

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 1, January 2025, P. 427-436
Licensed By Cc By-Sa 4.0
E-ISSN: 2986-6340
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14622249>

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Transportasi terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Palembang

Jonathan Prasetyo¹

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas Palembang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Palembang yang menghasilkan dampak positif Kualitas layanan memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan secara positif memengaruhi loyalitas pelanggan Gojek di Kota Palembang. Penelitian ini dilandaskan karena terdapat beberapa penelitian yang mendapatkan hasil yang negatif dan tidak signifikan dari Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap peningkatan loyalitas pelanggan Gojek. Penelitian ini menggunakan 100 responden yang terdiri dari perempuan 37 orang dan laki-laki 63 orang yang berasal dari Kota Palembang dan telah menggunakan aplikasi Gojek. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang menilai Persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan serta tingkat kepuasan mereka. Selanjutnya, analisis-analisis yang digunakan untuk menguji hubungan antara Variabel bebas (kualitas layanan dan kepuasan pelanggan) dengan variabel dependen (loyalitas pelanggan). Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan Teknik regresi linear berganda dan beberapa alat uji yang digunakan seperti uji validitas, reabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan regresi. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Palembang.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, kepuasan Pelanggan, transportasi, Loyalitas Pelanggan, Gojek*

Abstract

This study aims to determine the effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Gojek Customer Loyalty in Palembang City which produces a positive impact. Service quality has a positive impact on customer satisfaction, and customer satisfaction positively influences Gojek customer loyalty in Palembang City. This study is based on several studies that have obtained negative and insignificant results from Service quality and customer satisfaction having an influence on increasing Gojek customer loyalty. This study used 100 respondents consisting of 37 women and 63 men from Palembang City and had used the Gojek application. Data collection was carried out through a questionnaire that assessed customer perceptions of service quality and their level of satisfaction. Furthermore, the analyzes used to test the relationship between the independent variables (service quality and customer satisfaction) with the dependent variable (customer loyalty). The data collection technique for this study used multiple linear regression techniques and several test tools used such as validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity and regression tests. The results of this study indicate that Service Quality and Customer Satisfaction as mediating variables have a positive and significant effect on Gojek Customer Loyalty in Palembang City.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Transportation, Customer Loyalty, Gojek*

Article Info

Received Date: 20 December 2024

Revised Date: 27 December 2024

Accepted Date: 04 January 2025

PENDAHULUAN

Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Gojek menjadi penting mengingat pergeseran paradigma konsumen dalam memilih layanan transportasi. Teori-teori dalam manajemen bisnis menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan adalah faktor kunci yang memengaruhi loyalitas pelanggan (Rust & Oliver, 1994; Zeithaml et al., 1996). Kualitas layanan, yang mencakup aspek kecepatan respon aplikasi, keandalan layanan, dan kemudahan penggunaan, memiliki peran penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan Gojek. Sementara itu, kepuasan pelanggan, yang meliputi kepuasan terhadap harga, kualitas layanan, dan fitur yang ditawarkan, mempengaruhi tingkat kepercayaan dan kesetiaan pelanggan terhadap platform tersebut. Perkembangan sektor transportasi online menarik untuk dibahas dalam sebuah penelitian karena sektor ini telah mengalami transformasi yang signifikan dan membawa

dampak besar pada berbagai aspek sosial, ekonomi, dan teknologi.

Industri transportasi online telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh kemajuan teknologi digital dan perubahan gaya hidup masyarakat urban yang menginginkan layanan yang lebih cepat, efisien, dan mudah diakses. Platform seperti Gojek, Grab, dan Maxim telah mengubah cara masyarakat berpergian, dengan menghadirkan sistem pemesanan berbasis aplikasi yang menawarkan transparansi tarif, kenyamanan, dan fleksibilitas dalam mobilitas. Perkembangan ini tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi para pengemudi, tetapi juga menantang model bisnis transportasi konvensional.

Penelitian ini berfokus pada layanan transportasi online karena pada layanan ini memiliki dampak besar dalam kehidupan sehari-hari. Layanan transportasi online menawarkan kemudahan akses, fleksibilitas, dan transparansi tarif, sehingga menjadi pilihan utama banyak orang. Selain itu, layanan ini memunculkan tantangan baru dalam persaingan dengan transportasi tradisional.

