

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan tentang Penilaian Tingkat Kepuasan Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan Goride Menggunakan Metode *Servqual* Di Kota Bandung, dapat ditarik kesimpulan untuk rumusan masalah yang telah dipaparkan sebagai berikut ini :

1. Nilai *gap* untuk kelima dimensi yaitu sebesar 0,21 yang menunjukkan bahwa nilai Ekspektasi < nilai Persepsi. Nilai *gap* ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan positif yang berarti bahwa kualitas pelayanan yang diterima pelanggan melebihi ekspektasi pelanggan. Dengan begitu, kualitas pelayanan pada jasa transportasi ojek *online* GoRide di Kota Bandung telah melebihi ekspektasi pelanggan. Berikut ini merupakan nilai *gap* untuk masing-masing dimensi :
 - 1) Dimensi *tangibles* memperoleh nilai *gap* sebesar 0,23
 - 2) Dimensi *reliability* memperoleh nilai *gap* sebesar 0,08
 - 3) Dimensi *responsibility* memperoleh nilai *gap* sebesar 0,24
 - 4) Dimensi *assurance* memperoleh nilai *gap* sebesar 0,26
 - 5) Dimensi *empathy* memperoleh nilai *gap* sebesar 0,23
2. Pada kuadran pertama (prioritas utama) menunjukkan kualitas pelayanan yang belum sesuai dengan harapan pelanggan dan perlu dilakukan perbaikan, sehingga pelanggan tidak mendapatkan kepuasan. Berdasarkan penelitian yang telah disebar kepada 100 responden, tidak terdapat indikator GoRide yang termasuk pada bagian ini.

Pada kuadran kedua (pertahankan prestasi) menunjukkan pelayanan yang sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Terdapat 9 indikator pada kuadran ini, yaitu :

- i. (P1) Driver Gojek menggunakan atribut Gojek.
- ii. (P4) Pelanggan mudah mengakses aplikasi .
- iii. (P5) Driver Gojek memberikan layanan tepat waktu.
- iv. (P6) Driver Gojek mengantarkan pelanggan hingga tempat tujuan dengan akurat.
- v. (P7) Driver Gojek selalu tersedia.
- vi. (P8) Driver Gojek tanggap.
- vii. (P11) Nama besar Gojek memberikan rasa aman terhadap pelanggan.
- viii. (P14) Driver Gojek tidak ugal-ugalan.
- ix. (P18) Driver Gojek ramah dan sopan.

Pada kuadran ketiga (prioritas rendah) menunjukkan pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan rendah dan tingkat kepuasan rendah. Terdapat 7 indikator pada kuadran ini, yaitu :

- i. (P2) Penampilan driver Gojek rapi.
- ii. (P3) Kendaraan yang digunakan baik.
- iii. (P9) Gojek menangani keluhan pelanggan dengan sigap.
- iv. (P10) Driver sigap dan tanggap ketika mengalami kendala pada kendaraannya.
- v. (P13) Driver mengetahui jalan pintas.
- vi. (P15) Driver jarang membatalkan penjemputan apabila lokasi penjemputan merupakan kawasan zona merah.
- vii. (P17) Driver komunikatif.

Pada kuadran keempat (berlebihan) menunjukkan pelayanan yang dianggap kepentingannya rendah tetapi tingkat kepuasannya tinggi. Terdapat 2 indikator pada kuadran ini, yaitu : (P12) driver Gojek mengetahui lokasi tujuan dengan baik dan (P16) driver Gojek memperhatikan kebutuhan pelanggan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran berikut ini :

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, lima dimensi dari kualitas pelayanan GoRide di Kota Bandung sudah termasuk pada kategori tinggi. Tetapi *gap* terendah yaitu 0,08 pada dimensi keandalan (*reliability*). Apabila dilihat dari tingkat kepuasan, dimensi keandalan ini sudah berada pada kategori kepuasan positif. Sedangkan bagi pelanggan dimensi *reliability* merupakan dimensi yang paling penting dibandingkan dimensi lainnya. Dapat dilihat dari penilaian seberapa penting kualitas pelayanan bagi pelanggan.

