



Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online di Kota Makassar

The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction on Grab Online Transportation Service Users in Makassar City

Aspiani¹, Ahmad Syarief Iskandar²

¹Prodi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Islam Negeri Palopo

Email: Aspiani.nksmanca@gmail.com

(Received: Januari 2019; Reviewed: Februari 2019; Accepted: Maret 2019;

Available Online: Maret 2019; Published: Maret 2019)



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License
CC-BY-NC-4.0 ©2019 by author (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

ABSTRACT

This research is motivated by the increasingly widespread online transportation business competition, which encourages companies to pay more attention to customer satisfaction. This study aims to explain the effect of service quality on customer satisfaction for users of online Grab transportation services. This study is a verification study with the population being all users of online Grab transportation in the city of Makassar and a sample of 100 users of online Grab transportation. Data collection techniques used are observation, questionnaires and documentation. Testing techniques carried out included questionnaire instrument tests consisting of validity and reliability tests, classical assumption tests consisting of multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, normality tests, simple linear regression analysis, hypothesis tests consisting of t-test and coefficient of determination. The results showed that service quality was categorized as "good" in terms of indicators of reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), assurance (guarantee and certainty), empathy (care), and tangible (physical form). Meanwhile, customer satisfaction is classified as "high" in terms of indicators of conformity to expectations, interest in reuse and willingness to recommend. The results of hypothesis testing indicate that there is a "high" influence between service quality and customer satisfaction for users of online Grab transportation services in the city of Makassar.

Keywords: Service Quality; Customer Satisfaction; Transportation Services; Grab

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan bisnis transportasi *online* yang semakin marak sehingga mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan kepuasan pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa transportasi *Grab online*. Penelitian ini merupakan penelitian verifikatif dengan populasi itu seluruh

pengguna transportasi *Grab online* di kota Makassar dan sampel yang berjumlah 100 pengguna transportasi *Grab online*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, kuesioner dan dokumentasi. Teknik pengujian yang dilakukan antara lain uji instrument angket terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik terdiri dari uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, analisis regresi *linier* sederhana, uji hipotesis terdiri dari uji t dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tergolong kategori “baik” ditinjau dari segi indikator *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan dan kepastian), *emphaty* (kepedulian), dan *tangible* (wujud fisik). Sedangkan kepuasan pelanggan tergolong dalam kategori “tinggi” ditinjau dari segi indikator kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali dan kesediaan merekomendasikan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang tergolong “tinggi” antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa transportasi *Grab online* dikota Makassar.

Kata Kunci: Kualitas Layanan; Kepuasan Pelanggan; Layanan transportasi; Grab

PENDAHULUAN

Globalisasi dan perdagangan global merupakan suatu hal yang tidak terelakkan dari kemajuan teknologi. Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang dengan pesat telah mengaburkan batas-batas wilayah karena satu wilayah dapat terhubung dengan wilayah lainnya dalam satu waktu yang sama (de Mattos et al., 2018; Qian et al., 2019; Stadelmann-Steffen, 2019). Dengan munculnya jaringan dan teknologi internet, data sekarang dapat dikelola secara lokal dan remote (Allameh et al., 2011; Altınay et al., 2016; Chou & Fen, 2014; Dastan et al., 2011; Kara, 2017; Luaran et al., 2012; Rezende et al., 2015).

Seiring dengan pertumbuhan penggunaan *smartphone* di Indonesia mendorong perusahaan berbasis online dari dalam maupun luar negeri mulai hadir dan mengembangkan bisnisnya di Indonesia seperti online shop, transportasi online, dan sebagainya. Hal ini mendorong perkembangan dunia usaha yang pesat dan persaingan pasar semakin ketat. Meningkatnya intensitas persaingan antar produsen menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan sistem pemasaran serta menciptakan strategi apa yang digunakan untuk bersaing dengan perusahaan yang lain karena persaingan adalah kunci dari keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan.