Mengutip berita yang diterbitkan dari CNN Indonesia pada tahun 2020. Loyalitas konsumen Gojek meningkat karena persepsi positif mereka terhadap layanan transportasi ini. Sebanyak 90 persen konsumen merasa hidup mereka lebih baik setelah menggunakan Gojek. Selain itu, 94 persen konsumen tetap setia menggunakan Gojek dan 96 persen merekomendasikan transportasi ini kepada teman dan keluarga. Alfindra juga menambahkan bahwa Gojek memudahkan pengguna untuk menjaga hubungan sosial meskipun terpisah jarak.

Menurut data dari Asosiasi Transportasi Online Indonesia (ATOI), pada tahun 2023, industri layanan transportasi berbasis aplikasi di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan dengan total pangsa pasar mencapai lebih dari 40%. Dalam hal ini, Gojek, sebagai salah satu pemimpin pasar dalam industri tersebut, berada dalam persaingan yang sengit dengan pesaing utamanya. Di tengah persaingan ini, mencapai loyalitas pelanggan yang tinggi menjadi kunci keberhasilan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Dalam hal ini, Gojek, sebagai salah satu pemimpin pasar dalam industri tersebut, berada dalam persaingan yang sengit dengan pesaing utamanya. Di tengah persaingan ini, mencapai loyalitas pelanggan yang tinggi menjadi kunci keberhasilan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Menurut survei Indef tahun 2023, Gojek adalah layanan ojek online yang paling populer di Indonesia. Di antara pengguna transportasi online, 82% memilih Gojek, sedangkan 53% menggunakan Grab. Perusahaan lain, seperti Maxim dan InDriver, memiliki pengguna masing-masing 19,6% dan 4,9%, sementara Gojek berada di urutan pertama dengan 54,4%, diikuti Grab dengan 29,9%, disusul Maxim 12,3%, InDriver 2,4%, dan sisa 0,9% adalah pilihan ojek online lainnya.

Gambar 1.



Penelitian oleh Anggraini dan Budiarti (2020) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Nurhikmah dan Fauzi (2022) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada layanan transportasi online. Namun, penelitian Rahman YPTK, Padang (2023)

menemukan bahwa pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan bersifat positif tetapi tidak signifikan, dan kepuasan konsumen tidak mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, terlihat adanya perbedaan hasil terkait pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperjelas hubungan sebab-akibat antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan Gojek.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode Riset Empiris yang berdasarkan tingkat eksplanasi nya tergolong dalam riset Sebab - Akibat dan dalam penelitian ini melibatkan pengumpulan dan analisis data yang bersifat faktual atau berdasarkan pengalaman empiris. Variabel utama yang diteliti meliputi Kualitas layanan yang diukur pada seberapa mudah aplikasi Gojek diakses dan layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Pada Variabel kedua Ini diukur seberapa puas aspek dan layanan ditawarkan oleh Gojek kepada pelanggan sehingga membuat pelanggan yakin untuk menggunakannya kembali, seperti kecepatan layanan, kehandalan, responsivitas, kemudahan penggunaan, dan kemampuan untuk menyelesaikan masalah pelanggan dengan efektif.

Kriteria Populasi dan Sampel dalam penelitian

Aspek Populasi merujuk pada kelompok yang memiliki atribut, kualitas, dan karakteristik tertentu yang diperlukan oleh peneliti (Nazir 2005). Populasi penelitian ini antara lain pengguna Aplikasi Transportasi Pengguna Transportasi Online Gojek di Kota Palembang.

Sampel merujuk pada sebagian atau representasi dari populasi yang menjadi objek penelitian (Arikunto, 2002:109; Furchan, 2004). Sedangkan menurut Sugiyono (2017:81), sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data dalam sebuah penelitian, di mana populasi mencakup keseluruhan karakteristik yang dimiliki oleh kelompok tersebut. Kriteria penelitiannya sebagai berikut: Menggunakan layanan transportasi Gojek minimal 3 kali dalam satu bulan

Jenis dan Sumber Data

Dalam jenis penelitian kali ini menggunakan data primer yang saya kumpulkan langsung melalui metode penyebaran kuesioner berupa google form, sehingga hasilnya merupakan jawaban langsung dari generasi z itu sendiri

Pengumpulan Data

Data penelitian ini dikumpulkan melalui metode kuesioner, yang melibatkan memberikan responden serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis dan kemudian meminta mereka untuk menjawab pertanyaan kuesioner tersebut

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas pengolahan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan melalui Google Forms dalam bab ini. Pengujian akan dilakukan sesuai dengan persyaratan dan program SPSS 24 akan digunakan. Uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), uji linear berganda, dan uji t akan dilakukan.

