



ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN GO-JEK DENGAN GRAB TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA FEB UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

(Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UKI aktif semester gasal 2020/2021)

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE QUALITY OF GO-JEK AND GRAB SERVICES ON STUDENT SATISFACTION FROM THE BUSINESS ECONOMICS FACULTY OF THE INDONESIAN CHRISTIAN UNIVERSITY

(Case Study On Active FEB UKI Students In Odd Semester 2020/2021)

Dicky Oloan Mangihut
dickyoloan@gmail.com

Sautman Sinaga

sautman@yahoo.co.id

Fharel M Hutajulu

fharel.hutajulu@uki.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia

Jakarta, Indonesia

Abstract

The development of better technology helps transportation to develop its features to be more modern by creating an online transportation application. This research is quantitative in nature and the samples taken in this study are active FEB UKI students in the 2020/2021 odd semester as many as 100, and the data analysis used in this study is the likert scale, important performance analysis (level of suitability and cartesius diagrams), and the t – test and the variables used in this study are service quality and customer satisfaction

Keywords : service quality and customer satisfaction

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini Transportasi menjadi salah satu bagian yang terpenting dalam kehidupan sehari – hari para masyarakat. Transportasi ini penting karena untuk mempermudah masyarakat untuk melakukan segala aktifitasnya, mulai dari mengantar para masyarakat ke tempat tujuannya, mengantar barang yang ingin dikirim oleh masyarakat ke tempat tujuannya dan lain sebagainya.

Seperti salah satu Transportasi yang sering digunakan oleh setiap masyarakat ialah Ojek. Pelayanan yang diberikan oleh Ojek tersebut pun biasanya kurang atau tidak baik untuk dinikmati penggunaannya oleh para konsumen hingga saat ini. Namun dengan semakin berkembangnya Teknologi juga membantu Transportasi mengembangkan fiturnya menjadi lebih modern dengan cara membuat aplikasi online transportasi.

Transportasi Online ialah sebuah Transportasi yang memanfaatkan perkembangan teknologi. Dengan adanya Aplikasi Transportasi Online saat ini lebih mempermudah para masyarakat untuk mendapatkan transportasinya. Sekarang mereka hanya tinggal membuka HP mereka dan aplikasi online tersebut untuk memulai memilih jenis Transportasi yang akan mereka gunakan. Dan pada saat ini Transportasi online lebih mengutamakan kualitas pelayanannya kepada konsumen sehingga membuat konsumen merasa senang dan membuat konsumen merasa nyaman sehingga terus menggunakan Transportasi online tersebut

Seperti yang kita kenal saat ini ada dua Transportasi Online yang sangat terkenal dan merajai di Indonesia yaitu GO-JEK dan GRAB. Dua Transportasi ini memiliki cara mereka tersendiri untuk memenangkan hati para konsumennya. Kualitas Pelayanan merupakan salah satu cara kedua perusahaan ini untuk mendapatkan kepuasan dari para konsumennya.

Berdasarkan TOP BRAND INDEX tahun 2019 GO-JEK menjadi market leader dengan 44,6% sedangkan GRAB hanya mendapatkan 43,1% mengikuti dibawahnya. Hal ini dikarenakan GO-JEK merupakan pionir atau pencetus Transportasi Online pertama yang ada di Indonesia. Sehingga membuat para masyarakat Indonesia lebih familiar terhadap Transportasi Online yang satu ini.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Perusahaan riset asal Indonesia pada tahun 2019. Penelitian ini dilakukan kepada 1.204 responden di berbagai kota di Indonesia tepatnya di kota Jabodetabek, Bali, Padang, Yogyakarta dan Manado. Dalam survei

tersebut aplikasi GO-JEK mendapatkan persentase nilai sebesar 70,4% sedangkan GRAB mendapatkan persentase nilai sebesar 45,7%.

Pada riset kali ini menyajikan data yang menyimpulkan bahwa masyarakat atau konsumen lebih menyukai dan menggunakan aplikasi GO-JEK yang berhubungan dengan Kualitas Pelayanan. Berdasarkan secara keseluruhan, responden menyukai aplikasi GO-JEK dan menyarankan lebih baik menggunakan GO-JEK dibandingkan dengan pesaingnya.

Terutama pada Mahasiswa/Mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia, banyak yang menggunakan ojek online pada layanan GO-JEK dan GRAB ini ketika mereka ingin ke kampus, rumah, mall, dll. Mereka menggunakan layanan ini untuk menghindari kemacetan yang sering terjadi, mereka mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan GO-JEK dan GRAB sehingga mereka bisa membandingkan kualitas pelayanan dari kedua aplikasi tersebut yang mana yang lebih baik.

B. Perumusan Masalah

Apakah terdapat perbedaan yang signifikan terhadap kualitas pelayanan antara GO-JEK dengan GRAB?

Apakah terdapat perbedaan yang signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa/I FEB UKI antara GO-JEK dengan GRAB?

C. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini yaitu Mahasiswa/I FEB UKI aktif semester gasal yang menggunakan GO-JEK dan GRAB, meliputi : kualitas pelayanan

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diuji untuk memberi masukan terhadap perusahaan GO-JEK dan GRAB untuk mempertahankan serta meningkatkan Kualitas Pelayanannya terhadap kepuasan konsumen

II. URAIAN TEORITIS

A. Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler (2007:6) yang dikutip dari jurnal (Marlius, 2016), “pemasaran ialah sebuah proses dimana terdapat individu dan kelompok untuk menawarkan dan mempertukarkan sebuah produk.”

Menurut Kotler dan Armstrong (2014) dalam jurnal (Hutajulu & Tobing, 2019), “The process by which individuals and groups offer and exchange a product.”

