

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Bandung

¹Amel Aprillia*, ²Dian Candra Fatihah

^{1,2}Politeknik Piksi Ganesha, Indonesia

*e-mail : aaprillia@piksi.ac.id

Abstrak: Studi ini dilaksanakan bertujuan tujuan guna melihat besaran pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Gojek pada masa pandemi covid19 di Kota Bandung. Metode penelitian yang dipergunakan ialah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Pada penelitian ini untuk mengumpulkan data menggunakan kuisioner yang disebar kepada konsumen Gojek di kota Bandung dan diolah menggunakan SPSS Versi 28.0. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji normalitas, uji analisis regresi linear sederhana, serta uji T. Pada hasil uji koefisien korelasi *pearson product moment* diperoleh senilai 0,724 yang berarti tingkat hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen dapat dinyatakan berkorelasi positif. Serta hasil pengujian Hipotesis menggunakan uji T dengan nilai signifikannya adalah t hitung senilai 4.844 dan t tabel 2.036 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun Saran yang penulis beri yaitu Gojek harus selalu mengutamakan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen agar konsumen selalu memberi kepercayaan dan nilai lebih kepada Driver Gojek.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen*

Abstract: This study was conducted with the aim of knowing how much influence service quality has on Gojek's consumer satisfaction during the Covid-19 pandemic in Bandung City. The research method use is a quantitative method with a descriptive and associative approach. In this study, to collect data using questionnaires distributed to Gojek consumers in Bandung, which were processed using SPSS V28.0. The data analysis technique used is normality test, simple linear regression analysis test, and T test. In the result of the pearson product moment correlation coefficient, it was obtained that it was worth 0.724, which means the level of relationship between service quality variable ad customer satisfaction variable can be stated to be positively correlated. And the result of hypothesis testing using the T test with a significant value is t count of 4.844 and t tabel of 2.036 then H_0 is rejected and H_a is accepted. The advice that the author gives is that Gojek's must always prioritize service quality to customer satisfaction so that consumer always give trust and more value to Gojek Drivers.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

Copyright (c) 2021 The Authors. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

PENDAHULUAN

Di masa modern semacam ini manusia makin hari makin kreatif serta inovatif untuk penciptaan bisnis terkini, utamanya bidang usaha yang sediakan pelayanan pengangkutan. Sebab orang pada era saat ini lebih menginginkan pemindahan yang

kilat, aman, nyaman serta gampang ditemui. Dengan bermunculan bermacam permasalahan transportasi, semakin banyak pula bidang usaha area jasa pengangkutan yang berkesempatan untuk berbisnis, semacam bidang usaha ojek online, taxi online, dan lain- lain. Pelayanan pengangkutan online mempunyai servis yang cepat dari aspek komunikasi buat pemesanan, alhasil warga lebih memilah pelayanan itu sebab cukup gampang serta kilat, salah satunya yakni Gojek Online.

GO-JEK merupakan industri yang beranjak dibidang jasa transportasi ojek. PT. Go- Jek Indonesia dibuat di Jakarta pada tahun 2011 oleh Nadiem Makarim serta Michaelangelo Moran (Mathodah, 2019). Perusahaan ini berkiprah di aspek jasa pelayaan pengangkutan selaku perantara yang mengaitkan antara para pengemudi ojek dengan konsumen. Di tanggal 7 Januari 2015, Gojek akhirnya meluncurkan aplikasi berplatform Android serta Ios untuk mengambil alih system pemesanan memakai call center (Rifaldi et al., 2019).

Kualitas pelayanan merupakan peranan penting untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Peningkatan kualitas jasa yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk penuhi keinginan pengguna. Bagi (Acai Sudirman, Sherly, Marisi Butarbutar, Tongam Sihol Nababan, 2020) mengemukakan jika mutu pelayanan merupakan seberapa jauh perbandingan antara realitas serta keinginan konsumen berdasarkan langganan yang mereka peroleh.