A. Deskriptif Analisis

Penelitian menyebarkan kuesioner melalui Google Form dalam waktu 1 hingga 4 minggu, dan sebanyak 100 orang mengisi kuesioner. Setiap peserta memenuhi kriteria yang ditetapkan peneliti. Masyarakat yang pernah menggunakan aplikasi Gojek dan tinggal di kota Palembang adalah narasumber penelitian ini. Probabilitas sampel adalah metode pengambilan sampel yang digunakan.

1. Karakteristik Responden

Tabel berikut menunjukkan karakteristik responden berdasarkan data diri responden, yang mencakup nama, gender, dan umur:

a. Gender Responden

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	63	63%

Perempuan	37	37%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2024

Dari 100 orang yang disurvei, 63 orang laki-laki, atau 63 persen, adalah laki-laki, dan 37 orang perempuan, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 4.1.1 di atas

b. Umur Responden

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
19-21	68	68%
22-24	25	25%
25-27	7	7%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Dari 100 orang yang menjawab, 68 orang (68%) berusia antara 19 dan 21 tahun, dan 25 orang (25 %) berusia antara 22 dan 24 tahun. Dengan demikian, mayoritas responden berusia antara 19 dan 21 tahun.

2. Statistik Deskriptif analisis

Untuk setiap pernyataan dalam kuesioner, skala Likert digunakan. Kuesioner ini terdiri dari empat belas pernyataan dan dihubungkan dengan variabel Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan. Lima pernyataan berkaitan dengan variabel Kualitas Layanan, lima pernyataan berkaitan dengan variabel Kepuasan Pelanggan, dan empat pernyataan berkaitan dengan variabel Loyalitas Pelanggan. Berkaitan dengan variabel Loyalitas Pelanggan. Hasil dari analisis statistik deskriptif dapat dilihat di sini.

a. Variabel Kualitas Layanan (X1)

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Layanan

Item kuesioner	N	Pernyataan	Total skor	Rata-rata total skor	Skor rata-rata variabel
X1_A	100	Saya merasa pesanan transportasi di Gojek diproses dengan benar tanpa ada kesalahan	411	4.11	4.036
X1_B	100	Saya merasa kualitas layanan transportasi gojek dapat diandalkan	396	3.96	
X1_C	100	Saya merasa aman saat menggunakan layanan transportasi Gojek	412	4.12	
X1_D	100	Saya merasa nyaman saat menggunakan layanan transportasi Gojek	406	4.06	
X1_E	100	Saya merasa layanan transportasi Gojek dapat tiba waktu sesuai estimasi dan jarak	393	3.93	

Seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.4, skor rata-rata untuk variabel Kualitas Layanan adalah 4.036, menunjukkan bahwa tanggapan rata-rata responden terhadap variabel Review Pelanggan setuju.

b. Variabel Kepuasan Pelanggan (X2)

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan

Item kuesioner	N	Pernyataan	Total skor	Rata-rata total	Skor rata-rata variabel
----------------	---	------------	------------	-----------------	-------------------------

				skor	
X2_A	100	Saya merasa puas dengan kemudahan yang diberikan layanan transportasi Gojek	416	4.16	4.03
X2_B	100	Saya merasa puas dengan kecepatan layanan transportasi Gojek	376	3.76	
X2_C	100	Saya merasa puas dengan tingkat keamanan selama pelayanan dengan layanan transportasi Gojek	394	3.94	
X2_D	100	Saya merasa puas dengan keakuratan informasi saat menerima layanan transportasi gojek	400	4.00	
X2_E	100	Saya merasa puas dengan setiap layanan transportasi Gojek	429	4.29	

Menurut tabel 3, respons rata-rata responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan adalah setuju, dengan skor rata-rata 4.03.

c. **Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)**

Tabel 4. Hasil Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan

Item kuesioner	N	Pernyataan	Total skor	Rata-rata total skor	Skor rata-rata variabel
Y_A	100	Saya merekomendasikan layanan Gojek pada siapapun yang minta pendapat saya	382	3.82	4.01
Y_B	100	Saya tidak keberatan untuk menyampaikan hal yang positif dari layanan transportasi Gojek	437	4.37	
Y_C	100	Saya mendorong kerabat saya untuk menggunakan aplikasi gojek	417	4.17	
Y_D	100	Saya berniat memberikan komentar positif mengenai aplikasi Gojek di forum-forum online	368	3.68	

Loyalitas Pelanggan menerima skor rata-rata 4.01, seperti yang ditunjukkan oleh tabel 4 yang menunjukkan bahwa mayoritas orang yang menjawab memiliki kecenderungan untuk mendukung variabel tersebut.