B. Bauran Pemasaran

Menurut Kotler (2005) yang dikutip dalam jurnal (Gultom et al., 2014), “bauran pemasaran merupakan variable pemasaran yang dimiliki oleh sebuah perusahaan guna menggapai sasaran.”

C. Jasa

Jasa Menurut Kotler (2007:42) yang dikutip dalam (Purwanto, 2018) ialah “Setiap tindakan yang ditawarkan oleh pihak lain yang tidak berwujud namun dapat dirasakan kinerjanya oleh orang tersebut.”

D. Karakteristik Jasa

Menurut Kotler & Armstrong (2012:223) yang dikutip dalam jurnal (Angely et al., 2019) jasa mempunyai 4 ciri yaitu:

1. Tidak Berwujud (Intangibility)

Konsumen akan melihat bukti secara langsung tentang jasa tersebut. Konsumen akan melihat dari lokasi, orang atau pelaku jasa. Peralatan yang digunakan untuk melengkapi jasa tersebut, serta harga yang diberikan kepada konsumen untuk meyakinkan konsumen.

2. Tidak Dapat Dipisahkan (Inseparability)

Dalam hal ini, baik si pemberi jasa dan si penerima jasa dua – duanya saling berhubungan mulai dari komunikasi antar keduanya mengenai jasa seperti apa yang diinginkan dan dilakukan

3. Keragaman (Variability)

Jasa ini memiliki beraneka ragam atau bermacam – macam jenisnya sehingga membuat konsumen harus memilih secara tepat jasa mana yang harus dipilih berdasarkan dengan kebutuhan dan keinginan si konsumen

4. Tidak Tahan Lama (Perishability)

Dalam hal ini yang dimaksud ialah ketika konsumen menggunakan sebuah jasa, maka jasa tersebut tidak akan tahan lama.

E. Perilaku Konsumen

Pengertian perilaku konsumen seperti diungkapkan Ujang Sumarwan (2003:26) dalam jurnal (Ritonga et al., 2015) “Perilaku konsumen adalah sebuah kegiatan yang dilakukan sebelum melakukan pembelian dan menggunakan sebuah produk lalu melakukan evaluasi atas produk tersebut.”

F. Kepuasan Konsumen

Menurut Zeithaml & Bitner (2008 : 110) yang dikutip dalam jurnal (Saidani & Arifin, 2012), Kepuasan konsumen merupakan sebuah tanggapan dari konsumen atas ketidaksesuaian antara harapan dan kinerja yang diterima.

Menurut Kotler ada 4 cara untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran (complaint & suggestion system)

Dalam hal ini, keluhan dan saran menjadi sangat penting bagi sebuah perusahaan. Dimana sebuah perusahaan agar bisa mengevaluasi keluhan dan saran yang diberikan oleh konsumen untuk dapat memperbaiki apa yang kurang dari perusahaan tersebut sehingga konsumen merasa senang karena ada hasil dari keluhan dan saran yang mereka berikan kepada perusahaan.

2. Survey kepuasan pelanggan (Customer satisfaction surveys)

Perusahaan ingin mengetahui apakah pelanggan puas atau tidak terhadap perusahaan tersebut. Maka dengan itu, perusahaan sering melakukan survei kepada pelanggan mengenai kepuasan yang mereka dapatkan.

3. Pembeli Bayangan (Ghost Shopping)

Perusahaan ingin mengetahui bagaimana selama ini mereka memberikan pelayanan kepada pelanggan secara langsung. Maka dengan itu perusahaan akan memperkerjakan seorang Pembeli Bayangan untuk melihat dan mengamati serta menganalisis bagaimana pelayanan perusahaan kepada konsumen.

4. Analisis pelanggan yang lari (Lost Customer Analysis)

Dalam hal ini, perusahaan mencoba untuk menghubungi kembali pelanggan yang tidak datang lagi ke perusahaan mereka. Apakah terjadi sesuatu yang menyebabkan mereka pindah ke perusahaan lain, sehingga dari informasi yang

didapat ini perusahaan mampu mengetahui apa yang kurang selama ini, sehingga perusahaan dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk membuat pelanggan senang dan puas

G. Kualitas Pelayanan

Sampara dalam Hardiyansyah (2018:49) yang dikutip dalam (Angely et al., 2019) mengatakan bahwa kualitas pelayanan ialah sebuah tindakan kinerja yang diberikan kepada konsumen, sehingga konsumen menilai bahwa kinerja yang diterima bagus dan berkualitas

Adapun menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2014:216) yang dikutip dalam (Angely et al., 2019) Kualitas pelayanan ialah perbandingan antara harapan yang diinginkan berbeda dengan kinerja yang diterima oleh konsumen

H. Aspek Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012) yang dikutip dari (Angely et al., 2019) Kualitas pelayanan mempunyai 5 variable penilaian atas pandangan konsumen terhadap pelayanan

1. Reliability (Keandalan) adalah seorang pemberi jasa yang mampu memberikan jasa yang terbaik sehingga bisa dapat diandalkan dan terpercaya
2. Responsiveness (Cepat Tanggap) adalah seorang pemberi jasa yang cepat tanggap mengenai keinginan konsumen dan peka terhadap complain dari konsumen
3. Tangible (Berwujud) adalah seorang konsumen yang melihat wujud dari si pemberi jasa, mulai dari pakaian yang dipakai, transportasi yang digunakan, dan lain sebagainya.
4. Assurance (Kepastian) adalah seorang pemberi jasa yang mampu meyakinkan dan dapat dipercaya konsumen mengenai komitmen yang telah dibuat dan dibangun oleh si pemberi jasa dengan konsumen.
5. Empathy adalah merupakan sikap yang harus dirasakan oleh pemberi jasa mengenai jasa yang diberikan kepada konsumen. Artinya seorang pemberi jasa harus mengerti perasaan konsumen Ketika menikmati atau menggunakan jasa yang dia berikan. Sehingga si pemberi jasa bisa mengevaluasi apa yang kurang dari jasa yang ia berikan dan bisa mengatasi masalah tersebut dengan baik

I. Definisi Transportasi

Menurut Miro (2005) yang dikutip dalam jurnal (Pratama & Suradi, 2016) “Transportasi ialah sebuah upaya memindahkan sesuatu baik itu barang atau manusia dari suatu tempat ke tempat lain.”

