat dikemukakan bahwa tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan *Go-food*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa manfaat antara lain:

1. Bagi pihak Go-Jek, penelitian ini diharapkan sebagai sumbangan pemikiran bagi pihak manajemen Go-Jek untuk meningkatkan kualitas pelayanan khususnya layanan *Go-food*.
2. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan informasi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bagaimana cara mengaplikasikan teori yang dipelajari di bangku kuliah.
3. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti lebih lanjut.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini peneliti akan menggambarkan tinjauan pustaka yang meliputi tinjauan penelitian terdahulu yang sejenis dan teori lain yang menjadi landasan dalam penyusunan penelitian ini. Konsep kajian pustaka pada penelitian ini meliputi tinjauan penelitian terdahulu, teori kualitas pelayanan, teori kepuasan pelanggan.

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan Tri Ulfa Wardani tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi GO-JEK (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)” dapat diketahui bahwa hasil statistik Fhitung sebesar 20,186 lebih besar dari nilai Ftabel 2,33 ($20,186 > 2,33$) dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GO-JEK Indonesia. Hasil statistik thitung didapatkan bahwa variabel *reliability* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel *reliability* dengan nilai t-hitung sebesar 3,752 lebih besar dari t-tabel 1,99 dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan variabel *tangible*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Go-Jek.

Penelitian Tri Ulfa Wardani menggunakan objek semua layanan Go-Jek yang secara keseluruhan sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti salah satu layanan dari Go-Jek yaitu *Go-food*. Penelitian Tri Ulva Wardani dan penelitian yang akan dilakukan sama-sama meneliti pengaruh variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Responden yang digunakan pun sama yaitu mahasiswa dengan syarat minimal telah menggunakan layanan *Go-food* minimal 3 kali.

Penelitian yang dilakukan Afrilia Sri Lumongga tahun 2018 “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *Go-food* di Gojek *Online* pada Mahasiswa/i Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Barat” dianalisis dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Go-food* dengan nilai t hitung sebesar 2,338 lebih besar dari t -tabel sebesar 1,98. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Go-food* dengan nilai t hitung sebesar 5,352 lebih besar dari t -tabel sebesar 1,98.

Penelitian Afrilia Sri Lumongga meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Variabel independen yang digunakan yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Emphaty*. Penelitian Yustina Aryani dan penelitian yang akan dilakukan responden yang digunakan pun sama yaitu mahasiswa. Namun penelitian yang akan dilakukan menggunakan responden dengan syarat minimal telah menggunakan layanan *Go-food* minimal 3 kali.

Penelitian yang dilakukan Rizky Wijaya tahun 2018 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan *Grab-Food*” yang dianalisis dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan citra merk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Grab-food*. Kualitas pelayanan, harga dan citra merk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan *Grab-food*.

Penelitian Rizky Wijaya menggunakan objek layanan *Grab-Food* yang secara keseluruhan sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti salah satu layanan dari *Go-Jek* yaitu *Go-food*. Variabel yang digunakan sebagai variabel independen penelitian Rizky Wijaya yaitu kualitas pelayanan, harga dan citra merk, sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Emphaty*. Penelitian Rizky Wijaya menggunakan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen, sedangkan penelitian yang akan dilakukan

menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Penelitian Yustina Aryani dan penelitian yang akan dilakukan sama-sama menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel independen. Responden yang digunakan pun sama yaitu mahasiswa. Namun penelitian yang akan dilakukan menggunakan responden dengan syarat minimal telah menggunakan layanan *Go-food* minimal 3 kali.

Kontribusi ketiga penelitian terdahulu terhadap penelitian ini adalah menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Supranto (2006: 226) kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa. Zeithaml, Bitner dan Gremler dalam Apriyani dan Sunarti (2017:3), mengungkapkan bahwa ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti Langsung (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen.
2. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Jika dilihat dalam bidang .
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. Jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap di sebuah restoran, bisa dilihat dari kemampuan karyawan yang cepat memberikam pelayanan kepada konsumen dan cepat menangani keluhan mereka.
4. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Sebuah jasa restoran kepastian menjadi hal yang penting untuk dapat diberikan kepada konsumennya,

seperti jaminan keamanan dan keselamatan dalam bertransaksi dan kerahasiaan konsumen yang terjamin.

5. Kepedulian/ Empati (*Empathy*), yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Layanan yang diberikan oleh para karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada konsumen.

Rangkuti (2002: 31) menyatakan bahwa kualitas jasa dipengaruhi oleh dua variabel yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan, para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa yang bersangkutan. Sedangkan bila yang terjadi adalah sebaliknya (*perceived* lebih besar daripada *expected*), ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia jasa itu lagi. Menurut Aviliani dan Wilfridus dalam Fikri dkk (2016:121), membangun kepuasan pengguna jasa melalui kualitas layanan dapat ditingkatkan dengan beberapa alternatif, antara lain sebagai berikut:

1. Memperkecil *gap-gap* yang terjadi antara pihak manajemen dengan pengguna jasa.
2. Organisasi harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan.
3. Memberikan kesempatan kepada pengguna jasa untuk menyampaikan keluhan. Organisasi dapat membentuk keluhan (*complaint*) dan *suggestion system*, misalnya dengan mengadakan hot line bebas pulsa.
4. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive* dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan sebagai penerima layanan mengharapakan tingkat keunggulan dari setiap jasa pelayanan yang didapat. Jika pelayanan yang diberikan melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari para penerima pelayanan sehingga hal ini menciptakan kepuasan pelanggan yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Hal ini lah yang akan menjadi *goodwill* bagi perusahaan yang akan meningkatkan keuntungan perusahaan.