Teknik Analisis Data

1. Uji Kelayakan Instrumen

a. **Uji Validitas**

Jika instrumen dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti dengan akurat, instrumen tersebut dinyatakan valid. Jika skala benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur, maka skala tersebut dianggap sah (Sarwono, 2006). Oleh karena itu, uji validitas digunakan untuk menilai kredibilitas data yang dikumpulkan melalui kuesioner. Tabel berikut menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Variabel	Pertanyaan	Signifikansi	Keterangan
<i>Kualitas Layanan (X1)</i>	X1-A	0.000	Valid
	X1-B	0.000	
	X1-C	0.000	
	X1-D	0.000	
	X1-E	0.000	

Kesimpulan:

Nilai signifikansi dari semua pernyataan variabel X1 (Kualitas Layanan) di bawah 0.05 (5%) yang berarti valid.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Pertanyaan	Signifikansi	Keterangan
<i>Kepuasan Pelanggan (X2)</i>	X2-A	0.000	Valid
	X2-B	0.000	
	X2-C	0.000	
	X2-D	0.000	
	X2-E	0.000	

Kesimpulan:

Nilai signifikansi dari semua pernyataan variabel X2 (Kepuasan Pelanggan) di bawah 0.05 (5%) yang berarti valid.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Variabel	Pertanyaan	Signifikansi	Keterangan
<i>Loyalitas Pelanggan (Y)</i>	Y-A	0.000	Valid
	Y-B	0.000	
	Y-C	0.000	
	Y-D	0.000	

Kesimpulan:

Nilai signifikansi dari semua pernyataan variabel Y (Loyalitas Pelanggan) di bawah 0.05 (5%) yang berarti valid.

b. Reabilitas

Uji reliabilitas, yang menggunakan uji Cronbach's Alpha untuk membandingkan nilai minimum yang dapat diterima dari koefisien reliabilitas, berguna untuk mengetahui apakah instrumen kuesioner ini dapat digunakan lebih dari satu kali, minimal dengan responden yang sama. Menurut Ghazali (2011), instrumen penelitian dinyatakan reliabel jika nilai alfa Cronbachnya lebih dari 0,6, dan tidak reliabel jika nilai alfaanya kurang dari 0,6.

Untuk menguji reliabilitas penelitian ini, program SPSS digunakan untuk menghitung Cronbach's alpha untuk setiap variabel. Hasil uji reliabilitas untuk kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Alpha	Kesimpulan
Kualitas Layanan (X1)	0.84	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (X2)	0.81	
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.83	

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 24

Hasil Perhitungan Uji Realibilitas untuk variabel Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan di Tabel 4.9 menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk setiap variabel tersebut telah cukup reliabel. Nilai Cronbach's Alpha ketiga lebih besar dari 0.6.

2. Uji Asumsi Klasik**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi keduanya memiliki error normal. Menurut Imam Ghazali (2011), distribusi data yang normal atau hampir normal dianggap sebagai model regresi yang baik. Studi ini menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dengan taraf signifikan 0,05. Data dianggap berdistribusi normal jika ada signifikan lebih dari 0,05.

**Tabel 9. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.584

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 24

Uji Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (dua sisi) sebesar 0,584, yang menunjukkan bahwa nilai residunya berdistribusi normal karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

b. Multikolineritas

Uji multikolineritas dilakukan dengan menilai nilai faktor inflasi variabel independen (VIF). Nilai VIF kurang dari 10 menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan tanda-tanda multikolineritas (Imam Ghazali, 2011).