J. Fungsi Transportasi

Fungsi Transportasi menurut Morlok (1984:25) “ialah sebuah upaya untuk melakukan pemindahan barang atau orang ke tempat yang lain untuk tujuan tertentu”.

K. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap akhir dari konsumen setelah menentukan dan memutuskan untuk membeli barang dan jasa (Lamb, 2008:23)

Ada 5 tahapan proses dalam keputusan pembelian menurut kotler yaitu:

1. Mengenali Masalah

Pada tahapan ini, konsumen akan mengenali sebuah masalah yaitu kebutuhan dan keinginan. Sehingga perusahaan harus bisa mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga konsumen akan memulai melakukan pembelian

2. Mencari informasi

Ketika konsumen sudah mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya, maka konsumen tersebut akan melakukan sebuah pencarian terkait apa yang dia inginkan dan butuhkan dari berbagai informasi atau sumber. Konsumen bisa mengetahui informasi berasal dari 4 sumber informasi ini yaitu:

- a. Pribadi

Sumber yang berasal dari keluarga, teman, tetangga, dan kenalan

- b. Komersial

Sumber yang berasal dari iklan, pedagang, pameran dan kemasan yang dilihat serta ditawarkan kepada konsumen

- c. Publik

Sumber yang berasal dari media masa yang dilihat oleh konsumen

- d. Pengalaman

Sumber yang berasal dari pengalaman konsumen selama memakai produk tertentu

3. Evaluasi Alternatif

Ketika konsumen sudah memperoleh informasi dan mengetahui informasi tersebut, maka konsumen akan mengevaluasi dan memilih berbagai macam pilihan yang akan ia tentukan.

4. Keputusan Pembelian

Setelah konsumen mendapatkan pilihan yang sudah ia tentukan dan sudah ia tetapkan., maka akan terjadi sebuah pembelian yang merupakan hasil dari pencarian informasi dan eveluasi alternatif yang sudah dilakukan oleh konsumen

5. Evaluasi Pasca Pembelian

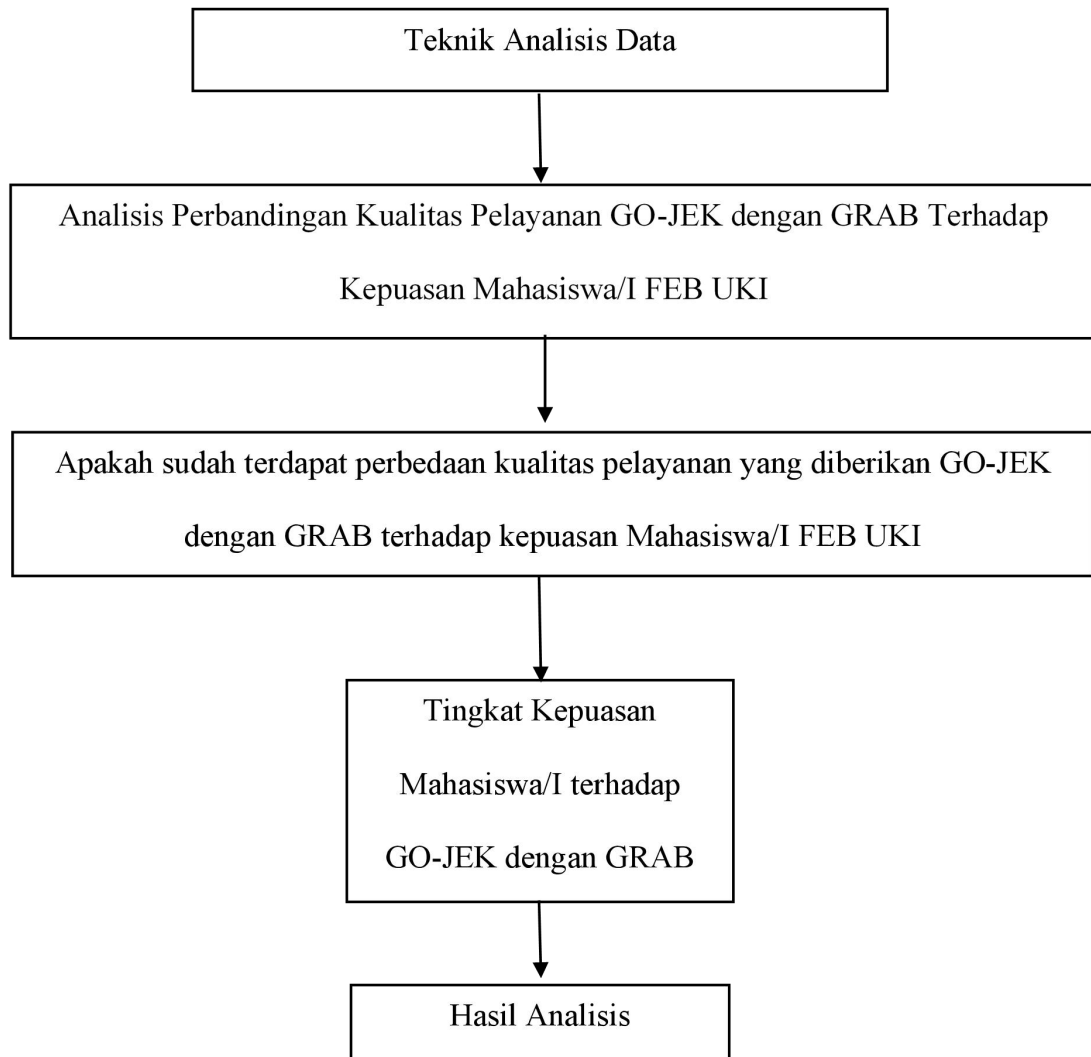
Ketika konsumen sudah menggunakan produk yang ia pilih dan ia merasa tidak puas atas kinerja dari produk itu, maka konsumen tersebut tidak akan mau membeli produk itu lagi di kemudian hari. Namun jika konsumen menyukai kinerja atas produk yang ia pilih, maka konsumen akan membeli produk tersebut berulang – ulang kali bahkan secara terus - menerus

L. Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan menjadi sangat penting di era saat ini, dimana kedua aplikasi transportasi online tersebut ingin membuat konsumen senang serta puas ketika menggunakan aplikasi mereka. GO-JEK dan GRAB bersaing agar menjadi aplikasi transportasi online terbaik di mata konsumen.

Untuk menjadi yang terbaik di mata konsumen, GO-JEK dan GRAB harus memperhatikan beberapa faktor. Faktor tersebut diantaranya ialah: reliability (keandalan), responsiveness (cepat tanggap), tangible (berwujud), assurance (kepastian), dan empathy (empati).

GAMBAR II – 1
KERANGKA PEMIKIRAN KONSEPTUAL



III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif karena meliputi data, analisis, dan interpretasi dari data yang diperoleh.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Responden pada penelitian kali ini ialah Mahasiswa/i FEB UKI aktif semester gasal 2020/2021 yang menggunakan layanan Go-jek dan Grab. Waktu Dalam penelitian ini ialah kurang lebih 5 bulan, yaitu dibulan Maret 2021 – Juli 2021.

C. Definisi Operasional

1. Reliability, indikatornya ialah:
 - a. Driver menjemput tepat waktu
 - b. Driver mengendarai motor dengan baik
 - c. Driver mengetahui jalan – jalan yang dituju

2. Responsiveness, indikatornya ialah:
 - a. Driver mengklarifikasi lokasi penjemputan dan tujuan konsumen sesuai dengan aplikasi

3. Tangible, indikatornya ialah:
 - a. Identitas driver sesuai dengan yang ada di aplikasi
 - b. Kendaraan dan plat nomor sesuai dengan yang ada di aplikasi
 - c. Driver memberikan helm dan masker kepada konsumen

4. Assurance, indikatornya ialah:
 - a. Jaket dan helm yang digunakan driver bersih dan tidak bau
 - b. Driver mengendarai dengan nyaman dan memberi rasa aman kepada konsumen
 - c. Driver menerima pembayaran sesuai dengan aplikasi

5. Empathy, indikatornya ialah:
 - a. Driver ramah dan sopan kepada konsumen dan menerima setiap kritik/saran

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yang peneliti gunakan ialah Mahasiswa/i FEB UKI yang menggunakan layanan GO-JEK dan GRAB di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia. Berdasarkan jumlah angkatan dari FEB UKI dari angkatan 2017-2020 berjumlah kurang lebih 500 orang

2. Sampel

Adapun caranya untuk mendapatkan sampel penelitian ialah dengan menggunakan pendekatan rumus Isaac Michael (Sofyan 2013:34), maka di dapatkan sampel sebesar 96,4 yang di bulatkan menjadi 100 sampel

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek Penelitian adalah mahasiswa/i yang pernah menggunakan Transportasi online Go-Jek dan Grab pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia
- b. Objek Penelitian kali ini ialah variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

2. Jenis Data

- a. Data Primer dalam penelitian ini ialah menyebarkan kuesioner kepada 100 responden
- b. Data Sekunder dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data tersebut melalui studi kepustakaan serta dari data pihak Go-jek dan Grab melalui internet.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara ialah pengambilan data secara langsung kepada narasumber melalui pertanyaan
2. Kuesioner ialah pengumpulan data informasi untuk menganalisis sikap, keyakinan, karakteristik responden.

G. Teknik Analisis Data

a. Skala Likert

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai penelitian ini.

b. Importance Performance Analysis

Analisis tingkat kinerja & kepentingan kepuasan mahasiswa dimana terdapat Tingkat kesesuaian dan Diagram kartesius.

H. Uji Validitas

Dalam hal ini, uji validitas berhubungan dengan pertanyaan – pertanyaan yang ada di kuesioner untuk mengetahui sebuah kuesioner valid atau tidak,

I. Uji Reliabilitas

Dalam hal ini, uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keakuratan data yang telah dipakai, peneliti mencari koefisien realibilitas dengan menggunakan table anova.

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk mengukur ketepatan dan keakuratan sebuah data dengan ketentuan yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dinyatakan butir pernyataan valid.