Berdasarkan pendapat tersebut maka indikator kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung merupakan dimensi pelayanan yang dapat dilihat kasat mata. Pelayanan yang dapat dilihat langsung ini tidak hanya mengenai segala fasilitas dan sarana-prasarana yang ditawarkan, tetapi juga mencakup penampilan semua pihak yang terkait. Tjiptono (2011:273), menjelaskan bahwa, bukti langsung meliputi fasilitas langsung, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Indikator dari bukti langsung dalam penelitian ini meliputi:

- a. Aplikasi go food mudah digunakan
- b. Lokasi restoran/rumah makan yang dipesan terdaftar dan mudah ditemukan lokasinya pada aplikasi *Go-food*
- c. Makanan/minuman yang diantar sesuai dengan pesan, gambar dan informasi di aplikasi *Go-food*

2. Keandalan (*Reliability*)

Tjiptono, dkk (2008:73), mengungkapkan keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Reliabilitas berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Keandalan merupakan dimensi kualitas pelayanan yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan nasabah, hal ini didukung oleh pendapat Payne (dalam Yazid, 2008:102) yang mengungkapkan bahwa keandalan merupakan dimensi yang paling penting untuk kebanyakan jasa. Keandalan atau *reliability* adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang ditawarkan dan dijanjikan sebelumnya dengan segera dan memuaskan, serta memberikan layanan dengan akurat tanpa membuat kesalahan apapun sesuai dengan yang disepakati sebelumnya.

Reliability atau keandalan artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, tepat, akurat dan memuaskan. Indikator keandalan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Ada pemberitahuan yang jelas apabila terjadi keterlambatan
- b. Mengenakan harga yang sesuai dengan tarif yang sesuai aplikasi
- c. Mengantarkan pesanann makanan konsumen sampai ketempat tujuan dengan tepat
- d. Aplikasi tidak mengalami gangguan ketika menghubungi driver

3. Daya Tanggap

Tjiptono dan Chandra (2011:198), menjelaskan bahwa daya tanggap berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan jasa kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Menurut Rangkuti, (2002:30), *responsiveness* adalah kemampuan karyawan untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. *Responsiveness* juga dapat diartikan kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.

4. Asuransi

Tjiptono dan Chandra (2011:198), menyatakan bahwa jaminan merupakan perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Menurut Rangkuti (2002:30), *assurance* yaitu pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko. *Assurance* atau jaminan dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki setiap driver bebas dari resiko yang berbahaya dan keragu-raguan. Indikator jaminan dalam penelitian meliputi:

- a. Driver dapat mengemudikan sepeda motor dengan baik
- b. Driver dapat dipercaya dalam mengantarkan pesanan makanan oleh konsumen
- c. Driver mempunyai pengetahuan mengenai informasi jalan/alamat yang di tuju
- d. Tersedia layanan pengaduan pada aplikasi

5. Empati

Tjiptono (2008:73), mengemukakan empati meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas

kebutuhan individual para pelanggan. Menurut Rangkuti (2002:30), *emphaty* yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi. Empati dalam penelitian ini dapat diartikan segala sesuatu yang diberikan perusahaan Go-Jek dalam layanan *Go-food* yang meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dengan kebutuhan para konsumen. Indikator empati dalam penelitian ini meliputi:

- a. Driver sopan dan ramah dalam melakukan pelayanan
- b. Mendengarkan keluhan atau keinginan konsumen
- c. Driver berkomunikasi dengan baik

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Panjaitan, 2016 : 271).

2.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2008: 3) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan jasa. Pelanggan akan merasa puas kalau setelah menggunakan jasa tersebut, ternyata pelayanan jasanya baik. Oleh karena itu, setiap penggunaan pengalaman baru akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Hal tersebut dapat menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi.

Kepuasan akan terjadi kalau perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan

sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2003:30).

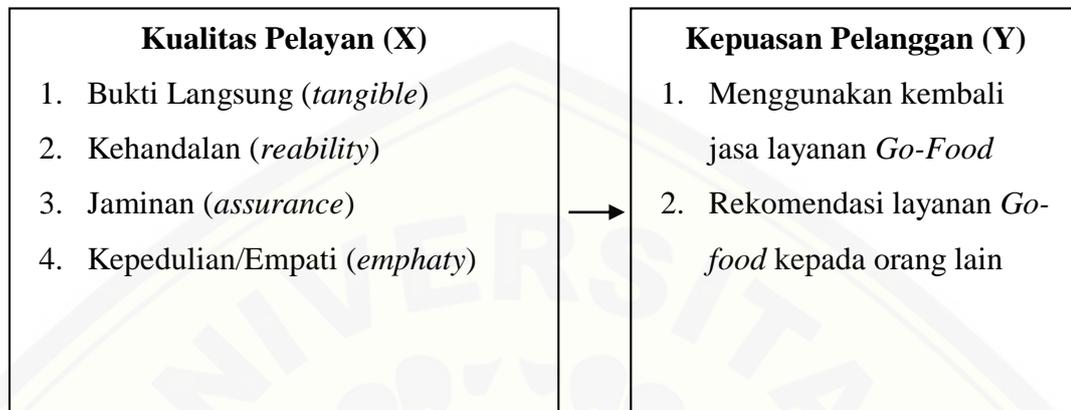
Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas tetapi jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Banyak perusahaan memfokuskan kepada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kelekatan atau preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi (Kotler, 2002 : 42).