Kualitas pelayanan bertujuan untuk menciptakan atau menumbuhkan rasa kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap jasa yang telah diberi. Pelayanan yang maksimal akan menunjukkan seberapa bagusnya kualitas pelayanan di mata para konsumen dan juga nilai positif dari para pelanggan. Apabila jasa yang didapat melebihi ekspektasi klien, hingga mutu layanan bisa diartikan selaku kualitas pelayanan yang sempurna. Bagi (Nurjamad, 2021) menerangkan jika, “ mutu pelayanan yang memuaskan serta melewati keinginan pelanggan itu dijadikan mutu yang ideal”.

Menurut (Acai Sudirman, Sherly, Marisi Butarbutar, Tongam Sihol Nababan, 2020) “Kualitas ialah suatu situasi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, manusia, sistem serta area yang memenuhi ataupun melampaui keinginan. Berikut indicator menurut (Wardani, 2017):

1. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
2. *Empathy* (empati)
3. *Assurance* (Jaminan)
4. *Tangible* (bukti fisik)
5. *Reliability* (Reliabilitas)

Kualitas punya ikatan yang amat erat dengan kepuasan pelanggan. Sehingga dengan begitu industri wajib tingkatkan kepuasan konsumen dimana industri mengoptimalkan pengalaman pelanggan yang mengasyikkan. Dengan servis yang baik maka pelanggan bakal merasa kalau seluruh kebutuhannya sudah terwujud. Bagi (Tjiptono, 2014: 268), dalam (Taqiuddin, Ahmad Naufal Iqbal and , Ir. Irmawati, S.E, n.d.)“ mutu layanan ialah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keutamaan itu untukenuhi keinginan klien”.

Kotler (2011:35) dalam (Palandeng & Lumentut, 2014) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen mengacu pada kesenangan, dan kekecewaan yang ada setelah melakukan perbandingan kinerja hasil yang difikirkan dari suatu produk dengan kinerja hasil yang diharapkan, berikut indikator menurut Kotler (Sampurno & Sharif, 2020) :

1. Puas terhadap pelayanan
2. Puas terhadap jasa
3. Puas terhadap perusahaan
4. Puas terhadap keseluruhan

Cara meningkatkan kepuasan konsumen yaitu dengan cara memberi layanan serta fasilitas yang baik. Konsumen bakal merasakan puas jika apa yang diinginkan nya sesuai dengan yang diharapkan. Kepuasan konsumen juga bisa membuat perusahaan bertahan dalam jangka periode yang panjang. Selain memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik, driver gojek pun wajib mematuhi protokol Kesehatan yaitu dengan cara selalu menggunakan masker dan handsanitizer.

Covid-19 yaitu penyakit yang menular yang diakibatkan oleh virus kategori Corona yakni Sars- Cov- 2, yang mula- mula muncul di Wuhan China pada tanggal 31 Desember 2019 (Adnyana & Suprapti, 2018). Covid- 19 bisa memunculkan

tanda- tanda semacam hambatan pernafasan, panas diatas 38°C, batuk serta juga sesak napas. Tidak hanya itu bisa disertai dengan rasa lesu, nyeri otot serta diare. Covid- 19 bisa menjalar dari orang ke orang lewat kontak erat serta *droplet* percikan cairan disaat batuk serta bersin), tidak lewat udara (Salengo, 2020).

Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Oktarini, 2020) dalam bersumber pada hasil percobaan statistic didapat hasil mutu pelayanan yang membagikan pengaruh dengan cara positif dan signifikan kepada kepuasan klien. Bersumber pada hasil riset (Sandika, 2018) membuktikan jika mutu pelayanan mempengaruhi secara signifikan kepada kepuasan klien. Kemudian bersumber pada riset yang dilakukan oleh (Tri Ulfa Wardani, 2017) dalam (Oktarini, 2020) jika hasil analisis mengindikasikan mutu pelayanan mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan kepada kepuasan pelanggan.

Berdasar latar belakang permasalahan yang telah penulis paparkan, maka penulis tertarik dalam melaksanakan penelitian ini menggunakan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung** “

METODE

Tipe studi yang dipakai oleh penulis dalam studi ini ialah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif serta asiatif.