UJI VALIDITAS

GOJEK TINGKAT KINERJA

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria	Validitas
1	0,488	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,649	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,623	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,638	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,725	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,613	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,689	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,689	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,778	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,613	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	0,697	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Berdasarkan penjelasan tabel diatas, menyatakan bahwa 11 pernyataan pada kuesioner GOJEK Kinerja dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar r_{tabel}

GOJEK TINGKAT KEPENTINGAN

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria	Validitas
1	0,772	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,812	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,675	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,741	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,787	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,783	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,743	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,756	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,797	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,752	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	0,765	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Berdasarkan penjelasan tabel diatas, menyatakan bahwa 11 pernyataan pada kuesioner GOJEK Kepentingan dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar r_{tabel}

GRAB TINGKAT KINERJA

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria	Validitas
1	0,691	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,688	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,661	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,758	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,686	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,657	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,735	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,695	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,777	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,714	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	0,760	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Berdasarkan penjelasan tabel diatas, menyatakan bahwa 11 pernyataan pada Kuesioner GRAB kinerja dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar r_{tabel}

GRAB TINGKAT KEPENTINGAN

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria	Validitas
1	0,687	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,788	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

3	0,744	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,727	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,759	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,674	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,719	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,695	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,784	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,713	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	0,711	0.1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Berdasarkan penjelasan tabel diatas, menyatakan bahwa 11 pernyataan pada Kuesioner GRAB kepentingan dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar r_{tabel}

B. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah cara untuk mengukur instrument dalam penelitian ini jika lebih besar dari r_{tabel} maka dinyatakan reliable.

RELIABILITAS GOJEK

Variable	Pernyataan	Alpha Cronbach	Keterangan
Kinerja	11	0,865	Reliable
Kepentingan	11	0,926	Reliable

RELIABILITAS GRAB

Variable	Pernyataan	Alpha Cronbach	Keterangan
Kinerja	11	0,899	Reliable
Kepentingan	11	0,910	Reliable

C. Pengolahan Data

a. Tabel ANOVA

ANOVA GO-JEK KINERJA

Sumber Data	SS	DF	MS
SSB	0	11 - 1 = 10	0
SSK	15813	5 - 1 = 4	3953,25

SSE	2875	40	71,87
Total	18688	54	4025,12

Sumber: diolah penulis

$$\Gamma_n = \frac{\mu SS_k - \mu Error}{\mu SS_k} = \frac{3953,25 - 71,87}{3953,25} = 0,981 \text{ (Akurat)}$$

Dari hasil penghitungan tersebut dapat dikatakan bahwa data hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti kepada responden dinyatakan akurat.

ANOVA GO-JEK KEPENTINGAN

Sumber data	SS	DF	μS
SSB	0	11 - 1 = 10	0
SSK	18171	5 - 1 = 4	4542,75
SSE	1003	40	25,07
Total	19174	54	4567,82

$$\Gamma_n = \frac{\mu SS_k - \mu Error}{\mu SS_k} = \frac{4542,75 - 25,07}{4542,75} = 0,994 \text{ (Akurat)}$$

Dari hasil penghitungan tersebut dapat dikatakan bahwa data hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti kepada responden dinyatakan akurat.

ANOVA GRAB KINERJA

Sumber data	SS	DF	μS
SS _B	0	11 - 1 = 10	0
SS _K	19407	5 - 1 = 4	4851,75
SS _E	1025	40	26,62
Total	20432	54	4878,37

Sumber: diolah penulis

$$\Gamma_n = \frac{\mu SS_k - \mu Error}{\mu SS_k} = \frac{4851,75 - 26,62}{4851,75} = 0,994 \text{ (Akurat)}$$

Dari hasil penghitungan tersebut dapat dikatakan bahwa data hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti kepada responden dinyatakan akurat

ANOVA GRAB KEPENTINGAN

Sumber Data	SS	DF	μS
SSB	0	11 - 1 = 10	0
SSK	17756	5 - 1 = 4	4439
SSE	4934	40	123,35
Total	22690	54	4562,35

Sumber: diolah penulis

$$\Gamma_n = \frac{\mu SS_k - \mu Error}{\mu SS_k} = \frac{4439 - 123,35}{4439} = 0,972 \text{ (Akurat)}$$

Dari hasil penghitungan tersebut dapat dikatakan bahwa data hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti kepada responden dinyatakan akurat

b. Nilai Atribut

NILAI ATRIBUT GO-JEK KINERJA

NO	PERNYATAAN	SP	P	CP	TP	STP	RATA – RATA TERTIMBANG
1	Driver menjemput tepat waktu	24	60	14	2	0	4,06
2	Driver mengendarai motor dengan baik	35	58	7	0	0	4,28
3	Driver mengetahui jalan-jalan yang dituju	22	43	35	0	0	3,87
4	Driver mengklarifikasi lokasi penjemputan dan tujuan konsumen sesuai dengan aplikasi	43	40	16	1	0	4,25
5	Identitas driver sesuai dengan yang ada di aplikasi	34	45	18	1	2	4,08
6	Kendaraan dan plat nomor sesuai dengan yang ada di aplikasi	32	44	23	0	1	4,06

7	Driver memberikan helm dan masker kepada konsumen	24	32	32	8	4	3,64
8	Jaket dan helm yang digunakan driver bersih dan tidak bau	18	35	39	7	1	3,62
9	Driver mengendarai dengan nyaman dan memberi rasa aman kepada konsumen	32	44	22	2	0	4,06
10	Driver menerima pembayaran sesuai dengan aplikasi	48	43	8	1	0	4,38
11	Driver ramah dan sopan kepada konsumen dan menerima kritik/saran	41	46	11	1	1	4,25

