

**PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK PADA LAYANAN TRANSPORTASI  
ONLINE: STUDI KASUS PENGGUNA GO-JEK DI SURAKARTA**

Yosephine Angelina Yulia<sup>1)</sup>, Cahyani Tunggal Sari<sup>2)</sup>

Prodi Manajemen

STIE AUB Surakarta, Indonesia

Email: [joeangel5@gmail.com](mailto:joeangel5@gmail.com)

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memberikan bukti empiris bahwa Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna produk aplikasi Gojek Penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif Kuantitatif. Ruang Lingkup penelitian di Surakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* memilih sampel dengan tujuan tertentu secara subyektif peneliti sesuai kriteria-kriteria yang ditetapkan dan harus dipenuhi oleh sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 215 responden pengguna aplikasi Gojek yang ada di Surakarta. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas layanan dan kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen, variabel kualitas informasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Kata kunci: Kualitas Layanan, Transportasi online, Kepuasan Konsumen

**I. PENDAHULUAN**

Teknologi Informasi (TI) telah membawa banyak perubahan di dunia, termasuk di sektor industri dan jasa. Sebagian besar bisnis saat ini bergantung pada Teknologi Informasi untuk mengelola, mengoperasikan dan mengembangkan produk, serta meningkatkan mesin, otomatisasi, dan proses lain yang terlibat dalam produksi (Ombati *et al*, 2010 dalam Salamah dan Hassan, 2015). Terkait erat dengan Teknologi Informasi, peran internet berkembang sangat pesat.

Banyak kegiatan komersial, seperti penjualan barang dan jasa, sekarang dilakukan melalui internet. Hal ini disebut perdagangan elektronik (*e-commerce*). Namun, *e-commerce* banyak bergantung pada ketersediaan koneksi jaringan kabel ke Internet. Keterbatasan tersebut menjadikan kurangnya mobilitas, makna bahwa pelanggan tidak dapat menikmati kemewahan akses kapan saja dan dari mana saja ; teknologi nirkabel, bagaimanapun juga memiliki keuntungan. Teknologi seluler dapat mengurangi kebutuhan konsumen untuk bepergian (Mallat *et al*, 2009 dalam Salameh dan Hassan, 2015). Bahkan, konsumen dapat dengan cepat mencari tahu tentang sumber daya perusahaan dan layanan dari mana saja dan kapan saja mereka mau (Suki, 2011). Teknologi ini disebut dengan *m-commerce* (Sadi & Noordin, 2011). Dengan tren yang berkembang cepat, pengguna perangkat seluler dilihat sebagai sekelompok besar GO-JEK adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi ojek. Yang

bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Perusahaan ini berdiri pertama kali di Jakarta pada tahun 2011. GO- JEK adalah aplikasi karya anak bangsa di bidang teknologi yang melayani transportasi melalui jasa ojek. Karena efektifitas tujuan perusahaan ini yang bermitra kepada pengendara Ojek yang berpengalaman semakin baik dan meningkatnya peminat pelanggan sehingga GO-JEK dikembangkan di kota-kota besar lainnya seperti khususnya daerah JABODETABEK, Bandung, Medan, Surabaya, Bali, Solo dan kota- kota lainnya. GO-JEK mulai beroperasi di kota Solo mulai bulan Mei 2016.

Dengan adanya GO-JEK, maka lowongan pekerjaan untuk *driver* GO-JEK terbuka lebar. Jumlah pengemudi GO-JEK sampai tahun 2018 secara global saat ini mencapai lebih dari 1 juta pengemudi. Hal ini menjadi sangat penting karena perusahaan GO-JEK telah berpartisipasi dalam pengentasan kemiskinan dengan memberikan lapangan pekerjaan kepada pengemudi GO-JEK. Jika 1 pengemudi menghasilkan omzet 100 ribu saja dari gopay, maka jika dikalikan 1 juta pengemudi, 1 bulan omzet GO-JEK bisa mencapai pada angka 3 Triliun. Angka yang benar – benar fantastis untuk sebuah Jasa Ojek. Perusahaan teknologi asal Indonesia yang didirikan oleh Nadiem Makrim pada tahun 2010 ini benar – benar melesat secara cepat sekali, valuasi GO-JEK saat ini di perkirakan sudah mencapai 54 triliun.