Bagi Sugiyono(2017: 8) dalam (Rifaldi et al., 2019) prosedur Kuantitatif bisa dimaksud selaku prosedur studi yang berdasar dalam filsafat positivisme, dipakai mempelajari dalam populasi maupun sampel spesifik, pengumpulan informasi memanfaatkan instrument penelitian, analisa data bersifat kuantitatif ataupun statistik, yang bertujuan uji ketetapan hipotesis.

Penulis mengidentifikasi definisi operasional variabel yang dipakai dalam studi ini ialah semacam pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Kualitas Pelayanan	Menurut Parasuraman (dalam Tjiptono, 2011:174) mengemukakan bahwa dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat	1. Tangible (bukti fisik)	Cara gojek berpenampilan rapih dan bersih	
		2. Reliability (Reliabilitas)	Cara gojek memberikan fasilitas yang aman dan nyaman kepada konsumen	
		3. Assurance (Jaminan)	Cara Gojek mengendarai kendaraanya secara hati-hati	
		4. Responsiveness (Daya Tanggap)	Cara gojek merespon konsumen	
		5. Emphaty (Empati)	Cara gojek melayani konsumen dengan ramah	
Kepuasan Konsumen	Menurut Kotler (2011:35) kepuasan konsumen mengacu pada kesenangan, dan kekecewaan yang ada setelah melakukan perbandingan kinerja hasil yang difikirkan ari suatu produk dengan kinerja hasil yang diharapkan.	1. Puas terhadap pelayanan	Memberikan pelayanan yang ramah	
		2. Puas terhadap jasa	Memberikan Rating tinggi kepada driver Gojek	
		3. Puas terhadap perusahaan	Memberikan layanan yang jujur	
		4. Puas terhadap keseluruhan	Memberikan fasilitas yang nyaman	

Populasi Dan Sampel

populasi ialah area generalisasi yang terdiri atas obyek maupun subyek yang mempunyai karakter spesifik serta mutu buat dipelajari serta di ambil kesimpulannya oleh periset. Bagi Sugiyono (2017: 81) dalam (Lumonga, 2018) Sampel merupakan bagian karakter yang dimiliki oleh populasi itu. Apabila populasi besar, serta periset tidak bisa jadi mempelajari seluruh yang terdapat pada populasi contoh kekurangan dana, tenaga dan durasi, maka peneliti bisa memakai sampel yang bisa diperoleh dari populasi tersebut.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipergunakan penulis pada studi ini ialah kuantitatif dengan sumber data di bawah:

1. Data primer

Data primer ialah pangkal informasi yang pembuatannya langsung oleh peneliti, informasi itu bersumber pada hasil pengisian kuisisioner. Bagi Sugiyono(2016: 402) dalam (Happyrilia, n.d.) sumber informasi primer merupakan sumber informasi yang langsung membagikan pengumpulan data.

2. Data sekunder

Data sekunder ialah pangkal informasi yang di dapat tidak berkaitan langsung dengan subjek studi tetapi bisa menyokong serta berikan data selaku bahan riset semacam penyebaran kuisisioner. Informasi sekunder yang dipakai merupakan jurnal, buku dan sumber data lain yang memiliki kaitan dengan judul riset.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Responden dalam studi ini yaitu konsumen Gojek di kota Bandung sejumlah 34 orang dengan persebaran berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 8 orang serta perempuan dengan jumlah 26 orang. Responden yang berusia 15-20 tahun sejumlah 6 orang, 21-30 tahun sejumlah 26 orang, 31-50 tahun sejumlah 2 orang. Pekerjaan para responden yaitu mahasiswa sejumlah 18 orang, Wiraswasta sejumlah 9 orang, Dosen sejumlah 2 orang, Pelajar sejumlah 2 orang, BUMN sejumlah 1 orang, Guru sejumlah 1 orang, Biomolecular Analyst 1 orang. Latar belakang Pendidikan terakhir para responden yaitu SMA sejumlah 22 orang, D3 sejumlah 6 orang, D4/S1 sejumlah 4 orang, dan S2 sejumlah 2 orang.