Menurut Sutisna (2001:16), perilaku pengulangan pembelian diasumsikan merefleksikan penguatan yang kuat, artinya adanya rasa puas seseorang ketika berbelanja di suatu tempat maka orang tersebut akan cenderung untuk mengulang berbelanja secara berkelanjutan. Lupiyoadi dan Hamdani (2006:194) yang menyatakan “apabila pelanggan merasa puas, maka dia menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Menurut Tjiptono (2008:24), terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Berdasarkan pendapat diatas, kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah respon pelanggan setelah memakai layanan jasa *Go-food* yang menghasilkan kesetiaan pelanggan. Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini yaitu memakai kembali jasa layanan *Go-food* dan merekomendasikan layanan *Go-food* kepada orang lain

2.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ini dibuat untuk memberikan gambaran penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai pengaruh antara kualitas pelayanan (*reliability*,

responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles) terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan *Go-food*. Berdasarkan teori-teori yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat digambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan *Go-food*.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Perencanaan penelitian yang tepat sangat diperlukan dalam rangka mendapatkan data yang sempurna. Perencanaan penelitian ini dirancang dalam suatu kerangka metode penelitian. Metode penelitian dalam bab ini mencakup rancangan penelitian, metode penentuan lokasi penelitian, metode penentuan responden, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, metode pengolahan data, uji instrument, dan metode analisis data.

3.1. Rancangan Penelitian

Pelaksanaan suatu penelitian tujuannya yaitu ingin mencapai hasil yang diharapkan, oleh karena itu perlu suatu rencana penelitian yang sistematis dalam bentuk rancangan penelitian. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif artinya penelitian yang berhubungan dengan angka-angka yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan *Go-food*.

Daerah penelitian ditentukan dengan *purposive area* (penentuan lokasi yang disengaja). Peneliti menggunakan metode *Quota Sampling* untuk penentuan responden. Adapun untuk memperoleh data peneliti menggunakan metode angket sebagai metode utama, serta observasi, wawancara, dan dokumen sebagai metode pelengkap. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana, uji F, dan efektifitas garis regresi.

3.2. Metode Penentuan Lokasi

Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* yaitu daerah penelitian yang ditentukan pada suatu tempat tertentu dengan sengaja yang sesuai dengan tujuan penelitian. Lokasi penelitian yang ditentukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember, dengan alasan sebagai berikut:

1. Responden yang menjadi fokus penelitian yaitu mahasiswa, Kecamatan Sumbersari dipilih menjadi lokasi penelitian karena dekat dengan lokasi Universitas Jember
2. Kecamatan Sumbersari terdapat banyak kos-kosan mahasiswa Universitas Jember
3. Belum pernah dijadikan sebagai objek penelitian dengan bahasan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3.3. Metode Penentuan Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna layanan *Go-food*. Sampel adalah sekelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik popuasi juga dimiliki oleh sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan memiliki kriteria yang sesuai maka akan dijadikan sampel. Sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu mahasiswa/mahasiswi Fakultas Keguruan dan Ilmu Universitas Jember. Adapun kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan untuk menentukan sampel antara lain:

1. Responden adalah mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang menggunakan jasa layanan *Go-food*
2. Responden menggunakan jasa layanan *Go-food* minimal 3 kali.

Pengambilan sampel ini dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 50 responden. Menurut Roscoe (dalam Sekaran, 2006:160), suatu ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Berdasarkan pendapat tersebut maka dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 50 responden.

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder:

1. Data Primer

Data primer adalah data utama yang diperoleh dari angket yang disebarakan peneliti dan diisi oleh responden penelitian, yaitu mahasiswa Universitas Jember yang menggunakan jasa layanan *Go-food*. Angket ini berisikan sejumlah pertanyaan yang harus diisi oleh responden pada saat penelitian berlangsung.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data pendukung penelitian yang diperoleh dari observasi dan wawancara, serta melalui dokumen-dokumen serta literatur yang terkait langsung dengan penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh saat peneliti melakukan wawancara dengan responden penelitian. Sedangkan untuk data yang berbentuk dokumen dan literatur adalah data yang diperoleh peneliti dari buku dan internet, serta sumber-sumber yang mendukung dalam penelitian ini.

3.4.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden, yaitu mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang menggunakan jasa layanan *Go-food*.
2. Wawancara dengan mahasiswa Universitas Jember yang menggunakan jasa layanan *Go-food*

3.5. Metode Pengumpulan Data

3.5.1. Metode Angket

Angket yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden, yang selanjutnya responden diminta untuk mengisi daftar pertanyaan dan pernyataan tersebut. Hal ini ditujukan untuk mendapatkan

informasi yang relevan dengan tujuan penelitian, dan memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin.

Penelitian ini menggunakan jenis angket tertutup yaitu angket yang disusun dengan menyediakan alternative jawaban, sehingga responden hanya memberi jawaban yang dipilih. Angket atau angket ini digunakan untuk memperoleh data responden tentang kualitas pelayanan dari jasa layanan *Go-food* dan kepuasan konsumen dari penggunaan jasa layanan *Go-food*.

3.5.2. Metode Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung dengan responden yang menggunakan jasa layanan *Go-food*. Metode ini dilakukan untuk memperoleh keterangan lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan serta untuk mendapatkan data penunjang yang berkaitan dengan penelitian.

3.5.3. Metode Dokumen

Metode dokumen yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan buku, internet, penelitian sebelumnya, dan mempelajari referensi yang berhubungan dengan penelitian ini. Dokumen dalam penelitian ini adalah data berupa tinjauan pustaka yang diperoleh melalui buku, internet, penelitian sebelumnya yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun dokumen lain yang berhubungan dengan referensi lain yang berhubungan dengan penelitian ini adalah data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, diantaranya profil, visi dan misi dari perusahaan Go-Jek yang menyediakan jasa layanan *Go-food*.