Dengan meningkatnya kesadaran layanan transportasi online di Indonesia, perusahaan yang menjalankan layanan perlu meningkatkan kualitas layanannya sehingga mereka dapat meningkatkan layanan dan mendapatkan keunggulan kompetitif dibandingkan yang lain. Kualitas layanan merupakan aspek penting dalam m-commerce (Salameh & Hassan, 2015) yang dapat menentukan perilaku pelanggan, kepuasan, dan niat untuk menggunakan produk / layanan tertentu (Bolton & Drew, 1991; Parasuraman et al., 1988). Dikatakan bahwa kualitas layanan memberikan kesuksesan jangka panjang (Caro & Garcia, 2007). Oleh karena itu, penting untuk menilai dan mengukur kualitas layanan khususnya layanan yang disediakan di lingkungan m-commerce (Huang et al., 2015). Studi semacam itu akan bermanfaat bagi perusahaan dan peneliti lain untuk mengukur kepuasan pelanggan dan memahami dimensi yang mendasarinya. Ini juga akan memungkinkan perusahaan GO-JEK untuk mengukur kinerja mereka dan mengidentifikasi area-area yang memerlukan peningkatan untuk memastikan penggunaan berkelanjutan dari layanan GO-JEK dan untuk perluasan pasar produk dari GO-JEK.

## II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

**Layanan Transportasi Online.** Layanan transportasi online kini menjadi sarana umum bagi orang untuk memenuhi kebutuhan perjalanan mereka. Dari semua definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa layanan transportasi online adalah bagian dari layanan m-commerce yang didefinisikan sebagai

transaksi layanan jasa yang menghubungkan pengemudi dengan pelanggan yang dilakukan menggunakan aplikasi di jaringan seluler. Dalam m-commerce, pelanggan atau pengguna dapat menempatkan pesanan produk atau layanan melalui internet tanpa menggunakan PC (komputer pribadi) (Clarke III, 2001). Karena teknologi telepon seluler semakin maju, lebih banyak lagi orang menggunakan m-commerce dan oleh karena itu lebih banyak layanan komersial disediakan oleh pebisnis. Di Indonesia, munculnya transportasi online dimulai ketika GO-JEK didirikan pada tahun 2011. GO-JEK dimulai dengan 20 pengemudi dan sekarang mereka sudah memiliki lebih dari 200 ribu pengemudi di beberapa kota besar di Indonesia. Aplikasi untuk GO-JEK diluncurkan pada awal tahun 2015 dan sekarang sedang ditingkatkan secara berkelanjutan. Pada tahun 2014, Uber masuk pasar Indonesia dan diikuti oleh Grab pada tahun 2015. Ketiganya kini menjadi tiga besar layanan transportasi online di Indonesia. Namun, GO-JEK memimpin dengan jumlah pengguna dan pengemudi terbesar di banyak kota di Indonesia. **Kualitas Layanan.** Kualitas Layanan merupakan faktor penting sebagai ukuran efektivitas dan efisiensi dalam kinerja organisasi. Hal ini juga menjadi wacana penting di kalangan akademisi dan praktisi, terutama mereka yang berada di area pemasaran layanan (Jensen & Markland, 1996 dalam Salameh & Hamed, 2015). Banyak organisasi jasa mencari cara untuk membedakan diri dari organisasi lain dan mendapatkan keunggulan kompetitif dengan meningkatkan kualitas layanan. Oleh karena itu, organisasi menyediakan layanan berkualitas lebih tinggi dapat memiliki pangsa pasar yang lebih tinggi dan pengembalian investasi yang lebih tinggi dan, akhirnya, dapat memperoleh profitabilitas jangka panjang (Buzzell & Gale, 1987; Ghobadian, Speller, & Jones, 1994; Margolies, 1988 dalam Salameh & Hamed, 2015). Dalam literatur pemasaran modern, sebagian besar definisi kualitas berfokus pada persepsi kualitas layanan, keunggulan produk, dan kepuasan konsumen (Ghobadian et al., 1994; Gronroos, 1982; Parasuraman et al., 1985, 1988 dalam Salameh & Hamed, 2015). **Kualitas Layanan Elektronik.** Istilah kualitas layanan elektronik telah digunakan oleh peneliti sebelumnya seperti Aladwania & Palvia, 2002; Lee & Lin, 2005; Piccoli et al., 2004; Riel et al., 2001; Zeithaml, 2002. Sebagai salah satu pelopor yang memperkenalkan konsep kualitas layanan elektronik, dan memeriksa kualitas layanan situs web serta peran mereka dalam pengiriman barang/jasa ke pelanggan, Menurut Salameh & Hassan (2015). kualitas layanan secara keseluruhan ditentukan oleh tiga dimensi: kualitas layanan, kualitas informasi, dan kualitas sistem.