Dengan Hadirnya Bisnis transportasi online yang saat ini sudah dikenal di dikota Makassar yaitu Uber, Go-Jek dan Grab. Ketiga perusahaan transportasi berbasis aplikasi ini terbukti memberikan perubahan yang signifikan terutama bagi kehidupan sosial masyarakat. Bahkan ketiga perusahaan ini menjadi perusahaan jasa berbasis aplikasi yang menjadi pilihan utama masyarakat dimana ketiga perusahaan tersebut saling berkompetisi secara ketat satu sama lainnya dengan menawarkan variasi layanan jasa dengan tujuan untuk menciptakan rasa puas pada konsumen karena retensi pelanggan adalah elemen kunci dalam kesuksesan setiap organisasi, mempertahankan pelanggan menjadi pekerjaan berat di lingkungan pasar yang sangat padat (Altınay et al., 2016; Mitić et al., 2017).

Bahwa satu-satunya tujuan valid dari pemasaran adalah penciptaan pengalaman pelanggan (*customer Experience*) yang berharga atau dengan kata lain menciptakan rasa puas pada pengguna layanan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan

pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yaitu nilai total konsumen yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total konsumen yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran .

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan semakin besar. Persaingan yang semakin ketat khususnya dalam bidang transportasi , dimana banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan jasa harus menempatkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dan diyakini sebagai kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa dengan harga bersaing sehingga mendorong PT.Grab Indonesia untuk mengembangkan layanan aplikasi seperti GrabTaxi, GrabCar, GrabShare, GrabBike, GrabExpress, GrabFood, GrabHitch Bike, dan GrabHitch Car. Grab di Indonesia telah menjadi salah satu kekuatan pengangkutan yang luar biasa di Indonesia dengan menyediakan akses-akses kemudahan seluruh daerah.

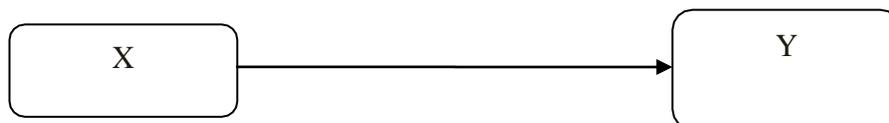
Dengan adanya kepuasan pelanggan yang disediakan oleh suatu perusahaan akan menciptakan penggunaan aplikasi grab semakin digunakan. Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada kepuasan para pelanggannya di satu sisi dan kemampuan menghasilkan laba di sisi lainnya.

METODE

Variabel dan Desain Penelitian

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan atau mengkaji dua variabel yaitu variabel bebas adalah kualitas pelayanan sedangkan variabel terikat (Y) adalah kepuasan pelanggan.



Gambar 1. Desain Penelitian

Desain penelitian

Desain penelitian adalah penelitian verifikatif, menurut Arikunto (2010:8) penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian verifikatif diharapkan dapat memberikan penjelasan tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa transportasi Grab online di Kota Makassar.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi Operasional

Definisi operasional variabel memungkinkan sebuah konsep untuk mengetahui lebih jelas dalam penyusunan instrument penelitian.

- a. Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk produk/jasa yang diberikan suatu perusahaan kepada pelanggan guna menciptakan kenyamanan dalam hal pelayanan. Adapun indikator untuk menguji kualitas pelayanan antara lain reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan dan kepastian), empathy (kepedulian), dan tangible (wujud fisik).

- b. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang antara senang atau tidak senang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya yang diberikan oleh perusahaan. Adapun indikator untuk menguji kepuasan pelanggan antara kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali dan kesediaan merekomendasikan.

Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel adalah satuan ukuran yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dari hasil penelitian. Untuk mengukur variabel ini digunakan instrumen berupa angket dengan mengajukan sejumlah pertanyaan kepada responden dengan berpedoman pada indikator-indikator yang telah ditetapkan dengan menggunakan skor berbeda.

Terkait dengan pemberian skor tersebut maka dapat diuraikan bahwa, dalam penelitian ini untuk pengukuran masing-masing variabel kualitas pelayanan dengan menggunakan *Skala Likert* yaitu pertanyaan-pertanyaan yang memberikan lima alternatif jawaban, dan jawaban ini diberi skor 1, 2, 3, 4 dan 5.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para pelanggan pengguna jasa transportasi *Grab online* di kota Makassar.