NILAI ATRIBUT GO-JEK KEPENTINGAN

NO	PERNYATAAN	SP	P	CP	TP	STP	RATA – RATA TERTIMBANG
1	Driver menjemput tepat waktu	36	48	13	3	0	4,17
2	Driver mengendarai motor dengan baik	42	47	10	1	0	4,30
3	Driver mengetahui jalan-jalan yang dituju	39	42	18	1	0	4,19
4	Driver mengklarifikasi lokasi penjemputan dan tujuan konsumen sesuai dengan aplikasi	50	41	6	3	0	4,38
5	Identitas driver sesuai dengan yang ada di aplikasi	47	37	16	0	0	4,31
6	Kendaraan dan plat nomor sesuai dengan yang ada di aplikasi	39	41	19	1	0	4,18
7	Driver memberikan helm dan masker kepada konsumen	32	39	22	6	1	3,95
8	Jaket dan helm yang digunakan driver bersih dan tidak bau	30	37	28	5	0	4,02
9	Driver mengendarai dengan nyaman dan memberi rasa aman kepada konsumen	46	44	10	0	0	4,36
10	Driver menerima pembayaran sesuai dengan aplikasi	45	43	12	0	0	4,33
11	Driver ramah dan sopan kepada konsumen dan menerima kritik/saran	46	37	17	0	0	4,29

NILAI ATRIBUT GRAB KINERJA

NO	PERNYATAAN	SP	P	CP	TP	STP	RATA-RATA
----	------------	----	---	----	----	-----	-----------

							TERTIMBANG
1	Driver menjemput tepat waktu	32	52	15	1	0	4,15
2	Driver mengendarai motor dengan baik	40	47	13	0	0	4,27
3	Driver mengetahui jalan-jalan yang dituju	33	53	14	0	0	4,19
4	Driver mengklarifikasi lokasi penjemputan dan tujuan konsumen sesuai dengan aplikasi	36	48	13	1	2	4,15
5	Identitas driver sesuai dengan yang ada di aplikasi	33	54	11	2	0	4,18
6	Kendaraan dan plat nomor sesuai dengan yang ada di aplikasi	33	49	15	3	0	4,12
7	Driver memberikan helm dan masker kepada konsumen	22	42	31	2	3	3,78
8	Jaket dan helm yang digunakan driver bersih dan tidak bau	24	41	27	7	1	3,80
9	Driver mengendarai dengan nyaman dan memberi rasa aman kepada konsumen	35	53	12	0	0	4,23
10	Driver menerima pembayaran sesuai dengan aplikasi	34	54	10	2	0	4,20

NILAI ATRIBUT GRAB KEPENTINGAN

NO	PERNYATAAN	SP	P	CP	TP	STP	RATA – RATA TERTIMBANG
1	Driver menjemput tepat waktu	46	41	12	1	0	4,32
2	Driver mengendarai motor dengan baik	50	42	8	0	0	4,42
3	Driver mengetahui jalan-jalan yang dituju	40	46	14	0	0	4,26
4	Driver mengklarifikasi lokasi penjemputan dan tujuan konsumen sesuai dengan aplikasi	49	44	7	0	0	4,42
5	Identitas driver sesuai dengan yang ada di aplikasi	50	40	7	3	0	4,37
6	Kendaraan dan plat nomor sesuai dengan yang ada di aplikasi	49	40	11	0	0	4,38
7	Driver memberikan helm dan masker kepada konsumen	40	35	20	4	1	4,09
8	Jaket dan helm yang digunakan driver bersih dan tidak bau	31	44	24	1	0	4,05
9	Driver mengendarai dengan nyaman dan memberi rasa aman kepada konsumen	45	46	9	0	0	4,36
10	Driver menerima pembayaran sesuai dengan	53	42	5	0	0	4,48

	aplikasi						
11	Driver ramah dan sopan kepada konsumen dan menerima kritik/saran	52	39	9	0	0	4,43

D. Analisis Data

a. Tingkat Kesesuaian

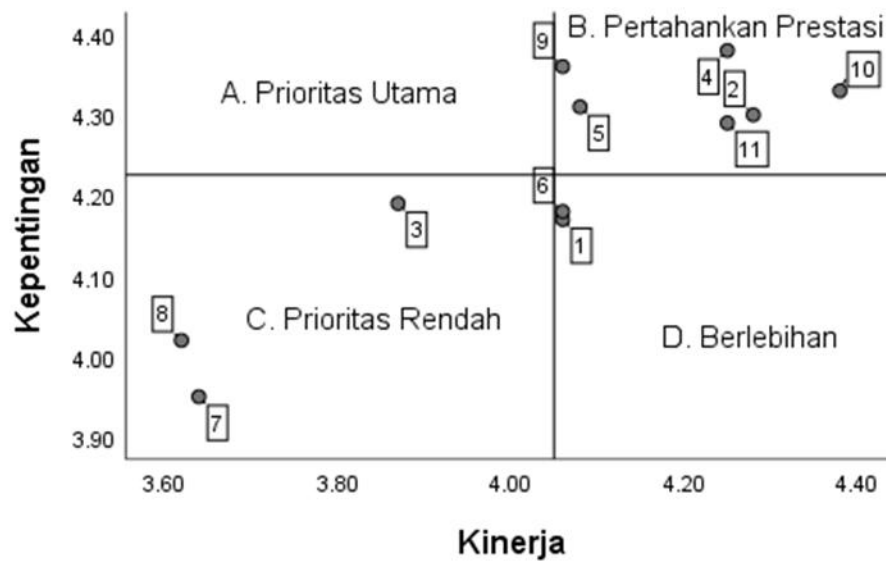
TINGKAT KESESUAIAN PRESENTASE GOJEK DENGAN GRAB

NO	PERNYATAAN	GO-JEK	GRAB
1	Driver menjemput tepat waktu	97,36%	96,06%
2	Driver mengendarai motor dengan baik	99,53%	96,60%
3	Driver mengetahui jalan-jalan yang dituju	92,36%	98,35%
4	Driver mengklarifikasi lokasi penjemputan dan tujuan konsumen sesuai dengan aplikasi	97,03%	93,89%
5	Identitas driver sesuai dengan yang ada di aplikasi	94,66%	95,65%
6	Kendaraan dan plat nomor sesuai dengan yang ada di aplikasi	97,12%	94,06%
7	Driver memberikan helm dan masker kepada konsumen	92,12%	92,42%
8	Jaket dan helm yang digunakan driver bersih dan tidak bau	90,04%	93,82%
9	Driver mengendarai dengan nyaman dan memberi rasa aman kepada konsumen	93,11%	97,01%
10	Driver menerima pembayaran sesuai dengan aplikasi	98,85%	93,75%
11	Driver ramah dan sopan kepada konsumen dan menerima kritik/saran	99,06%	96,38%