- a. Kualitas Layanan, yaitu sikap pelanggan yang dibentuk dalam rentang jangka panjang, yang mengevaluasi keseluruhan kinerja dalam hal layanan. Dimensi kualitas layanan diukur menggunakan tujuh sub- dimensi: desain situs web, keandalan, responsif, kepercayaan, personalisasi, risiko yang dirasakan, dan kontrol kognitif yang dirasakan.
- b. Kualitas Informasi, yaitu persepsi pelanggan tentang kualitas informasi yang disajikan pada aplikasi yang ada di *smartphone*. Dimensi kualitas informasi diukur menggunakan dua sub- dimensi yaitu isi kegunaan konten dan kecukupan konten.

- c. Kualitas sistem: yaitu mengacu pada persepsi pelanggan tentang kinerja aplikasi pada *smartphone* dalam pengambilan informasi dan pengiriman. Dimensi kualitas sistem diukur dengan empat sub-dimensi: mudah digunakan, aksesibilitas, interaktivitas, dan inovasi situs web yang dipersepsikan.

### III. METODOLOGI

Populasi penelitian ini memilih konsumen yang menggunakan aplikasi Gojek yang ada di kota Surakarta. Menurut Sugiyono (2010), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik dari populasi tersebut. Sampel dari penelitian ini adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data. Ukuran sampel adalah minimum sebanyak 5 kali estimasi parameter. Apabila estimasi parameternya berjumlah 20, maka jumlah sampel minimal adalah sebanyak 100 (Hair, Anderson & Black, 1995). Berdasarkan pendapat tersebut, maka jumlah sampel yang diperlukan adalah : 5 dikali jumlah parameter =  $5 \times 43 = 215$  responden

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2008), metode *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria – kriteria atau pertimbangan tertentu. Adapun kriteria – kriteria penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Pengguna yang telah mamakai layanan Gojek lebih dari 3. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji penelitian yang menggunakan uji validitas dan reliabilitas, dan uji hipotesis menggunakan analisis regresi berganda.

### IV. HASIL

#### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006). Reliabel berarti yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2008). Uji reliabilitas diuji dengan menggunakan Cronbach Alpha. Cronbach Alpha dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep (Sekaran, 2006). Hasil uji validitas pada semua item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari rtabel. Hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel terbukti dari nilai cronbach's alpha yang dihasilkan variabel Kualitas Layanan sebesar 0,930 yang lebih besar dari 0,60, maka variabel Kualitas Layanan dinyatakan reliabel. Variabel Kualitas Informasi memiliki nilai cronbach's alpha sebesar 0,837 yang lebih besar dari 0,60, maka variabel tersebut

dinyatakan reliabel. Variabel Kualitas Sistem memiliki nilai cronbach's alpha sebesar 0,907 lebih besar dari 0,60, maka variabel tersebut dinyatakan reliabel. Nilai cronbach's alpha variabel Variabel Kepuasan Konsumen memiliki nilai cronbach's alpha sebesar 0,695 yang lebih besar dari 0,60, maka variabel tersebut dinyatakan reliabel.