Sampel

Sampel adalah sebagian pengguna jasa transportasi *grab online* di kota Makassar sebanyak 100 orang dengan lokasi penelitiannya dilakukan di kecamatan Rappocini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode melalui *accidental sampling* yaitu mereka yang dijumpai peneliti di tempat penelitian atau orang-orang yang diketahui pernah menggunakan jasa transportasi *grab online* tersebut meskipun intensitas penggunaan hanya sekali dalam menggunakan transportasi *grab online* dengan klasifikasi sampelnya dikategorikan berdasarkan usia, jenis kelamin, profesi/pekerjaan dan intensitas penggunaan *grab* dalam sebulan.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang subjektif pada penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

- b. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Adapun angket ini akan diberikan kepada responden yang terpilih secara acak di dalam sampel penelitian ini.

- c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data-data yang diperoleh dalam bentuk catatan-catatan atau gambar yang dapat memberikan keterangan yang lebih lengkap sehubungan dengan data yang dibutuhkan.

Teknik Analisis Data

Sebelum membuat keputusan, maka kuesioner yang telah diisi oleh responden dikumpulkan, kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan hasil yang jelas dan maksimal. Pada penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif.

a. Uji Instrumen Angket

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan agar dapat diperoleh data yang valid, instrumen atau alat untuk mengevaluasinya harus valid. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai component dengan batas signifikan sebesar 0.05. Jika nilai component lebih besar dari batas signifikan maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Atau dapat dikatakan bahwa instrument penelitian tersebut sudah valid dikarenakan sudah divalidasi oleh penanggap I (Dr. Muhammad Rakib, S.Pd., M.Si) selaku validator dalam melihat instrument penelitian yang digunakan sebelum dibagikan ke responden.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas/keandalan adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dinyatakan dengan melihat nilai Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.6. Secara umum, keandalan kurang dari 0.60 dianggap buruk, keandalan dalam kisaran 0.70 bisa diterima, dan lebih dari 0.80 adalah baik.

b. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai cutoff yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot. Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal dengan melakukan pengujian Kolmogrov Smirnov.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisi regresi linier sederhana berfungsi untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun model hubungan antar variabel dapat di susun dalam persamaan di bawah ini :

$$Y = a + bX \text{ Keterangan}$$

a = Intercept atau konstanta

X = Kualitas Pelayanan

- b = koefisien regresi
- Y = kepuasan pelanggan
- e =Standard error

d. Uji Hipotesis Penelitian

1. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y secara terpisah atau parsial. Uji t digunakan mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai thitung dengan tabel.

2. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R²) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi ((R²) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variable independen berpengaruh terhadap variabel dependen, Selain itu koefisien determinasi (R²) dipergunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) dan variabel lain yang tiak diteliti oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Penyajian Data

a. Gambaran Umum Responden

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Secara praktis pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan lebih dari 100 buah kuesioner. Adapun gambaran tentang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini di klasifikasikan berdasarkan umur, jenis kelamin, profesi /pekerjaan dan intensitas penggunaan jasa transportasi grab online. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi responden tersebut.

1) Klasifikasi Berdasarkan Usia

Tabel 1. Jumlah responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
< 20	36	36
21-30	57	57
31-40	7	7
Total	100	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

2) Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2. Jumlah responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Wanita	89	89,00
Pria	11	11,00

Total	100	100%
-------	-----	------

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

3) Klasifikasi Berdasarkan Prodesi/Pekerjaan

Tabel 3. Jumlah responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan

Profesi/Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	72	72
Pengawai/Karyawan	26	26
Wiraswasta	2	2
Lain-lain	0	0
Total	100	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

4) Klasifikasi Berdasarkan Intensitas Pengguna *Grab Online* Per Bulan

Tabel 4. Jumlah responden Berdasarkan Intensitas Pengguna *Grab Online* Per Bulan