Uji Validitas

Uji validitas ialah uji suatu ukuran yang dipakai buat membuktikan sejauh mana alat ukur sanggup buat mengukur valid ataupun tidak validnya sesuatu kuisisioner. Sesuatu kuisisioner disebut valid bila permasalahan dalam kuesioner

sanggup untuk menyampaikan sesuatu yang bakal diukur oleh kuesioner itu. Bila angka r hitung $>$ rtabel, hingga permasalahan ataupun pernyataan dalam angket berkorelasi signifikan kepada angka keseluruhan (artinya angket diklaim valid).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)

KODE PERNYATAAN	R. TABEL	R. HITUNG	HASIL
X.1	0,3388	,665**	VALID
X.2	0,3388	,668**	VALID
X.3	0,3388	,655**	VALID
X.4	0,3388	,685**	VALID
X.5	0,3388	,843**	VALID
X.6	0,3388	,856**	VALID
X.7	0,3388	,758**	VALID
X.8	0,3388	,797**	VALID
X.9	0,3388	,642**	VALID

Sumber: Hasil pengolahan data 2021 dengan SPSS V28.0 for windows

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

KODE PERNYATAAN	R. TABEL	R. HITUNG	HASIL
Y.1	0,3388	,773**	VALID
Y.2	0,3388	,683**	VALID
Y.3	0,3388	,375*	VALID
Y.4	0,3388	,516**	VALID
Y.5	0,3388	,813**	VALID
Y.6	0,3388	,566**	VALID
Y.7	0,3388	,760**	VALID
Y.8	0,3388	,660**	VALID

Sumber: Hasil pengolahan data 2021 dengan SPSS V28.0 for windows

Berdasarkan hasil pengujian validitas ini dapat dilihat pada variabel diatas dinyatakan semua pertanyaan yang ada pada kuisisioner dinyatakan valid. Dari hasil pengolahan data dengan memakai *SPSS V28.0 for windows* pada hasil r hitung lebih tinggi dibanding r tabel (0,3388). Penulis menjalankan pengujian terhadap variabel X (kualitas pelayanan) serta variabel Y (kepuasan konsumen) yang bisa dilihat pada tabel 2 dan 3 diatas.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji bagaimana pengukuran yang tetap konsisten dari suatu tes yang dilakukan berulang pada subjek serta pada kondisi sama. Bila angka Cronbach's Alpha $>$ 0,60 maka kuesioner ataupun angket yang disebut konsisten ataupun reliabel.

Pengujian Reliabilitas memakai rumus Cronbach's Alpha, yang mana Cronbach's Alpha bisa didefinisikan hubungan positif antar butir pertanyaan satu dengan yang lain. Bagi Sugiyono (2008:280), dasar mengambil keputusan pengujian reliabilitas yaitu:

- 1) Apabila α positif dan α lebih besar dari r_{tabel} maka instrument reliabel
- 2) Apabila α positif dan α lebih kecil dari r_{tabel} maka instrument tidak reliabel
- 3) Apabila α negative dan α lebih besar dari r_{tabel} maka instrument tidak reliabel
- 4) Apabila α negative dan α lebih kecil dari r_{tabel} maka instrument tidak reliabel

Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)

Variabel (X)	Cronbach's Alpha	Nilai r Tabel	Keterangan Hasil
Kualitas Pelayanan	0,870	0,338	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2021 dengan spss V28.0 for windows

Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Variabel (Y)	Cronbach's Alpha	Nilai r Tabel	Keterangan Hasil
Kepuasan Konsumen	0,786	0,338	Reliabel

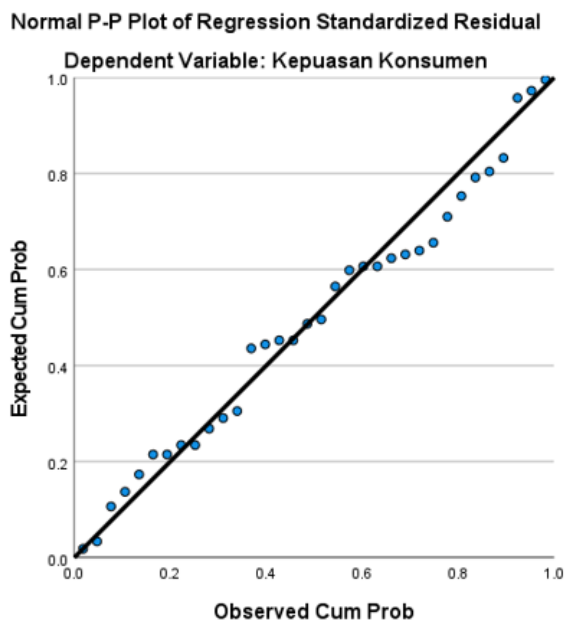
Sumber: Hasil pengolahan data 2021 dengan spss V28.0 for windows