Berdasarkan presentase tersebut Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia menilai bahwa dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh Transportasi Online GO-JEK sedikit lebih unggul karena mendapatkan presentase lebih besar di 6 pernyataan sedangkan Transportasi Online GRAB mengikuti dibawahnya karena mendapatkan presentase lebih besar di 5 pernyataan.

b. Diagram Kartesius

DIAGRAM KARTESIUS GO-JEK



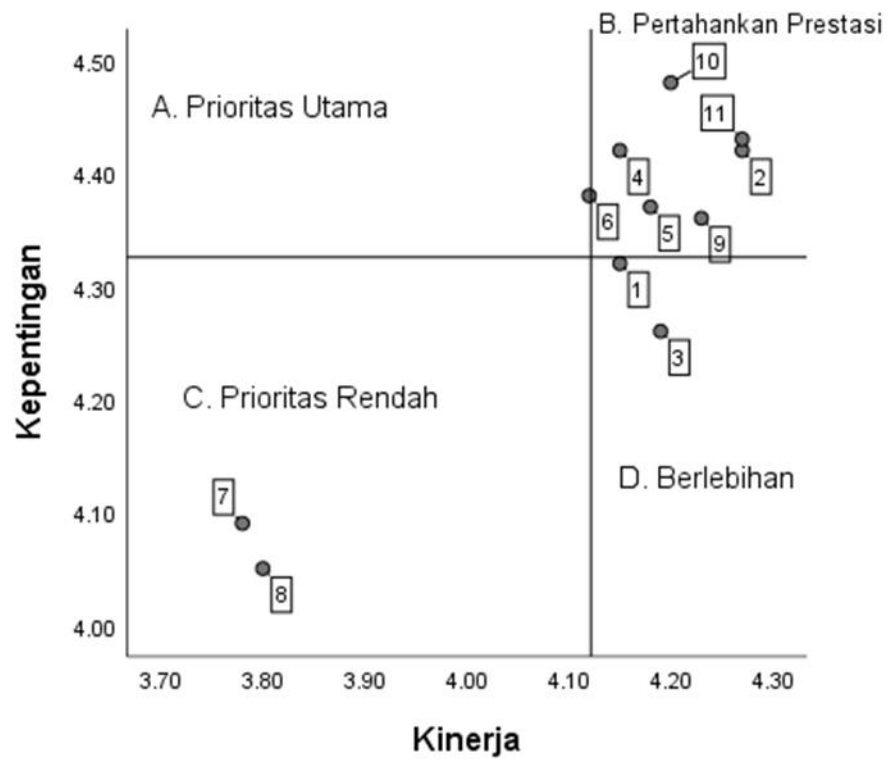
Kuadran A: (-)

Kuadran B: (2, 4, 5, 9, 10, & 11)

Kuadran C: (3, 7, & 8)

Kuadran D: (1 & 6)

DIAGRAM KARTESIUS GRAB



Kuadran A: (6)

Kuadran B: (2, 4, 5, 9, 10, & 11)

Kuadran C: (7, & 8)

Kuadran D: (1 & 3)

E. Pembahasan

Berdasarkan presentase tingkat kesesuaian Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia menilai bahwa dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh Transportasi Online GO-JEK sedikit lebih unggul karena mendapatkan presentase lebih besar di 6 pernyataan sedangkan Transportasi Online GRAB mengikuti dibawahnya karena mendapatkan presentase lebih besar di 5 pernyataan.

Berdasarkan diagram kartesius untuk mengetahui dan membandingkan kepuasan dari konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh GO-JEK dan GRAB dapat dilihat dalam penjelasan berikut ini:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

GO-JEK: Dalam kuadran ini mahasiswa/I fakultas ekonomi dan bisnis universitas kristen indonesia menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh GO-JEK sudah memuaskan dan tidak ada yang perlu diprioritaskan dari atribut tersebut

GRAB: Pada kuadran ini mahasiswa/I fakultas ekonomi dan bisnis universitas kristen indonesia menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh GRAB sudah memuaskan akan tetapi berdasarkan atribut pernyataan tersebut pelayanan yang diberikan oleh GRAB ada yang perlu diprioritaskan untuk menambah kepuasan mahasiswa/I fakultas ekonomi dan bisnis universitas kristen indonesia. Atribut pernyataan tersebut ialah Kendaraan dan plat nomor sesuai dengan yang ada di aplikasi (pernyataan 6)

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Dalam kuadran ini mahasiswa/I fakultas ekonomi dan bisnis universitas kristen indonesia menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh GO-JEK dan GRAB sudah memuaskan sehingga atribut pernyataan pelayanan keduanya tersebut harus dipertahankan prestasinya agar mahasiswa/I fakultas ekonomi dan bisnis universitas kristen Indonesia tetap puas dan menikmati layanan tersebut. Atribut pernyataan dari kedua transportasi online tersebut ialah Driver mengendarai motor dengan baik (Pernyataan 2), Driver mengklarifikasi lokasi penjemputan dan tujuan konsumen sesuai dengan aplikasi (Pernyataan 4), Identitas driver sesuai dengan yang ada di aplikasi (Pernyataan 5), Driver mengendarai dengan nyaman dan memberi rasa aman kepada

konsumen (Pernyataan 9), Driver menerima pembayaran sesuai dengan aplikasi (Pernyataan 10), Driver ramah dan sopan kepada konsumen dan menerima kritik/saran (Pernyataan 11)

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

GO-JEK: Dalam kuadran ini mahasiswa/I fakultas ekonomi dan bisnis universitas kristen indonesia menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh GO-JEK cukup puas. Atribut pernyataan dalam pelayanan GO-JEK ialah Driver mengetahui jalan-jalan yang dituju (Pernyataan 3), Jaket dan helm yang digunakan driver bersih dan tidak bau (Pernyataan 8), Driver memberikan helm dan masker kepada konsumen (Pernyataan 7).