Intensitas Pengguna	Jumlah Responden	Persentase (%)
<10	12	12
11-20	64	64
>30	24	24
Total	100	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

b. Analisis Indeks Tanggapan responden

Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran kuantitatif mengenai responden penelitian ini, khususnya variabel-variabel penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini, kuesioner yang dibagikan menggunakan skala Likert. Hasil dari rata-rata yang didapat dimasukkan dalam kelompok interval dimana skor 1,00-1,79 termasuk rendah (SR), 1,80-2,59 termasuk rendah (R), 2,60-3,39 termasuk cukup (C), 3,40-4,19 termasuk tinggi (T), dan 4,20-5,00 termasuk sangat tinggi (ST). Rata-rata jawaban responden pada setiap variabel kualitas pelayanan termasuk dalam kategori tinggi dengan skor yang paling rendah adalah indikator *responsiveness* dengan rata-rata 3,44 dan yang tertinggi adalah indikator *reliability* dengan rata-rata 3,88. Kemudian pada tabel juga dapat dilihat skor tertinggi adalah pernyataan mengenai Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit dengan skor rata-rata adalah 4,11 dan yang terendah adalah pernyataan mengenai Pengetahuan yang luas dengan skor rata-rata adalah 3,17. Dilihat dari total rata-ratanya sebesar 3,64 kualitas pelayanan mendapatkan skor yang masuk dalam kategori tinggi/baik.

Rata-rata jawaban responden pada setiap variabel kepuasan pelanggan termasuk kategori tinggi. Dengan skor yang paling rendah adalah indikator kesesuaian harapan dengan rata-rata 3,60 dan skor yang tinggi adalah minat menggunakan kembali dan kesediaan merekomendasikan dengan rata-rata 3,73. Kemudian pada tabel juga dapat dilihat skor tertinggi

adalah pernyataan mengenai merasakan manfaat yang luar biasa setelah menggunakan layanan yang diberikan oleh transportasi *Grab online* dengan skor rata-rata 3,83 dan yang terendah adalah pernyataan merasa puas pada keharuman ruang yang ada pada transportasi *Grab online* dengan skor rata-rata 3,48. Dilihat dari total rata-rata kepuasan pelanggan mendapatkan skor 3,69 yang masuk dalam kategori tinggi/baik.

2. Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik/Prasyarat

1) Uji Multikolonieritas

Berdasarkan pada tabel dibawah ini atau lebih jelasnya pada lampiran Collinearity Statistics.

Tabel. 5 Uji Multikolonieritas

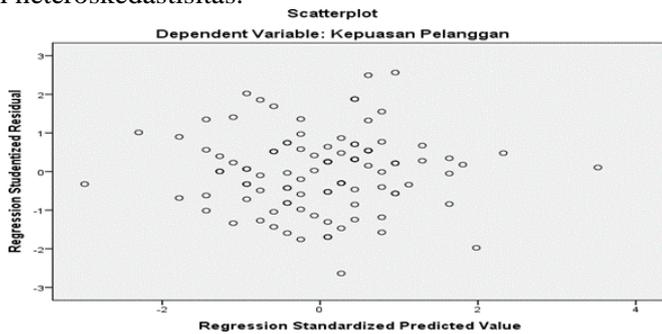
Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	1.0	1.0

Sumber, Data diolah dari SPSS, 2018

Dimana nilai tolerance variabel kualitas pelayanan sebesar (1.0). Sedangkan besarnya nilai VIP (*Varians Inflation Factor*) dari variabel independen. Maka disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikonearitas karena nilai VIP lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1.

2) Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik di bawah inidapat dilihat, bahwa titik-titik pada grafik scatterplot menyebar tidak merata dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber, Data diolah dari SPSS, 2018

3) Uji Normalitas

Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik (Ghozali, 2005:110) atau dengan melakukan pengujian Kolmogorov-Smirnov dengan membandingkan dengan taraf signifikan.

Berdasarkan tabel.8 di bawah ini, dapat dilihat nilai sig. pada bagian Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,848 atau lebih tepatnya pada lampiran, Sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi varians residul yang diperoleh penulis normal dikarenakan nilai Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05.

b. Analisis Regresi *Linier* Sederhana

Berdasarkan perhitungan regresi *linier* sederhana antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan rumus SPSS 22. Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan yang kemudian dilampirkan dan diuraikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta jika variabel kualitas pelayanan nilainya adalah 0, maka kepuasan pelanggan nilainya adalah 10,258.
- 2) Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,420 yang artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan per mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,420. Dimana koefisien regresinya mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

c. Uji Hipotesis Penelitian

1) Uji T

Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($9,464 < 3,090$) maka H_0 ditolak. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,464 < 3,090$) maka H_0 ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan (dengan kepuasan pelanggan. Atau dengan kata lain hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai $t = 9,464$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti Hipotesis 1 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa kehandalan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan 47.2 persen variansi pada variabel kepuasan pelanggan mampu diterangkan oleh variabel kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya yang sebesar 52,8 persen diterangkan oleh variabel lain diluar model ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa transportasi grab online di kota Makassar, maka dapat ditarik pembahasan sebagai berikut :