Tabel 10. Multikolineritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Total_X1	0.43	2.35
Total_X2	0.43	2.35

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 24

Berdasarkan Hasil Pengujian Multikolineritas pada tabel di atas diperoleh nilai Tolerance masing-masing variabel bebas yaitu Kualitas Layanan sebesar 0.43 dan Kepuasan Pelanggan sebesar 0.43 kedua nilai Tolerance tersebut > 0.10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel Kualitas Layanan sebesar 2.35 dan Kepuasan Pelanggan sebesar 2.35 dimana kedua nilai dari VIF.

c. Uji Heteroskedastisitas

Jika tidak ada heteroskedastisitas, uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak variasi antara residu dari satu observasi dengan observasi lainnya dalam model regresi. Uji Glejser digunakan untuk menentukan apakah ada heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Ini dilakukan dengan meregresi nilai absolut sisa model estimasi pada variabel penjelas. Nilai probabilitas masing-masing variabel independen harus diperiksa untuk menentukan apakah ada atau tidak heteroskedastisitas. Tidak ada heteroskedastisitas jika probabilitasnya lebih besar dari 0,05, tetapi sebaliknya, probabilitasnya

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
(Constant)	
Total_X1	0.993
Total_X2	0.941

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 24

Dengan nilai signifikansi Variabel Kualitas Layanan (X1) sebesar 0.993 dan Variabel Kepuasan Pelanggan (X2) sebesar 0.941, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa tidak ada gejala Heteroskedastisitas pada masing-masing variabel Independen. Ini jelas menunjukkan bahwa tidak ada gejala Heteroskedastisitas pada masing-masing variabel Independent, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.12 data hasil uji Glejser sebelumnya.

B. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

<i>Adjusted R Square</i>
0.46

Artinya *Kualitas Layanan* (X1), *Kepuasan Pelanggan* (X2), mempunyai pengaruh sebesar 46% terhadap *Loyalitas Pelanggan* (Y) Sisa 54% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar model regresi ini.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	Sig.	Keterangan
(Constant)	2.56	0.085	
<i>Kualitas Layanan</i> (X1)	0.20	0.054	H1 Ditolak
<i>Kepuasan Pelanggan</i> (X2)	0.47	0.000	H2 Diterima

Berikut hasil dari pengolahan data analisis linear berganda yang dapat dilihat dalam bentuk *standardized*

c. Signifikansi (Uji Statistik T)

Model	B	Sig.	Keterangan
(Constant)	2.56	0.085	
<i>Kualitas Layanan</i> (X1)	0.20	0.054	H1 Ditolak
<i>Kepuasan Pelanggan</i> (X2)	0.47	0.000	H2 Diterima

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel *Kualitas Layanan* (X1) tidak berdampak signifikan pada variabel *Loyalitas Konsumen*. Sebaliknya, variabel *Kepuasan Konsumen* (X2) berdampak signifikan pada variabel *Loyalitas*, seperti yang ditunjukkan oleh nilai signifikan variabel *Loyalitas Pelanggan* Belian, yaitu $0.000 < 0.05$.

d. Uji F

Keterangan	Sig.
Regression	0.000

Hasilnya menunjukan sig sebesar $0.000 < 0.05$ Berarti persamaan regresi yang diperoleh benar atau model yang digunakan layak.

IMPLIKASI

Implikasi pada penelitian ini yaitu memberikan pengetahuan terhadap Gojek agar memperhatikan dan mempertimbangkan *Kualitas Layanan* dan *Kepuasan Pelanggan*, karena keduanya adalah unsur penting dan berpengaruh terhadap *Loyalitas Pelanggan*

- Kualitas Layanan*. Menunjukkan Gojek perlu meningkatkan kualitas layanannya untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelanggan, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas. Sebagai contoh, perusahaan disarankan untuk melatih mitra pengemudi agar lebih tepat waktu dalam menjemput pelanggan. Selain itu, Gojek dapat memperkuat *Loyalitas pelanggan* melalui strategi tambahan yang lebih berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- Kepuasan Pelanggan*. Menunjukkan Gojek perlu memastikan untuk selalu menjaga agar *Kepuasan Pelanggan* dari pengguna Gojek tidak menurun. Sehingga loyalitas pelanggan akan terjaga. Pelanggan secara umum merasa puas dengan layanan transportasi Gojek, terutama dalam hal kemudahan penggunaan layanan, tingkat keamanan, dan akurasi informasi yang diberikan. Untuk menjaga kepuasan pelanggan, Gojek dapat mengembangkan inisiatif seperti pengenalan fitur baru untuk transparansi waktu kedatangan atau layanan prioritas bagi pelanggan. Dengan fokus pada peningkatan kecepatan layanan, Gojek dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, sehingga mampu mendorong loyalitas yang lebih kuat.