3.6. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian adalah batasan atau spesifikasi dari variabel-variabel penelitian yang secara konkret berhubungan dengan realitas yang akan diukur dan merupakan manifestasi dari hal-hal yang akan diamati peneliti berdasarkan sifat yang didefinisikan dan diamati sehingga terbuka untuk diuji

kembali oleh orang atau peneliti lain. Definisi operasional variabel yang diteliti yaitu:

1. Kualitas pelayanan jasa yang ada dalam penelitian ini terdiri atas kehandalan, jaminan, empati, dan Bukti langsung. Berikut penjelasan masing-masing indikator kualitas pelayanan:
 - a. Bukti langsung (*Tangible*), adalah bentuk pelayanan yang diberikan oleh driver GO-JEK yang dapat dilihat secara langsung dalam melayani layanan. GoFood seperti fasilitas fisik, perlengkapan berkendara dan sarana komunikasi. Indikator dari bukti langsung dalam penelitian ini meliputi: aplikasi *Go-food* mudah digunakan, lokasi restoran/rumah makan yang dipesan terdaftar dan mudah ditemukan lokasinya pada aplikasi *Go-food* serta makanan/minuman yang diantar sesuai dengan pesan, gambar dan informasi di aplikasi *Go-food*.
 - b. Kehandalan (*Reliability*) artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, tepat, akurat dan memuaskan. Indikator kehandalan dalam penelitian ini meliputi ada pemberitahuan yang jelas apabila terjadi keterlambatan, mengenakan harga yang sesuai dengan tarif yang sesuai aplikasi, mengantarkan pesanan makanan konsumen sampai ketempat tujuan dengan tepat, dan aplikasi tidak mengalami gangguan ketika menghubungi driver.
 - c. Jaminan (*Assurance*) atau jaminan yaitusegala sesuatu yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki setiap driver bebas dari resiko yang berbahaya dan keragu-raguan. Indikator jaminan dalam penelitian meliputi driver dapat dipercaya dalam mengantarkan pesanan makanan oleh konsumen, driver mengetahui informasi jalan/alamat konsumen dan layanan pengaduan pada aplikasi selalu merespon dengan cepat ketika ada pengaduan.
 - d. Empati adalah segala sesuatu yang diberikan perusahaan Go-Jek dalam layanan *Go-food* yang meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dengan kebutuhan para konsumen. Indikator empati dalam penelitian ini meliputi driver sopan dan ramah dalam

melakukan pelayanan, mendengarkan keluhan atau keinginan konsumen, dan driver berkomunikasi dengan baik

2. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah respon pelanggan setelah memakai layanan jasa *Go-food* yang menghasilkan kesetiaan pelanggan. Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini yaitu menggunakan jasa layanan *Go-food* kembali, merekomendasikan layanan *Go-food* kepada orang lain, driver sopan dan ramah, driver cepat dalam memesan dan mengantarkan makanan dan menggunakan *Go-pay* dalam bertransaksi berulang-ulang.

3. 7 Metode Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah pengolahan data sehingga data siap untuk dianalisis. Adapun tahap-tahap pengolahan data sebagai berikut:

1. Editing

Editing merupakan langkah awal untuk mengecek kelengkapan data dan identitas responden, sehingga data yang diperoleh tidak menimbulkan keraguan. Hal-hal yang akan diproses dalam editing meliputi: kelengkapan dalam pengisian, kejelasan makna jawaban, konsisten jawaban, relevansi jawaban, dan keseragaman suatu jawaban. Hasil dalam penelitian ini agar mendapatkan data yang dapat dipertanggungjawabkan, peneliti mengecek kembali apakah angket sudah diisi dan dikembalikan kepada peneliti apabila angket sudah diisi semua. Jika angket tidak lengkap, peneliti mengembalikan angket tersebut kepada responden untuk dilengkapi.

2. Skoring

Langkah ini merupakan kegiatan pemberian skor terhadap data yang telah disiapkan dalam pilihan jawaban yang telah dibuat. Penilaian dalam penelitian ini diambil dari isian angket tertutup yang dibagikan kepada 30 responden dan menjawab pertanyaan dengan 5 pilihan jawaban yang penulis sediakan. Selanjutnya skor ditentukan melalui kriteria sebagai berikut:

- a. Jawaban Selalu (S) diberi skor 5

- b. Jawaban Sering (SR) diberi skor 4
- c. Jawaban Kadang-kadang (K) diberi skor 3
- d. Jawaban Jarang (JR) diberi skor 2
- e. Jawaban Tidak Pernah (TP) diberi skor 1

3. Tabulasi

Tabulasi merupakan tahap lanjutan dalam rangkaian proses analisis data. Tabulasi adalah proses perhitungan frekuensi jawaban yang dipilih oleh responden terhadap *option* pertanyaan yang diberikan kepada responden yang ditulis dalam tabel. Tabulasi sering diartikan sebagai proses penyusunan data ke dalam tabel, sehingga data dengan mudah dapat dibaca dan dipahami. Pada tahap ini dapat dianggap data telah selesai diproses karena dengan tabulasi data lapangan akan segera tampak ringkas dan bersifat rangkuman. Keadaan yang ringkas dan tersusun ke dalam suatu tabel yang baik, data dapat dibaca dengan mudah dan maknanya akan mudah dipahami.

3.8 Uji Instrument

3.8.1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrument. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total, yang merupakan jumlah tiap skor butir. Selanjutnya dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, dimana item yang mempunyai korelasi positif dengan kriteria (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula.