Berdasarkan data tabel diatas pada hasil pengujian reliabilitas yang didapat bahwa hasil dari kedua variabel X dan Y adalah reliabel atau sudah terbukti. Hal ini dapat diketahui dari hasil Cronbach's Alpha pada kedua tabel yang memiliki nilai lebih besar dibanding r Tabel, pada variabel kualitas pelayanan $0,870 > 0,338$, sedangkan variabel kepuasan konsumen $0,786 > 0,338$.

Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan uji mengenai kenormalan penyaluran data. Uji normalitas dicoba guna untuk memandang apakah informasi yang sudah digabungkan memiliki distribusi wajar ataupun tidak. Bila titik-titik ataupun informasi terletak di dekat ataupun menjajaki garis diagonalnya hingga bisa dibilang jika angka residual berdistribusi wajar. Bersumber pada pengumpulan

ketentuan buat percobaan normalitas yakni bila angka signifikan kurang dari 0,05 maka informasi tak berdistribusi wajar, kebalikannya bila signifikannya lebih dari 0,05 informasi disebut berdistribusi wajar.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas P-Plot
Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasar gambar diatas pada hasil pengujian normalitas p-plot jika titik-titik yang tersebar, ada pada disekitaran garis diagonal serta ikut garis arah diagonal tersebut, maka bisa disebut data tersebut berdistribusi normal.

Uji Regresi Linear Sederhana

Menurut (Sugiyono, 2011) dalam (Muizu et al., 2016) Analisis Regresi Linear Sederhana ialah suatu alat analisis yang dipakai dalam pengukuran pengaruh antara variabel bebas (X) serta variabel terikat (Y). Pengaruh antara variabel ini dapat ditentukan oleh nilai signifikan yang mempunyai nilai dbawah 0,05 , jika nilai signifikan variabel diatas 0,05, maka kedua variabel tersebut tak memiliki pengaruh yang positif. Berikut persamaan regresi linear sederhana guna pengukuran variabel X terhadap variabel Y yakni :

$$Y = a + Bx$$

Dimana :

X = Variabel Bebas

Y = Variabel Terikat

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Tabel 6. Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.			
1 (Constant)	19.626	3.318	,650	5.914	<,001
Kualitas Pelayanan	,389	,080		4.844	<,001

a. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil pengolahan data 2021 dengan spss V28.0 for windows

Berdasarkan table diatas pada hasil analisis regresi linear sederhana bisa dilihat bahwa Constant (a) senilai 19.626 dan nilai Trust (b / Koefisien regresi) dengan nilai 0,389 maka persamaan regresi tersebut bisa dituliskan:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 19.626 + 0,389x$$

Persamaan tersebut bisa ditafsirkan:

- Konstanta senilai 19.626 dapat memberikan arti jika konstan variabel kepuasan konsumen yaitu senilai 19.626
- Koefisien regresi X senilai 0,389 yang artinya jika setiap tambahan satu pada nilai kualitas pelayanan maka nilai kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan senilai 0,389 koefisien regresi itu memiliki nilai positif. Maka dari itu hubungan antara variabel X (Kualitas pelayanan) serta variabel Y (Kepuasan konsumen) memiliki hubungan positif.

Uji Korelasi Product Moment Pearson

Uji Pearson Product Moment disebut sebagai kategori pengujian korelasi yang dipakai buat mengenali ikatan masa antara 2 variabel yang bernilai istirahat ataupun perbandingan, dimana dengan uji ini hendak mengembalikan angka koefisien hubungan yang bernilai antara- 1, 0 serta 1. Angka- 1 maksudnya ada

hubungan negative yang sempurna, 0 maksudnya tidak terdapat hubungan serta angka 1 berarti terdapat hubungan positif yang sempurna. Bentang dari koefisien hubungan yang berkisar antara- 1, 0 serta 1 itu bisa disimpulkan kalau terus menjadi mendekati angka 1 ataupun- 1 hingga ikatan kian erat, sebaliknya terus menjadi mendekati 0 hingga ikatan terus menjadi lemah.

