

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 05 Desember 2019 hingga 13 Desember 2019. Pengambilan data dilakukan dengan cara memberikan skala kualitas pelayanan dan skala kepuasan pelanggan para pengguna ojek daring khususnya Gojek dari segala kalangan. Ibu-Ibu, anak-anak, remaja, bapak-bapak, atau orang lanjut usia. Hasil pengambilan data yang dilakukan mendapatkan subyek yang berjumlah 150 orang.

Teknik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variable X (kualitas pelayanan) dan variable Y (kepuasan pelanggan) adalah teknik product moment (parametrik). Berdasarkan perhitungan melalui SPSS versi 16.0 *for windows* menunjukkan korelasi $r_{xy} = 0,895$ dengan nilai signifikan (p) = 0.000 ($p > 0,001$), hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Selain itu, tanda plus (+) pada koefisien korelasi menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Artinya hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis penelitian yang menyatakan “ Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada pengguna gojek daring “ diterima. Hipotesis penelitian terbukti bahwa, ada hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan, yang artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dihasilkan, begitu pula sebaliknya.

Hasil perhitungan analisis korelasi Product Moment Pearson menunjukkan harga koefisien $r_{xy} = 0,895$ pada $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Selain itu, tanda plus (+) pada koefisien korelasi menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Artinya hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Hasil perhitungan analisis korelasi Product Moment Pearson dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10.
Hasil Hitung Correlations

	KUALITAS PELAYANAN	KEPUASAN PELANGGAN
Pearson Correlation	1	.895**
Sig. (2-tailed)		.000
N	150	150
Pearson Correlation	.895**	1
Sig. (2-tailed)	.000	
N	150	150

B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan ada hubungan negatif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan diterima atau terbukti. Artinya semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan pada ojek daring (GoJek). Terbuktinya hipotesis ini sejalan atau mendukung Jika pelayanan melebihi harapan maka pelanggan amat puas dan senang (Kotler, 2008).

Kualitas Pelayanan merupakan variable yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil pengujian perhitungan analisis korelasi Product Moment Pearson menunjukkan harga koefisien $r_{xy} = 0,895$ pada $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata diterima atau yang diperoleh dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan terhadap layanan GoJek. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

kepuasan pelanggan ojek daring merupakan suatu tanggapan perilaku pelanggan berupa evaluasi purna beli terhadap jasa ojek daring yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan ketika melakukan pembelian suatu jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen tersebut pada saat melakukan pembelian suatu jasa, pengalaman masa lalu ketika membeli jasa tersebut serta pengalaman teman-teman yang telah membeli jasa tersebut dan periklanan.

Didalam lingkungan yang kompetitif, indikator yang dapat menunjukkan kepuasan konsumen adalah apakah konsumen tersebut akan menggunakan ojek daring tersebut diwaktu yang akan datang. Ojek daring adalah suatu produk yang menjual jasa. Artinya kualitas jasa itu diperhatikan dari sikap dan pelayanan pemberi jasa. Setiap pelanggan memiliki standar puas sendiri-sendiri begitupun driver ojek daring juga memiliki standart operasionalnya sendiri. Dalam hal ini pihak pemberi jasa yaitu driver diminta untuk memberikan pelayanan kenyamanan, dan perilaku baik untuk pelanggan supaya pelanggan memiliki evaluasi yang menyenangkan atas jasa yang sudah dibeli.

Banyak aspek yang menjadi pertimbangan seorang konsumen untuk memilih salah satu ojek daring yang menjual jasa yang diinginkannya. Ketika pergi ke sebuah aplikasi ojek daring, seorang konsumen cenderung menjadi seorang yang pemilih, atau selalu memiliki pertimbangan-pertimbangan tersendiri sebelum memilih dan memutuskan untuk membeli jasa yang dibutuhkan. Seorang konsumen sengaja berkunjung ke salah satu aplikasi ojek daring tentunya memiliki tujuan untuk mendapatkan jasa yang dicari. Namun, aspek-aspek apakah yang seharusnya menjadi pertimbangan utama dalam memilih salah satu dari aplikasi ojek daring tersebut? Tentunya selain aspek harga dan ketersediaan jasa, hal lain yang dicari konsumen adalah kualitas pelayanan.

Terdapat beberapa pertimbangan yang menjadi tolok ukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa yang dibutuhkan. Ketika seorang konsumen telah menemukan jasa yang dibutuhkannya, masih terdapat beberapa hal lain yang menjadi pertimbangan. Seperti misalnya pertimbangan harga, atau tentang tingkat kualitas pelayanan yang baik.

Kualitas pelayanan dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun timbal balik tentang pelayanan yang telah diberikan.

Kualitas pelayanan ini dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen. Sedangkan tingkat kepuasan pelanggan ini sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan jenis kualitas pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra driver ojek daring. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah

keuntungan bagi driver ojek daring. Bagaimana tidak, jika driver ojek daring sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.