Untuk menguji validitas tersebut dapat menggunakan rumus korelasi produk moment sebagai berikut :

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

(Arikunto, 2006:72)

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y

N = jumlah responden

X = skor item tertentu

Y = skor total

Adapun kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

- jika nilai rhit lebih besar ($>$) dari r_{tab} maka angket dinyatakan valid dan dapat dipergunakan
- jika nilai rhit lebih kecil ($<$) dari r_{tab} maka angket dinyatakan tidak valid dan tidak dapat dipergunakan
- nilai r_{tab} dapat dilihat pada $\alpha=5\%$ dan derajat bebas (db) = $n-2$, dengan n adalah jumlah responden yang dilibatkan dalam uji coba instrument.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah nilai yang menunjukkan konsistensi alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat ukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Penelitian ini menggunakan metode *cronbach alpha* untuk mengukur reliabilitas. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Rumus untuk menghitung *cronbach alpha* yaitu :

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

(Umar, 2004:95)

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

α_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data digunakan untuk mengolah data hasil penelitian sehingga diperoleh suatu kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan. Metode dalam penelitian ini metode menggunakan analisis inferensial. Analisis tersebut merupakan analisis statistik regresi linier sederhana dengan menggunakan rumus statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

3.9.1 Analisis Inferensial

Analisis inferensial merupakan analisis statistik regresi linier sederhana dengan menggunakan rumus statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

a. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Dalam analisis regresi, variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas dan variabel yang dipengaruhi adalah variabel terikat. Jika dalam persamaan regresi sederhana hanya terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka disebut sebagai persamaan regresi sederhana, sedangkan jika variabel bebasnya lebih dari satu, maka disebut sebagai persamaan regresi berganda (Riduwan, 2009:174). Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) yang mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan pada bisnis layanan jasa *Go-food*, rumus yang digunakan adalah:

$$\hat{Y} = a + bX + e_i$$

Keterangan:

\hat{Y} = kepuasan pelanggan

X = kualitas pelayanan

a = konstanta

b = koefisien variabel independen

e_i = faktor pengganggu

b. Analisis Varian Garis Regresi

Nilai koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rumus untuk menghitungnya yaitu:

$$R = \sqrt{\frac{(b_1 \times \sum X_1 Y) + \dots + b_n \sum X_n Y}{\sum Y^2}}$$

(Sunyoto, 2011:63)

Dimana:

- R = nilai koefisien korelasi
 b₁ = nilai koefisien regresi variabel bebas
 X = variabel bebas
 Y = variabel terikat

Tabel 3.1 Pedoman Untuk Menggunakan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,339	Rendah
0,400 – 0,599	Cukup Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Arikunto (2006:276)

c. Analisis Koefisien Determinasi

Efektifitas garis regresi ini digunakan untuk mengetahui besar (%) pengaruh kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis layanan jasa *Go-food*, maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 \times 100\% = \dots\dots\dots \%$$

(Sugiyono, 2011:245)

Keterangan:

R² = koefisien determinasi

d. Uji F

Uji F dikenal dengan uji serentak atau uji model atau uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat signifikan atau tidak signifikan. Uji F diperoleh dengan rumus:

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{1 - R^2 / (n - k)}$$

(Supranto, 2009:263)

Keterangan:

F = pengujian secara serentak

R² = koefisien determinasi

k = banyaknya variabel bebas

n = banyaknya responden

Hipotesis:

Ho : tidak ada pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan *Go-food*

Ha : tidak ada pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan *Go-food*

Kriteria pengambilan keputusan:

a. Jika F hitung \geq F table atau Sig F < 0,05, maka Ho ditolak Ha diterima

b. Jika F hitung < F table atau Sig F > 0,05, maka Ho diterima Ha ditolak

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan *Go-Food*, hal tersebut ditunjukkan dengan nilai F-hitung sebesar 113,18 lebih besar F-tabel sebesar 4,04 dan signifikansi F sebesar 0,000 lebih besar dari σ sebesar 0,05. Nilai koefisien determinasi sebesar 70,2% artinya persentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan *Go-food* sebesar 70,2% sedangkan sisanya yaitu 19,8% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran adalah sebagai berikut:

- a. Bagi driver Go-Jek diharapkan dapat mempertahankan kesopanan dan keramahan kepada konsumen dalam melayani pesanan *Go-food*.
- b. Perusahaan Go-Jek harus memperbaharui dan mengharuskan partner yang tergabung dalam layanan Go-food menampilkan gambar dan menu yang sesuai dengan yang dijual.
- c. Perusahaan Go-Jek perlu melakukan promosi mengenai transaksi menggunakan *Go-pay* karena sekarang sedang eksisnya pembayaran non tunai sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan jika banyak yang menggunakan *Go-pay*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Bacaan

- Buchari, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Arikunto, S. 2009. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua,. Cetakan Ke-Tigabelas. Yogyakarta: Liberty.
- Handi, P. 2002. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Lupiyoadi, R dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Onggo, B. J. 2007. *Google Is My Salesman*. Bandung, : PT. Syamil Cipta Media.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid 2*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Freddy, R. 2002. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Freddy, R. 2003. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Freddy, R. 2013. *Paradigma Baru Customer Service*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sekaran, U. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudarso, Andriasan. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabeta
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Erlangga
- Supranto, J. 2009. *Statistic Teori Dan Aplikasi, Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.

- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. 2008. *Pemasaran Strategik, Edisi Pertama, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa Konsep Dan Implementasi, Edisi Kedua, Cetakan Keempat*. Yogyakarta: Ekonisia.

