



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO. 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Penilaian Kepuasan Pelanggan Mengenai Kualitas
Pelayanan GoRide Menggunakan Metode *Servqual* di
Kalangan Mahasiswa dan Pekerja di Kota Bandung**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Wenny Febrianty

2016320069

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO. 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Penilaian Kepuasan Pelanggan Mengenai Kualitas
Pelayanan GoRide Menggunakan Metode *Servqual* di
Kalangan Mahasiswa dan Pekerja di Kota Bandung**

Skripsi

Oleh

Wenny Febrianty

2016320069

Pembimbing

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



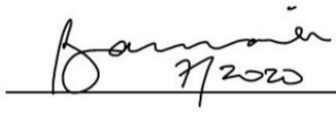
Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Wenny Febrianty
Nomor Pokok : 2016320069
Judul : Penilaian Kepuasan Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan GoRide Menggunakan Metode *Servqual* di Kalangan Mahasiswa dan Pekerja di Kota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 13 Juli 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. :  17/2020

Sekretaris

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB.. :  17 Juli 2020

Anggota

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. :  18 Juli 2020

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Wenny Febrianty

NPM : 2016320069

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Penilaian Kepuasan Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan GoRide Menggunakan Metode *Servqual* di Kalangan Mahasiswa dan Pekerja di Kota Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung,



Wenny Febrianty

ABSTRAK

Nama : Wenny Febrianty
NPM : 2016320069
Judul : Penilaian Kepuasan Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan GoRide Menggunakan Metode *Servqual* di Kalangan Mahasiswa dan Pekerja di Kota Bandung

Salah satu kunci keberhasilan perusahaan adalah memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam menciptakan kepuasan, perusahaan perlu memperhatikan kualitas pelayanan. GoRide merupakan jasa pelayanan di bidang transportasi ojek *online* dari PT Gojek yang memperhatikan pelayanannya. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk membahas penilaian kepuasan pelanggan mengenai kualitas pelayanan GoRide menggunakan metode *servqual* di kalangan mahasiswa dan pekerja di Kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati menggunakan metode *servqual*.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara pada proses pra riset dan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis *gap* dan diagram kartesius.

Hasil analisis *gap* secara keseluruhan yaitu 0,21 yang termasuk dalam kategori *gap* positif dan menyatakan bahwa pelanggan puas atas kualitas pelayanan yang diberikan. Pada diagram kartesius menunjukkan bahwa tidak ada indikator yang berada pada prioritas utama dan 9 dari 18 indikator kualitas pelayanan sudah memberikan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : kepuasan kosumen, kualitas pelayanan, dan *servqual*.

ABSTRACT

Name : Wenny Febrianty
NPM : 2016320069
Title : *Assessment of Customer Satisfaction Regarding Service Quality of GoRide Using the Servqual Method Among Students and Workers in Bandung City*

One of the keys a company's success is providing satisfaction to consumers. In creating satisfaction, companies need to pay attention to service quality. GoRide is an online transportation service from PT Gojek that pays attention to its services. Therefore, researchers are interested in discussing about assessment of customer satisfaction regarding service quality of goride using the servqual method among students and workers in bandung city. The purpose of this study is to determine the level of customer satisfaction based on five dimensions of service quality, that are tangibles, reliability, responsibility, assurance, and empathy using the servqual method.

The type of research used is descriptive quantitative. Data collection was carried out by interviewing in the pre-research process and distributing questionnaires to 100 respondents. While the data analysis used is descriptive analysis, gap analysis and Cartesian diagrams.

The overall gap analysis result is 0.21 which is included in the positive gap category and states that consumers are satisfied with the quality of services provided. The Cartesian diagram shows that there are no indicators that are of the highest priority and 9 out of 18 indicators of service quality have provided customer satisfaction.

Keywords: *customer satisfaction, service quality, and servqual*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik, lancar, dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini merupakan persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan. Judul dari skripsi ini adalah “Penilaian Kepuasan Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan GoRide Menggunakan Metode *Servqual* di Kalangan Mahasiswa dan Pekerja di Kota Bandung”.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah dibantu oleh banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya dan berkat izin-Nya, penulis diberikan kelancaran dalam perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Kedua orang tua, kakak, dan kedua adik penulis yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi.
3. Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB. selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan arahan, saran, motivasi, dan memberikan ilmu dengan tulus kepada penulis selama proses penulisan skripsi.
4. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
6. Seluruh dosen FISIP yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama perkuliahan.

7. *Support system* penulis selama kuliah di Unpar yang selalu mendengarkan keluhan dan berbagi cerita yaitu Putri Nurdhita, Meivianda, Shae, Putri Gustiawati, Wanda, Vani, Mia, Nabila Mutiara, Mutiara Novitasari, Noviana, Nursyifa, Valentina, dan masih banyak lagi. Terimakasih karena telah memberikan cerita, pengalaman, memori, dan telah membantu penulis dalam menyusun skripsi.
8. Ghina, Zkira, Devira, Witri, Toni, Putri Dwiyanti, dan Aldo sebagai sahabat yang telah banyak membantu penulis dan memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi.
9. Pihak lain yang telah membantu penulis dan tidak bisa disebutkan satu per satu, terimakasih atas doa dan bantuannya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran agar skripsi ini dapat lebih baik lagi.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan pembaca dalam menambah wawasan mengenai penilaian kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan.