Dari hasil tersebut diperoleh bahwa rata-rata jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan termasuk dalam kategori tinggi. Adapun indikator yang memiliki skor tertinggi adalah *reliability* (keandalan) sedangkan skor yang paling rendah adalah indikator *responsiveness* (daya tanggap). Kemudian mengenai pernyataan yang paling tinggi yaitu mengenai pernyataan Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit dan yang terendah adalah pernyataan mengenai pengetahuan yang luas. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Alves, 2014; Khurramov, 2020; Muna & Rohmah, 2021).

Dari hasil tersebut diperoleh bahwa rata-rata jawaban responden pada setiap variabel kepuasan pelanggan termasuk kategori tinggi. Dimana skor yang tertinggi adalah minat

menggunakan kembali dan kesediaan merekomendasikan sedangkan skor yang paling rendah adalah indikator kesesuaian harapan. Kemudian mengenai pernyataan skor tertinggi adalah pernyataan mengenai merasakan manfaat yang luar biasa setelah menggunakan layanan yang diberikan oleh transportasi Grab online dan yang terendah adalah pernyataan merasa puas pada keharuman ruang yang ada pada transportasi Grab online. Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan (dangolani, 2011; Itani et al., 2020; Nández Alonso, 2019; Oltean et al., 2014).

Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa kualitas pelayanan dalam kelima variabel memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri pelanggan seperti pada hasil penelitian terdahulu variabel Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan listrik Prabayar PLN Rayon Paniki. Menurut para ahli menjelaskan bahwa kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan (Asrinanda, 2018; Qian et al., 2019; State, 2018). Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk.

KESIMPULAN

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Grab online* secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Adapun kesimpulan didalam penelitian ini antara lain:

1. Hasil analisis diperoleh, bahwa rata-rata jawaban responden pada setiap variabel kualitas pelayanan termasuk dalam kategori tinggi dengan skor yang paling rendah adalah indikator *responsiviness* dengan rata-rata 3,44 dan yang tertinggi adalah indikator *reliability* dengan rata-rata 3,88. Kemudian dapat lihat dari segi pernyataan skor tertinggi adalah pernyataan mengenai Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit dengan skor rata-rata adalah 4,11 dan yang terendah adalah pernyataan mengenai Pengetahuan yang luas dengan skor rata-rata adalah 3,17. Dilihat dari total rata-ratanya sebesar 3,64 kualitas pelayanan mendapatkan skor yang masuk dalam kategori tinggi/baik.
2. Hasil analisis diperoleh, bahwa rata-rata jawaban responden pada setiap variabel kepuasan pelanggan termasuk kategori tinggi. Dengan skor yang paling rendah adalah indikator kesesuaian harapan dengan rata-rata 3,60 dan skor yang tinggi adalah minat menggunakan kembali dan kesediaan merekomendasikan dengan rata-rata 3,73. Kemudian juga dapat dilihat dari segi pernyataan skor tertinggi adalah pernyataan mengenai merasakan manfaat yang luar biasa setelah menggunakan layanan yang diberikan oleh transportasi Grab online dengan skor rata-rata 3,83 dan yang terendah adalah pernyataan merasa puas pada keharuman ruang yang ada pada transportasi Grab online dengan skor rata-rata 3,48. Dilihat

dari total rata-rata kepuasan pelanggan mendapatkan skor 3,69 yang masuk dalam kategori tinggi/baik.