Jurnal

- Apriyani, D A dan Sunarti. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen *The Little A Coffee Shop* Sidoarjo) . *Jurnal Administrasi Bisnis*: 51(2).
- Fikri, S. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa . *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*: 3(1).
- Nilasari, E dan Istiatin. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*: 13(1).
- Panjaitan, J E. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*: 11 (2)

Skripsi

- Lumongga, A. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *Go-food* di Gojek *Online* pada Mahasiswa/i Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Barat. *Skripsi*. Tidak Dipublikasikan. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Wardani, T. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Go-Jek (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sumatera Utara). *Skripsi*. Tidak Dipublikasikan. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
- Wijaya, R. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab-Food. *Skripsi*. Tidak Dipublikasikan. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Internet

Eka, R. 2017. Penerimaan Masyarakat Indonesia Terhadap Layanan On-Demand [Serial *Online*] <https://Dailysocial.Id/Post/Penerimaan-Masyarakat-Indonesia-Terhadap-Layanan-On-Demand> Diakses Pada Tanggal 24 Januari 2019



Lampiran A. Matrik Penelitian

JUDUL	RUMUSAN MASALAH	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	HIPOTESIS
Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bisnis Jasa Layanan <i>Go-food</i>	Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan <i>Go-food</i> ?	Kualitas Pelayanan (X) Kepuasan Nasabah (Y).	1. Kehandalan 2. Jaminan 3. Empati 4. Bukti Fisik 1. Penggunaan berulang jasa layanan <i>Go-food</i> 2. Rekomendasi jasa layanan <i>Go-food</i> ke orang lain	1. Data primer: Angket 2. Data Sekunder: wawancara dan dokumen. 3. Responden: mahasiswa Universitas Jember yang menggunakan jasa layanan <i>Go-food</i> minimal 3 kali	1. Lokasi Penelitian: Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember 2. Metode Penentuan Responden: <i>Quota Sampling</i> . 3. Analisis Data Kuantitatif: a. Persamaan regresi sederhana: $\hat{Y} = a + bX + e_i$ b. Nilai Koefisien Determinasi: $R^2 \times 100\%$ c. Uji F: $F_o = \frac{R^2 (n - k - 1)}{k (1 - R^2)}$	Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa layanan <i>Go-food</i>

Lampiran B. Tuntutan Penelitian**TUNTUTAN PENELITIAN**

1. Metode Angket/Angket

Data Yang Ingin Diperoleh	Sumber Data
Kualitas Pelayanan (Kehandalan, Jaminan, Empati, dan Bukti langsung) dan Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Layanan <i>Go-food</i>	Mahasiswa Universitas Jember yang menggunakan jasa layanan <i>Go-food</i>

2. Metode Wawancara

Data Yang Ingin Diperoleh	Sumber Data
Kualitas Pelayanan (Kehandalan, Jaminan, Empati, dan Bukti langsung) dan Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Layanan <i>Go-food</i>	Mahasiswa Universitas Jember yang menggunakan jasa layanan <i>Go-food</i>

3. Metode Dokumentasi

Data Yang Ingin Diperoleh	Sumber Data
Sejarah, visi, dan misi PT. Go-Jek Indonesia	Website

Lampiran C. Angket Penelitian**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA BISNIS JASA LAYANAN *GO-FOOD***

Pengantar :

Pertanyaan yang ada dalam angket ini hanya untuk data penelitian dalam rangka menyusun Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Layanan *Go-food*” pada Program Sarjana Pendidikan Ekonomi Universitas Jember. Di bawah ini ada beberapa kelompok pertanyaan yang semuanya berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Layanan *Go-food*

Bapak/Ibu saya harapkan untuk memberikan penilaian terhadap pertanyaan tersebut sesuai dengan pendapat dan pandangan Bapak/Ibu.

Peneliti

Nurma

A. Identitas Responden

Umur :

Jenis Kelamin :

Fakultas :

B. Petunjuk Pengisian Angket:

1. Berilah tanda centang (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu paling sesuai.
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Isi jawaban berikut sesuai dengan pendapat bapak/ibu dengan memberi tanda centang pada kolom yang tersedia. Adapun makna tanda tersebut adalah sebagai berikut:

S = Selalu
 SR = Sering
 K = Kadang-Kadang
 JR = Jarang
 TP = Tidak Pernah

1) Variabel Kualitas Pelayanan (X)

No	Pernyataan	S	SR	K	J	TP
Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)						
1	Aplikasi go food mudah digunakan					
2	Lokasi restoran/rumah makan yang dipesan terdaftar dan mudah ditemukan lokasinya pada aplikasi <i>Go-food</i>					
3.	Makanan/minuman yang diantar sesuai dengan pesan, gambar dan informasi di aplikasi <i>Go-food</i>					
Kehandalan (<i>Reliability</i>)						
4.	Ada pemberitahuan yang jelas apabila terjadi keterlambatan					
5.	Mengenakan harga pengantaran yang sesuai					

	dengan tarif yang ada di aplikasi					
6.	Mengantarkan pesanan makanan konsumen sampai ketempat tujuan dengan tepat					
7.	Aplikasi tidak mengalami gangguan ketika menghubungi driver					
Jaminan (<i>assurance</i>)						
8.	Driver dapat dipercaya dalam mengantarkan pesanan makanan oleh konsumen					
9.	Driver mengetahui informasi jalan/alamat konsumen					
10.	Layanan pengaduan pada aplikasi selalu merespon dengan cepat ketika ada pengaduan					
Empati						
11.	Driver sopan dan ramah dalam melakukan pelayanan					
12.	Memperhatikan keinginan konsumen dalam memesan makanan via <i>Go-food</i> seperti contoh makanan jangan pedas-pedas.					
13.	Driver berkomunikasi dengan baik					

2) Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	S	SR	K	J	TP
1	Menggunakan jasa layanan <i>Go-food</i> kembali					
2	Merekomendasikan layanan <i>Go-food</i> kepada orang lain					
3	Konsumen puas terhadap keramahan dan kesopanan driver					
4	Konsumen puas terhadap kecepatan driver dalam memesan dan mengantarkan makanan					
5	Menggunakan <i>Go Pay</i> dalam bertransaksi berulang-ulang					

Lampiran D. Hasil Angket Kualitas Pelayanan

No	Kualitas Pelayanan													Jumlah
	Bukti langsung			Kehandalan				Jaminan			Empati			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	61
2	4	5	5	3	4	5	3	4	3	4	5	1	3	49
3	5	5	3	3	5	5	3	5	4	3	3	3	2	49
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3	5	3	57
5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	4	5	2	5	57
6	5	5	5	4	3	5	3	5	4	4	5	4	5	57
7	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64
8	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	60
9	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	60
10	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	58
11	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	63
12	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	61
13	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	5	5	3	57
14	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	61
15	5	5	4	4	4	4	4	5	4	2	5	5	4	55
16	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	58
17	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	50
18	5	5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	3	4	54
19	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	45
20	4	5	4	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	53
21	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	54
22	5	5	2	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5	53
23	4	4	3	4	5	5	4	4	4	2	5	4	4	52
24	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	59
25	5	5	3	5	5	5	4	4	4	2	5	4	5	56
26	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	53
27	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	59
28	5	5	3	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	52
29	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	4	3	56
30	5	5	2	5	4	4	4	4	4	2	5	5	5	54
31	5	5	5	4	4	4	4	4	3	2	5	4	3	52
32	5	5	3	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	56
33	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	59
34	4	4	3	5	4	5	3	4	4	3	5	4	4	52
35	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	54
36	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	53

No	Kualitas Pelayanan													Jumlah
	Bukti langsung			Kehandalan				Jaminan			Empati			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
37	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	53
38	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	54
39	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
40	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	53
41	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	54
42	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	53
43	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	54
44	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	55
45	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	56
46	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	55
47	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	55
48	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	56
49	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	55
50	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	56
Jumlah	241	218	204	204	211	228	203	230	204	178	225	202	216	2764

Lampiran E. Hasil Angket Kepuasan Pelanggan

No	Kepuasan Pelanggan					Jumlah	No	Kepuasan Pelanggan					Jumlah
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
1	5	5	5	5	3	23	37	4	3	4	4	4	19
2	4	3	4	3	1	15	38	4	3	4	4	4	19
3	5	2	4	2	4	17	39	4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	4	3	21	40	4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	3	4	20	41	4	4	4	4	4	20
6	5	5	5	4	4	23	42	4	4	4	4	4	20
7	5	5	5	5	5	25	43	4	4	5	4	4	21
8	5	5	5	4	3	22	44	4	4	5	4	4	21
9	5	4	5	5	5	24	45	4	4	5	4	4	21
10	5	5	5	5	1	21	46	4	4	5	4	4	21
11	5	4	4	4	2	19	47	4	4	5	4	4	21
12	5	5	4	4	2	20	48	4	4	5	4	4	21
13	5	5	5	4	4	23	49	4	4	5	4	4	21
14	5	4	5	5	4	23	50	4	4	5	4	4	21
15	5	5	5	4	4	23	Jumlah	218	205	228	203	170	1024
16	4	4	4	4	5	21							
17	3	3	4	4	3	17							
18	4	4	5	5	2	20							
19	3	3	4	4	2	16							
20	3	5	4	4	3	19							
21	4	4	4	4	2	18							
22	4	4	5	4	3	20							
23	5	5	5	4	3	22							
24	4	4	4	3	3	18							
25	5	5	5	4	3	22							
26	5	4	5	5	4	23							
27	4	4	5	4	3	20							
28	4	4	4	3	3	18							
29	5	5	5	5	2	22							
30	4	4	4	4	3	19							
31	5	4	5	4	3	21							
32	5	4	5	4	4	22							
33	5	5	5	5	4	24							
34	5	4	4	4	2	19							
35	4	3	4	4	4	19							
36	4	3	4	4	4	19							

	Sig. (2-tailed)	.576	.304	.092	.409	.140		.468	.209	.432	.276	.628	.429	.457	.042
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X7	Pearson Correlation	.210	.145	.286*	.183	.391**	.105	1	.177	.248	.247	.241	.417**	.218	.641**
	Sig. (2-tailed)	.143	.314	.044	.203	.005	.468		.218	.083	.084	.092	.003	.129	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X8	Pearson Correlation	.120	.113	.236	-.096	.030	.181	.177	1	.241	.489**	-.284*	-.011	.078	.376**
	Sig. (2-tailed)	.407	.434	.099	.507	.835	.209	.218		.091	.000	.045	.940	.591	.007
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X9	Pearson Correlation	.354*	.089	.096	.128	.347*	-.114	.248	.241	1	.254	.079	.294*	.231	.510**
	Sig. (2-tailed)	.012	.537	.507	.374	.014	.432	.083	.091		.075	.585	.038	.107	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X10	Pearson Correlation	.002	-.239	.583**	-.128	-.007	.157	.247	.489**	.254	1	-.163	-.035	.385**	.484**
	Sig. (2-tailed)	.989	.095	.000	.376	.962	.276	.084	.000	.075		.257	.808	.006	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X11	Pearson Correlation	-.036	.526**	.087	.351*	.161	.070	.241	-.284*	.079	-.163	1	.140	.142	.401**
	Sig. (2-tailed)	.801	.000	.546	.012	.263	.628	.092	.045	.585	.257		.333	.324	.004
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X12	Pearson Correlation	.188	.043	-.039	.533**	.226	-.114	.417**	-.011	.294*	-.035	.140	1	.305*	.503**
	Sig. (2-tailed)	.190	.766	.788	.000	.115	.429	.003	.940	.038	.808	.333		.031	.000