Sebagai masukan untuk lebih meningkatkan pelayanan, Gojek perlu meningkatkan pelayanan atas kecepatan. Pelayanan kecepatan ini merupakan indikator yang memiliki nilai *gap* tertinggi pada dimensi keandalan. Maka dari itu, untuk meningkatkan nilai kepuasan pelanggan pada dimensi keandalan, perlu ditingkatkan pelayanan atas kecepatan. Kecepatan ini merupakan salah satu pilar dari Gojek dan pilar ini merupakan janji Gojek yang harus ditepati. Meningkatkan pelayanan atas kecepatan bertujuan untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain itu, keandalan juga berkaitan dengan pelayanan yang akurat. Masukan selanjutnya, Gojek perlu memperbarahi dan meningkatkan GPS agar lokasi yang tertera pada aplikasi lebih *detail*. Sehingga pelanggan dapat menentukan lokasi penjemputan atau pengantaran lebih akurat, sesuai dengan tujuan yang diinginkan, dan tidak memilih lokasi lain yang menjadi patokan. Dengan begitu, jangkauan menjadi Gojek lebih luas dan lokasi penjemputan maupun pengantaran pelanggan lebih jelas.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk peneliti selanjutnya menggunakan metode lain, seperti metode *six sigma* untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan. Hal ini bertujuan agar memperoleh hasil yang lebih variatif, menambah wawasan peneliti selanjutnya, dan dapat bermanfaat bagi objek perusahaan yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Amajida, F. D. (2016, Juni 1). *Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan . Studi tentang Ojek Online "Go-jek" di Jakarta*, p. 118.
- Andriani, D. (2019, Agustus 29). *Jumlah pengguna aktif gojek di Indonesia setara dengan aplikasi ride sharing terbesar di dunia*. Retrieved Maret 18, 2020, from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190829/98/1141953/jumlah-pengguna-aktif-gojek-di-indonesia-setara-dengan-aplikasi-ride-sharing-terbesar-dunia> Ekonomi:
- Andriansyah., M. (2015). *Manajemen Transportasi Dalam Kajian dan Teori*. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Appkey, P. (2020). Retrieved Mei 10, 2020, from <https://markey.id/blog/bisnis/ojek-online>
- Aziah, A., & Adawia, P. R. (2018). Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Journal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 150.
- Christina, Y. (2010). Perbandingan Harapan dan Kenyataan terhadap Kualitas Pelayanan untuk Menggambarkan Kepuasan Pelanggan dengan Resep Obat di Apotek Kimia Farma Area Manajer Bisnis Yogyakarta Periode Desember 2009-Januari 2010. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Farmasi Universitas Sanata Dharma.
- DH, A. (2019, September 8). *GoGames Gojek Resmi Diluncurkan Hari Ini, Tawarkan Kemudahan Top Up*. Retrieved Mei 1, 2020, from [tirto.id: https://tirto.id/gogames-gojek-resmi-diluncurkan-hari-ini-tawarkan-kemudahan-top-up-ehHa](https://tirto.id/gogames-gojek-resmi-diluncurkan-hari-ini-tawarkan-kemudahan-top-up-ehHa)

- Djunaidi, M., Setiawan, E., & Hariyanto, T. (2006, April). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Fuzzy Service Quality dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 4, 139-146.
- Fauzi, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
- Gojek. (2020). Retrieved Maret 2, 2020, from Gojek: <https://www.gojek.com/about/>
- Hamdani, L. A. (2019, Juli 23). *Gojek rebranding, dan kalahkan Grab soal pengguna aktif bulanan*. Retrieved April 29, 2020, from tek.id: <https://www.tek.id/tek/gojek-rebranding-dan-kalahkan-grab-soal-pengguna-aktif-bulanan-b1Xj29eZz>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management* (12th ed.). Pearson.
- Indonesia, P. G. (2020, Januari 20). *Awali 2020, Gojek Tetap Terdepan Dalam Hadirkan Solusi Hidup Lebih Mudah*. Retrieved Maret 3, 2020, from Kontan: <https://pressrelease.kontan.co.id/release/awali-2020-gojek-tetap-terdepan-dalam-hadirkan-solusi-hidup-lebih-mudah>
- Indriaty, L. (2016). Pelayanan Jasa Atas Dimensi Empat Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, 27-28.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2001). *Pemasaran* (Buku 1 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Paramita, M. S., Dania, W. A., & Iksari, D. M. (n.d.). Penilaian Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Servqual* (Service Quality) dan Six Sigma (Studi Kasus Pada "Restoran Dahlia" Pasuruan). *Jurnal Industria*, 4, 102-115.

- Pratomo, Y. (2019, Oktober 27). *Alasan GoJek Tunjuk Dua CEO Pengganti Nadiem Makarim*. Retrieved April 29, 2020, from Kompas.com: <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2019/10/27/a-lasan-gojek-tunjuk-dua-ceo-pengganti-nadiem-makarim>
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ryza, P. (2019, April 5). *GoNews Jadi Produk Pertama Kolaborasi Gojek dengan Pihak Ketiga*. Retrieved Mei 1, 2020, from DailySocial.id: <https://dailysocial.id/post/go-news-gojek-kumparan>
- Ryza, P. (2019, April 22). *Setelah Go-News, Gojek Kenalkan Go-Mall dan Go-Komik*. Retrieved Mei 1, 2020, from DailySocial.id: <https://dailysocial.id/post/gojek-go-mall-go-komik>
- Schnider, B., & White, S. S. (2004). *Service Quality*. California: Sage Publications, Inc.
- Siyoto, D. S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Waseso, R. (2019, Mei 8). *Luncurkan GoGive, Gojek Mudahkan Masyarakat Berbagi Kebaikan*. Retrieved Mei 1, 2020, from Kontan: [https://industri.kontan.co.id/news/luncurkan-go-give-gojek-mudahan-masyarakat-berbagi-kebaikan](https://industri.kontan.co.id/news/luncurkan-go-give-gojek-mudahkan-masyarakat-berbagi-kebaikan)
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services Marketing* (4th ed.). McGraw-Hill International Edition.

Zulhairil, A. (2019, Desember 26). *Selain Gojek dan Grab, Ini Lima Aplikasi Ojol yang Bisa Kalian Gunakan*. Retrieved Maret 2, 2020, from IDN Times Jabar: <https://jabar.idntimes.com/news/jabar/azzis-zilhairil/selain-gojek-dan-grab-ini-lima-aplikasi-ojol-yang-bisa-kalian-gunakan/full>