**Tabel 7. Uji Korelasi PPM Correlati
Kualitas Pelayanan Kepuasan Konsumen**

Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,724**
	Sig.(2-tailed)		<,001
	N	34	34
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,724**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	34	34

**** Correlation is Significant at the 0,01 level (2-tailed)**

Sumber : Hasil pengolahan data 2021 dengan spss V28.0 for windows

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian korelasi terdapat nilai signifikansi untuk hubungan variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan konsumen senilai 0,001 yang berarti angka tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu ada hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. Pada nilai pearson correlation terdapat nilai senilai 0,724 yang berarti tingkat hubungan antara variabel Kualitas pelayanan dengan variabel Kepuasan konsumen dapat dinyatakan berkorelasi positif.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ialah dimensi untuk mengenali bagaimana kesesuaian ataupun akurasi antara angka garis regresi dengan informasi sampel. Bila angka koefisien korelasi telah dikenal, hingga untuk memperoleh koefisien determinasi bisa didapat dengan mengkuadratkannya. Besarnya koefisien determinasi bisa dihitung memakai formula berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model estimate	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the
1	.724 ^a	.524	.509	2.32831

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan data 2021 dengan spss V28.0 for windows

Berdasarkan pada tabel diatas bahwa hasil pengujian koefisien determinasi menghasilkan nilai korelasi (R) square atau determinasi senilai 0,524 dan nilai pangkat dari koefisien korelasi (R) senilai 0,724^a, maka R square disebut sebagai nilai determinasi senilai 52,4% yang dapat diartikan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan (independent) terhadap Kepuasan Konsumen (dependen) dipengaruhi Kualitas Pelayanan senilai 52,4%.

Uji Hipotesis Uji T dan Uji F

Uji T

Pengujian signifikansi individual atau dapat disebut dengan pengujian statistic T ialah prosedur analisis data dengan cara parsial. Uji T hendak menunjukkan seberapa besar pengaruh independent dengan cara paarsial, terhadap variabel dependen. Syarat uji T yaitu :

T hitung > T tabel sehingga: $H_a : \beta \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan

T hitung < T tabel sehingga : $H_o : \beta = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan

Tabel 9. Uji Significant T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.626	3.318		5.914	<,001
	Kualitas Pelayanan	.389	.080	.650	4.844	<,001

a. Dependent Variabel : Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil pengolahan data 2021 dengan spss V28.0 for windows

Berdasar tabel diatas bisa kita ketahui bahwa angka t hitung ialah senilai 4.844 dengan signifikansinya senilai 0,389, sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan dengan signifikansinya 0,05 serta derajat kebebasan = $n-2 = 34-2 = 32$ dan diperoleh angka t tabel adalah senilai 2.036. Besarnya t hitung kualitas

pelayanan senilai 4.844 lebih besar dibanding t tabel 2.036, maka terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Gojek.

Uji F

Uji F merupakan uji untuk perbandingan 2/lebih perlakuan kelompok atau objek/data, yang masing-masing perlakuannya dilakukan ulangan. Uji F dilakukan untuk dapat melihat variabel independent secara serentak/ Bersama, berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Syarat uji F yaitu :

F hitung > F tabel sehingga : $H_a : \beta \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan

F hitung < F tabel sehingga : $H_o : \beta = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan

Tabel 10. Uji Significant F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	190.910	1	190.910	35.217	<,001 ^b
Residual	173.472	32	5.421		
Total	364.382	33			

a. Dependent Variabel : Kepuasan Konsumen

b. Predictors : (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel uji diatas mengenai pengujian ANOVA ataupun Uji F, diperoleh F hitung senilai 35.217 dengan tingkatan signifikan 0,001, sedang F Tabel (df1,32) adalah senilai 4,15 dengan tingkat signifikan 0,05. Dalam perhitungan tersebut dapat diartikan yaitu dimana F hitung > F tabel adalah $35.217 > 4,15$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari tanggapan para responden mengenai Kualitas Pelayanan pada Gojek secara keseluruhan yaitu cukup baik, dengan keunggulan pada dimensi Tangible (bukti fisik), Reliability (reliabilitas), Assurance (jaminan), Responsiveness (daya tanggap), dan Emphaty (empati) . Berdasarkan hasil analisis dari tanggapan para responden mengenai Kepuasan Konsumen pada Gojek dapat dikatakan cukup baik, terutama pada dimensi Puas terhadap pelayanan, Puas terhadap jasa, Puas terhadap perusahaan, dan Puas terhadap keseluruhan. Berdasarkan hasil pengujian Korelasi Product Moment Pearson antara pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Gojek pada Masa Pandemi

Covid19 di Kota Bandung tahun 2021, terbukti bahwa terdapat hubungan yang positif dengan tingkatan cukup baik antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil analisis masih ada beberapa driver gojek yang tak patuh protokol Kesehatan salah satunya tak menggunakan masker dan handsanitizer. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dihitung bahwa Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Konsumen Gojek. Dalam hasil peneliti yang telah diuji Kualitas pelayanan telah berpengaruh baik dan juga positif untuk konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- Acai Sudirman, Sherly, Marisi Butarbutar, Tongam Sihol Nababan, D. P. (2020). CUSTOMER LOYALTY OF GOJEK USERS VIEWED FROM THE ASPECTS OF SERVICE QUALITY AND CONSUMER SATISFACTION Acai. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 63–73.
- Adnyana, D. G. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 6041. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p09>
- Happyrilia, R. (n.d.). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek: studi kasus pada mahasiswa Fisip UIN Sunan Gunung Djati Bandung periode 2017-2018*.
- Lumonga, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-FOOOD di GOJEK Online Pada Mahasiswa/I manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. *Analisis Kesadahan Total Dan Alkalinitas Pada Air Bersih Sumur Bor Dengan Metode Titrimetri Di PT Sucofindo Daerah Provinsi Sumatera Utara*, 2, 44–48.
- Methodah. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan driver ojek online terhadap kepuasan konsumen pada gojek area tangerang selatan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 2(3), 1–10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3269357>
- Muizu, W. O. Z., Evita, S. N., & Suherman, D. (2016). Disiplin Kerja dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil. *Universitas*

Padjajaran, 8(3), 172–182.

Nurjamad, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Pada Kepuasan Pelanggan Fitur Go-Ride Pt. Gojek Indonesia. *JURNAL BISNIS Dan TEKNOLOGI*, 13(1), 1–11.

Oktarini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 6(2), 248.
<https://doi.org/10.32493/skr.v6i2.5541>

Palandeng, I., & Lumentut, F. (2014). Fasilitas, Servicescape, Dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonalds Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 126–136. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5352>

Rifaldi, Kadunci, & Sulistyowati. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 1.

Salengo, R. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GO - FOOD PADA PT GOJEK. *Human Relations*, 3(1), 1–8.
http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,shib&db=bth&AN=92948285&site=eds-live&scope=site%0Ahttp://bimimpactassessment.net/sites/all/themes/bcorp_impact/pdfs/em_stakeholder_engagement.pdf%0Ahttps://www.glo-bus.com/help/helpFiles/CDJ-Pa

Sampurno, H. R., & Sharif, O. O. (2020). Penerapan Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Kualitas Pelayanan Gojek (Studi Pelanggan Di Kota Bandung). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(6), 856–870. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i6.389>

Sandika, D. (2018). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN GOJEK DI YOGYAKARTA*. 21, 1–9.

Taqiuddin, Ahmad Naufal Iqbal and , Ir. Irmawati, S.E, M. S. (n.d.). *Pengaruh*

Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan, terhadap Keputusan Pembelian Layanan GOJEK di Surakarta (Studi Kasus di Universitas Muhammadiyah Surakarta). 1–10.

Wardani, T. U. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). In *Undergraduate Thesis*.