GRAB: Pada kuadran ini mahasiswa/I fakultas ekonomi dan bisnis universitas kristen indonesia menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh GRAB cukup puas. Atribut pernyataan dalam pelayanan GRAB ialah Driver memberikan helm dan masker kepada konsumen (Pernyataan 7), Jaket dan helm yang digunakan driver bersih dan tidak bau (Pernyataan 8).

4. Kuadran D (Berlebihan)

GO-JEK: Pada kuadran ini mahasiswa/I fakultas ekonomi dan bisnis universitas kristen indonesia menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh GO-JEK berlebihan. Atribut pernyataan dalam pelayanan GO-JEK ialah Driver menjemput tepat waktu (Pernyataan 1), Kendaraan dan plat nomor sesuai dengan yang ada di aplikasi (Pernyataan 6).

GRAB: Pada kuadran ini mahasiswa/I fakultas ekonomi dan bisnis universitas kristen indonesia menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh GRAB berlebihan. Atribut pernyataan dalam pelayanan GRAB ialah Driver menjemput tepat waktu (Pernyataan 1), Driver mengetahui jalan-jalan yang dituju (Pernyataan 3).

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada penjelasan di atas, sehingga kesimpulan ini ialah:

1. Mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia sudah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh transportasi online GO-JEK dan GRAB, berdasarkan titik koordinat diagram kartesius GO-

JEK mendapatkan nilai rata-rata tertimbang pada kinerja yaitu 4,05 pada tingkat kepuasan 4 dan mendapatkan nilai rata-rata tertimbang pada kepentingan yaitu 4,22 pada tingkat kepuasan 4. Sedangkan berdasarkan titik koordinat diagram kartesius GRAB mendapatkan nilai rata – rata tertimbang pada penilaian kinerja yaitu 4,12 pada tingkat kepuasan 4 dan mendapatkan nilai rata – rata tertimbang pada kepentingan yaitu 4,32. Jadi pada penilaian skala likert GO-JEK dan GRAB mendapatkan penilaian 4 yang merupakan puas.

2. Hal ini menunjukkan bahwa dalam perbandingan Kualitas Pelayanan Mahasiswa/i FEB UKI lebih menyukai GO-JEK
3. Hal ini menunjukkan bahwa dalam perbandingan Kepuasan Mahasiswa/i FEB UKI berdasarkan diagram kartesius ialah pada Kuadran A (Prioritas Utama), Kuadran C (Prioritas Rendah), dan Kuadran D (Berlebihan)

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran untuk GO-JEK dan GRAB yaitu sebagai berikut:

1. GRAB sebaiknya melakukan perbaikan dalam pelayanannya dikarenakan ada yang belum sesuai dengan harapan konsumen yaitu dalam atribut pernyataan Kendaraan dan plat nomor sesuai dengan yang ada di aplikasi (Kuadran I) serta GRAB juga sebaiknya memeriksa dan juga memastikan setiap drivernya menggunakan pernyataan Kendaraan dan plat nomor sesuai dengan yang ada di aplikasi sesuai dengan keinginan dan harapan dari konsumen
2. Untuk atribut pelayanan GRAB yaitu Driver memberikan helm dan masker kepada konsumen, Jaket dan helm yang digunakan driver bersih dan tidak bau (Kuadran 3) dan juga Driver menjemput tepat waktu, Driver mengetahui jalan-jalan yang dituju (Kuadran 4) menjadi pembahasan kepuasan bagi konsumen yang tidak dapat ditiadakan,
3. Untuk atribut pelayanan GO-JEK yaitu Driver mengetahui jalan-jalan yang dituju, Jaket dan helm yang digunakan driver bersih dan tidak bau, Driver memberikan helm dan masker kepada konsumen (Kuadran 3) dan juga Driver menjemput tepat

waktu, Kendaraan dan plat nomor sesuai dengan yang ada di aplikasi (Kuadran 4) menjadi pembahasan kepuasan bagi konsumen yang tidak dapat ditiadakan

DAFTAR PUSTAKA

- Angely, G., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Pada PT. Astra International Tbk.–Daihatsu Malalayang. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 8(2), 51–59.
- Gultom, D. K., Ginting, P., & Sembiring, B. K. F. (2014). Pengaruh bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas muhammadiyah sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 14(01).
- Hutajulu, O. A., & Tobing, F. B. N. L. (2019). THE ANALYSIS OF SATISFACTION OF STUDENTS IN THE CHRISTIAN UNIVERSITY OF INDONESIA TOWARD ACADEMIC INFORMATION SYSTEM (AIS) SERVICE. *Fundamental Management Journal*, 4(1), 82–101.
- Marlius, D. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh.*
- Pratama, G. Y., & Suradi, A. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Diponegoro Law Journal*, 5(3), 1–19.

- Purwanto, F. X. (2018). *PEMASARAN JASA KEPELABUHANAN*. Hang Tuah University Press.
- Ritonga, E., Sembiring, C. F., & Tobing, E. (2015). ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP CELANA JEANS CARDINAL. *Buletin Ekonomi*, 19(3), 60–69.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.