## 2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi dengan bantuan software SPSS versi 20. Dasar uji pengambilan hipotesis dalam penelitian ini adalah melihat hasil t hitung dan signifikansinya. Hipotesis diterima apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan taraf signifikansi yang telah ditetapkan. Rangkuman hasil uji hipotesis tersaji pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Uji Hipotesis

| Hipotesis   | t      |       | Keterangan         |
|---|--------|-------|--------------------|
|   | hitung | Sig   |                    |
| Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Gojek   | 4.392  | 0.000 | Hipotesis Diterima |
| Kualitas Informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Gojek | 4.618  | 0.009 | Hipotesis Ditolak  |
| Kualitas Sistem berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Gojek    | 3.452  | 0.001 | Hipotesis Diterima |

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

(a) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Gojek. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek. Hasil hipotesis didukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salameh dan Hasan (2015) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang terdiri dari desain situs web, keandalan, responsif, kepercayaan, personalisasi, resiko yang dirasakan, kontrol kognitif yang dirasakan terbukti secara empiris mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Gojek. (b) Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Gojek. Kualitas Informasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek. Hasil hipotesis ini tidak didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salameh dan Hasan (2015) yang menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas sistem yang terdiri dari isi konten dan kecukupan konten terbukti secara empiris tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

pengguna aplikasi Gojek. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan obyek responden, dimana pada penelitian terdahulu obyek responden yang diteliti terdiri dari banyak tipe responden dan pada area yang besar yaitu pada satu negara, Sedangkan peneliti saat ini hanya menggunakan pada area atau wilayah di kota Surakarta saja. (c) Pengaruh Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Gojek Kualitas Sistem berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek. Hasil hipotesis didukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salameh dan Hasan (2015) yang menyatakan bahwa kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas sistem yang terdiri dari variabel mudah digunakan, aksesibilitas, interaktivitas, inovasi situs web terbukti secara empiris mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Gojek.

## **V. KESIMPULAN**

Hasil penelitian dan analisa data dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut : (1) Kualitas Layanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek. (2) Kualitas Informasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek. (3) Kualitas Sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek

## DAFTAR PUSTAKA

- Costabile, M. F., De Marsico, M., Lanzilotti, R., Plantamura, V. L., & Roselli, T. (2005, January). *On the usability evaluation of e-learning applications*. In *System Sciences, 2005. HICSS'05. Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on* (pp. 6b-6b). IEEE.
- Choi, C., Kim, C., Sung, N., & Park, Y. (2007, August). *Evaluating the quality of service in mobile business based on fuzzy set theory*. In *Fuzzy Systems and Knowledge Discovery, 2007. FSKD 2007. Fourth International Conference on* (Vol. 4, pp. 483-487). IEEE.
- Georgiadis, C. K., & Stiakakis, E. (2009, September). *Key Issues for the Quality Assessment of Mobile Commerce Services*. In *Informatics, 2009. BCI'09. Fourth Balkan Conference in* (pp. 148-153). IEEE.
- GO-JEK. (2017). GO-JEK Indonesia. April 12, 2017. <https://www.go-jek.com/>
- Huang, E. Y., Lin, S. W., & Fan, Y. C. (2015). MS-QUAL: *Mobile service quality measurement*. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(2), 126-142.
- Jenita. *Transportasi Online*. 2012. <https://prezi.com/hqywaio5gn1k/transportasi-online/> (accessed 1 Apr2017).
- Salameh, A. A., & Hassan, S. B. (2015). *Measuring Service Quality in M-commerce Context: A Conceptual Model*. *International Journal of Scientific and Research Publications*.
- Su, D., & Huang, X. (2011). *Research on online shopping intention of undergraduate consumer in China: Based on the theory of planned behavior*. *International Business Research*, 4(1), 86–93.
- Utari, N. L. P. W. S., & Sharif, O. O. (2016). *Analysis of Service Quality of Go-Jek Indonesia in Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Bali, dan Makassar 2015*. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 18(4), 93-98.
- Wallsten, S. (2015). *The competitive effects of the sharing economy: how is Uber changing taxis*. *Technology Policy Institute*, 22.

Watanabe, C., Naveed, K., & Neittaanmäki, P. (2016). Co-evolution of three mega-trends nurtures un-captured GDP–Uber’s ride-sharing revolution. *Technology in Society*, 46, 164-185.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. *Journal of the academy of marketing science*, 30(4), 362-375.