3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,420 yang artinya memiliki arah positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan nilai thitung sebesar 9,464 dengan tingkat signifikansi 0,000 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian, hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat diterima. Nilai Adjusted R square diperoleh sebesar 0,472 yang artinya variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan kepuasan pelanggan pada pengguna jasa transportasi Grab Online sebesar 47,2% Sedangkan 52,8% dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Allameh, S. M., Momeni, Z., Esfahani, Z. S., & bardeh, M. K. (2011). An assessment of the effect of information communication technology on human resource productivity of Mobarekeh steel complex in Isfahan (IRAN). *Procedia Computer Science*, 3, 1321–1326. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2011.01.010>
- Altınay, F., Dagli, G., & Altınay, Z. (2016). The Role of Information Technology in Becoming Learning Organization. *Procedia Computer Science*, 102, 663–667. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.09.459>
- Alves, D. (2014). Guest Editor's Introduction: Digital Methods and Tools for Historical Research. *International Journal of Humanities and Arts Computing*, 8(1), 1–12. <https://doi.org/10.3366/ijhac.2014.0116>
- Asrinanda, Y. D. (2018). The Effect of Tax Knowledge, Self Assessment System, and Tax Awareness on Taxpayer Compliance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(10), 539–550. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i10/4762>
- Chou, M.-J., & Fen, C.-F. (2014). Parent-child Play within Information Technology: A Quest for Quality Family Atmosphere. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 122, 273–282. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1342>
- dangolani, S. K. (2011). The Impact of Information Technology in Banking System (A Case Study in Bank Keshavarzi IRAN). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 30, 13–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.10.003>
- Dastan, Đ., Çiçek, M., & Naralan, A. (2011). The Effects Of Information Technology Supported Education On Strategic Decision Making: An Empirical Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 1134–1142. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.108>
- de Mattos, C. A., Kissimoto, K. O., & Laurindo, F. J. B. (2018). The role of information technology for building virtual environments to integrate crowdsourcing mechanisms into the open innovation process. *Technological Forecasting and Social Change*, 129, 143–153. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.020>
- Itani, O. S., Krush, M. T., Agnihotri, R., & Trainor, K. J. (2020). Social media and customer relationship management technologies: Influencing buyer-seller information exchanges. *Industrial Marketing Management*, 90, 264–275. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.07.015>
- Kara, A. (2017). Simulations of Information Technology-induced Teaching Performance in Cross-disciplinary Settings: A Model and an Application. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 237, 882–886. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2017.02.123>

- Khurramov, O. K. (2020). the Role of the Tourism Sector in the Digitalization of the Service Economy the Role of the Tourism Sector in the Digitalization of the. *Economics and Innovative Technologies*, 1(1), 1–8.
- Luaran, J. @ E., Mohamed, Z., & Sharif, S. (2012). Using WEDPI Learning Package in Facilitating the Mastering of Information Technology Practice. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 67, 208–215. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.323>
- Mitić, S., Nikolić, M., Jankov, J., Vukonjanski, J., & Terek, E. (2017). The impact of information technologies on communication satisfaction and organizational learning in companies in Serbia. *Computers in Human Behavior*, 76, 87–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.012>
- Muna, N. El, & Rohmah, L. M. (2021). The Effectiveness of the Implementation Online Tax Service System on Taxpayer Compliance in the Pandemic Period. *INCOME: Innovation of Economics and Management*, 1(1), 5–10. https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/jurnal_penelitian/article/view/1531
- Náñez Alonso, S. L. (2019). Activities and Operations with Cryptocurrencies and Their Taxation Implications: The Spanish Case. *Laws*, 8(3), 1–13. <https://doi.org/10.3390/laws8030016>
- Oltean, F. D., Gabor, M. R., & Conțiu, L. C. (2014). Relation between Information Technology and Performance: An Empirical Study Concerning the Hotel Industry in Mures County. *Procedia Economics and Finance*, 15, 1535–1542. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00622-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00622-4)
- Qian, S., Yu, P., & Bhattacharjee, A. (2019). Contradictions in information technology mediated work in long-term care: An activity theoretic ethnographic study. *International Journal of Nursing Studies*, 98, 9–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2019.05.017>
- Rezende, R. A., Kasyanov, V., Mironov, V., & Silva, J. V. L. da. (2015). Organ Printing as an Information Technology. *Procedia Engineering*, 110, 151–158. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.proeng.2015.07.023>
- Stadelmann-Steffen, I. (2019). Bad news is bad news: Information effects and citizens' socio-political acceptance of new technologies of electricity transmission. *Land Use Policy*, 81, 531–545. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2018.11.022>
- State, P. (2018). Functional and standard-oriented continuous assessment practice in higher institutions for sustainable national development. *Journal of Educational Studies*, 18(1), 1–17.