SIMPULAN

Tujuan penelitian adalah untuk menentukan bagaimana kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan transportasi berdampak pada loyalitas pelanggan Gojek di Kota Palembang. Berdasarkan analisis dapat disimpulkan bahwa :

- Berdasarkan pertanyaan dalam survei, dapat disimpulkan bahwa *Kualitas Layanan* memiliki dampak positif terhadap loyalitas pelanggan, tetapi tidak signifikan (H1 ditolak). Ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan penting, faktor lain yang lebih penting untuk mempertahankan pelanggan setia adalah harga, kepuasan pelanggan, dan promosi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kufron Makmun (2018), kualitas layanan transportasi online tidak selalu

merupakan faktor utama dalam menentukan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus meningkatkan kepuasan pelanggan sambil tetap memantau kualitas layanan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempelajari faktor-faktor tambahan yang memengaruhi loyalitas pelanggan secara lebih mendalam.

2. Berdasarkan pertanyaan dalam kuesioner, dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan Gojek memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan (H2 diterima). Pelanggan merasakan kemudahan dalam menggunakan layanan, merasa bahwa layanan diberikan dengan cepat, serta merasa aman selama menggunakan layanan transportasi Gojek. Selain itu, pelanggan juga merasa bahwa informasi yang diberikan akurat dan layanan secara keseluruhan memenuhi harapan mereka.

KETERBATASAN

Beberapa keterbatasan dapat mempengaruhi hasil penelitian yang diperoleh dan bisa dievaluasi pada penelitian berikutnya sebagai berikut:

1. Respon Subjektif. Kepuasan pelanggan bersifat subjektif, dan jawaban responden dapat dipengaruhi oleh suasana hati, preferensi pribadi, atau pengalaman terbaru mereka.
2. Kendala Teknis dalam Pengumpulan Data. Responden dapat memberikan jawaban yang tidak lengkap atau tidak serius, terutama jika data dikumpulkan melalui survei online tanpa wawancara mendalam.

SARAN

Berikut beberapa saran yang bisa dilakukan penelitian selanjutnya :

1. Menggunakan Metode Kombinasi. Melengkapi survei dengan wawancara mendalam atau diskusi kelompok terfokus (focus group discussion) untuk mendapatkan wawasan yang lebih kaya tentang kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Menggunakan Metode Langsung Face to Face . Seperti wawancara tatap muka atau pengamatan langsung, untuk meminimalkan ketergantungan pada survei online.

REFERENSI

- Indra Setyaji, D. (N.D.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Go-Jek Di Semarang)*. [Http://Keluhan-Gojek.Ojekgratis.Com/](http://Keluhan-Gojek.Ojekgratis.Com/)
- Kusumah, A. G., Tumpal, I., Sitinjak, J. R., & Pemasaran, M. (N.D.). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Di Jakarta*.
- Lorensia, S., & Ningrum, N. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Di Yogyakarta. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 7(2), 816. <https://doi.org/10.33087/Ekonomis.V7i2.934>
- Maroto-Sánchez, A. (2012). Productivity In The Services Sector: Conventional And Current Explanations. *Service Industries Journal*, 32(5), 719–746. <https://doi.org/10.1080/02642069.2010.531266>
- Mekel, V. R., Moniharapon, S., & Tampenawas, J. L. A. (2022). The Effect Of Service Quality And Consumer Satisfaction On Consumer Loyalty In Manado Gojek Transportation Company. In *1285 Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 1).
- Nurhikmah, T., Fauzi, A., Cahyaningrum, S., Putri, T., Asmarani, D., Damayanti, V., Thalitha, R. F., Bhayangkara, U., Raya, J., & Penulis, K. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Layanan Transportasi Online (Go-Jek) : Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen*. 3(6). <https://doi.org/10.31933/Jimt.V3i6>
- Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi*. (N.D.).
- Ratna Sari, A., & Dwiridotjahjono, J. (2023). SEIKO : Journal Of Management & Business Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Gojek Di Kabupaten Lamongan. *SEIKO : Journal Of Management & Business*, 6(1), 670–679. <https://doi.org/10.37531/Sejaman.V6i1.3889>

Zahara, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31–38. <https://doi.org/10.36407/Jmsab.V3i1.121>