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X13	Pearson Correlation	.107	-.164	-.010	.125	-.077	-.108	.218	.078	.231	.385**	.142	.305*	1	.416**
	Sig. (2-tailed)	.457	.256	.947	.388	.596	.457	.129	.591	.107	.006	.324	.031		.003
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X	Pearson Correlation	.340*	.394**	.523**	.470**	.507**	.289*	.641**	.376**	.510**	.484**	.401**	.503**	.416**	1
	Sig. (2-tailed)	.016	.005	.000	.001	.000	.042	.000	.007	.000	.000	.004	.000	.003	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Lampiran G. Hasil Uji Validitas Pada Angket Kepuasan Pelanggan

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.444**	.403**	.228	.029	.615**
	Sig. (2-tailed)		.001	.004	.111	.843	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y2	Pearson Correlation	.444**	1	.530**	.478**	-.091	.691**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.528	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y3	Pearson Correlation	.403**	.530**	1	.509**	.163	.757**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000	.257	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y4	Pearson Correlation	.228	.478**	.509**	1	.029	.648**
	Sig. (2-tailed)	.111	.000	.000		.839	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y5	Pearson Correlation	.029	-.091	.163	.029	1	.482**
	Sig. (2-tailed)	.843	.528	.257	.839		.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y	Pearson Correlation	.615**	.691**	.757**	.648**	.482**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

Lampiran H. Hasil Uji Reliabilitas pada Angket Kualitas Pelayanan**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.657	13

Lampiran I. Hasil Uji Reliabilitas pada Angket Kepuasan Pelanggan**Reliability****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.566	5

Lampiran J. Hasil Uji Regresi Sederhana

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.696	1.17406

a. Predictors: (Constant), X

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	156.015	1	156.015	113.184	.000 ^a
	Residual	66.165	48	1.378		
	Total	222.180	49			

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.214	2.524		-2.462	.017
	X	.485	.046	.838	10.639	.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran K. Lembar Konsultasi Bimbingan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegayutani Kutuk Pos 162
Telp./Fas (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Norma Yunita
NIM/Angkatan : 120210301039/2012
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan/Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Layanan Go Food
Pembimbing II : Dr. Sri Kantana, MEd

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	14 Januari 2019	Konsultasi Tujuan	1. ORINA
2.	23 Januari 2019	BAB 1.2.3	2. ORINA
3.	28 Januari 2019	Revisi Bab 1.2.3	3. ORINA
4.	12 Februari 2019	Revisi Bab 1.2.3	4. ORINA
5.	25 Februari 2019	Revisi Bab 1.2.3	5. ORINA
6.	4 Maret 2019	Konsultasi Bimbingan Bab 1.2.3	6. ORINA
7.	14 Maret 2019	Konsultasi Proposal ACE Proposal	7. ORINA
8.		Acc Seminar	8. ORINA
9.	17 Juni 2019	BAB 4	9. ORINA
10.	27 Juni 2019	BAB 4	10. ORINA
11.	8 Juli 2019	BAB 4	11. ORINA
12.	24 Juli 2019	BAB 4 dan 5	12. ORINA
13.	6 Agustus 2019	Bab 4 dan 5	13. ORINA
14.	18 September 2019	Turn A m., BAB 4 dan 5	14. ORINA
15.		Acc Ujian	15. ORINA

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kota Pas 162
Telp./Fax (0331) 334998 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Nurma Yunita
NIM/Angkatan : 120210301039/2012
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Layanan Go Food
Pembimbing II : Titin Kartini, S.Pd., M.Pd.

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	16 Januari 2019	Konsultasi Judul	1.
2.	28 Januari 2019	BAB 1. 2. 3	2.
3.	14 Februari 2019	Revisi BAB 1. 2. 3	3.
4.	20 Februari 2019	Revisi BAB 1. 2. 3	4.
5.	6 Maret 2019	Konsultasi Bimbingan BAB 1. 2. 3	5.
6.	15 Maret 2019	Konsultasi Proposal + Acc Proposal	6.
7.			7.
8.			8.
9.	20 Juni 2019	BAB 4	9.
10.	25 Juni 2019	BAB 4	10.
11.	17 Juli 2019	BAB 4 & 5	11.
12.	20 Agustus 2019	Bab 5	12.
13.	9 Sept 2019	Bab 5	13.
14.		Acc Ujian	14.
15.			15.

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Lampiran L. Dokumentasi



Foto 1: Pengisian angket bersama Yuli, mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi 2015



Foto 2: Pengisian angket bersama Intan, mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi 2015



Foto 3: Pengisian angket bersama Ovi, mahasiswa Progam Studi Ekonomi 2015



Foto 4: Pengisian angket bersama Retno mahasiswa Progam Studi Ekonomi 2014 dan
Andi Wisnu Progam Studi Ekonomi 2015



Foto 5 : Bersama driver *Go-food* Bapak Shodiq



Foto 6 : Bersama driver *Go-food* Bapak Imron

Lampiran M. Daftar Riwayat Hidup**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas**

Nama : Nurma Yunita
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 04 Juni 1994
Agama : Islam
Nama Ayah : Sujiono
Nama Ibu : Anis Subhanah
Alamat : Dusun Tegalyasan Desa Tegalarum RT 004
RW V Kecamatan Sempu, Kabupaten
Banyuwangi

B. Pendidikan

2000-2006 : MI Islamiyah Muhammadiyah 7 Sempu
2006-2009 : SMP Bustanul Makmur Genteng
2009-2012 : SMAN 1 Gambiran