Bandung, 2020

Wenny Febrianty

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Kualitas Pelayanan	11
2.1.3 Kepuasan pelanggan.....	23
2.2 Kajian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Teori.....	30
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	31

3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Sumber Data.....	32
3.4 Model Penelitian	32
3.5 Operasional Variabel.....	33
3.6 Populasi dan Sampel	36
3.6.1 Populasi.....	36
3.6.2 Sampel.....	36
3.7 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	37
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.9 Teknik Analisis Data.....	41
3.9.1 Analisis Deskriptif	42
3.9.2 Analisis Gap (Kesenjangan).....	43
3.9.3 Diagram Kartesius (Importance Performance Analysis)	44
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....	47
4.1 Sejarah Perusahaan.....	47
4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	50
4.3 Layanan	51
BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
5.1 Uji Validitas	57
5.2 Uji Reliabilitas	61
5.3 Karakteristik Responden	62
5.3.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	62
5.3.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	63
5.3.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	64
5.3.4 Karakteristik Berdasarkan Penggunaan GoRide Per Bulan	64

5.3.5 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	65
5.4 Analisis Deskriptif	66
5.4.1 Analisis Deskriptif Ekspektasi atau Harapan Pelanggan	66
5.4.2 Analisis Deskriptif Persepsi atau Kepuasan Pelanggan	74
5.4.3 Analisis Deskriptif Seberapa Penting Kualitas Pelayanan Bagi Pelanggan	83
5.5 Gap Antara Ekpektasi dan Kenyataan Kualitas Pelayanan.....	92
5.6 Diagram Kartesius (Importance Performance Analysis)	95
 BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	 101
6.1 Kesimpulan	101
6.2 Saran.....	103
 DAFTAR PUSTAKA	 105
 LAMPIRAN	 109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	1
Tabel 1. 2.....	2
Tabel 1. 3.....	7
Tabel 2. 1.....	19
Tabel 2. 2.....	27
Tabel 3. 1.....	33
Tabel 3. 2.....	43
Tabel 5. 1.....	58
Tabel 5. 2.....	59
Tabel 5. 3.....	60
Tabel 5. 4.....	61
Tabel 5. 5.....	61
Tabel 5. 6.....	61
Tabel 5. 7.....	67
Tabel 5. 8.....	68
Tabel 5. 9.....	70
Tabel 5. 10.....	71
Tabel 5. 11.....	73
Tabel 5. 12.....	75
Tabel 5. 13.....	76
Tabel 5. 14.....	78
Tabel 5. 15.....	80
Tabel 5. 16.....	82
Tabel 5. 17.....	84
Tabel 5. 18.....	85
Tabel 5. 19.....	87

Tabel 5. 20.....	88
Tabel 5. 21.....	90
Tabel 5. 22.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	4
Gambar 2. 1	15
Gambar 2. 2	18
Gambar 2. 3	24
Gambar 3. 1	32
Gambar 3. 2	45
Gambar 4. 1	48
Gambar 4. 2	51
Gambar 4. 3	52
Gambar 4. 4	53
Gambar 4. 5	53
Gambar 4. 6	55
Gambar 4. 7	56
Gambar 5. 1	62
Gambar 5. 2	63
Gambar 5. 3	64
Gambar 5. 4	65
Gambar 5. 5	66
Gambar 5. 6	96
Gambar 5. 7	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Pra-Riset	109
Lampiran 2 Kuesioner Pra-Riset :	114
Lampiran 3 Kuesioner	116
Lampiran 4 Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	122

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sarana transportasi merupakan hal penting bagi manusia yang berfungsi untuk memudahkan pekerjaan manusia menjadi lebih cepat. Menurut Salim (2000) pada buku (Andriansyah., 2015), transportasi merupakan kegiatan pemindahan barang atau muatan serta penumpang dari satu tempat ke tempat lainnya.

Seiring dengan perkembangan zaman serta kemajuan di bidang teknologi, banyak perubahan pada aktivitas manusia yang lebih dimudahkan. Perubahan yang terjadi diantara lain kemudahan mengakses internet, perkembangan ilmu pengetahuan, dan perkembangan di bidang transportasi serta komunikasi. Perkembangan pada bidang teknologi, banyak dimanfaatkan oleh pebisnis untuk melakukan inovasi dengan menciptakan bisnis yang berbasis pada internet. Salah satunya yaitu bisnis di bidang jasa transportasi *online*.

Transportasi *online* ini merupakan perkembangan dari jasa transportasi konvensional yang biasa digunakan oleh masyarakat, seperti angkutan umum, taksi, ojek konvensional, dan bus. Pelaku bisnis yang memiliki ide kreatif dan inovatif menciptakan jasa transportasi yang mudah diakses, aman, harga terjangkau, dan tentunya cepat. Berikut ini merupakan perbandingan transportasi *online* dan transportasi konvensional.

Tabel 1. 1
Perbandingan Transportasi *Online* dan Transportasi Konvensional

Transportasi Online	Transportasi Konvensional
Harga lebih terjangkau dan pasti	Harga tidak pasti dan relatif lebih mahal dibandingkan jasa transportasi

	<i>online</i>
Penggunaan lebih mudah	Kurang aman (seperti banyaknya tindak kriminal)
Lebih aman dan nyaman	Fasilitas kurang memberikan kenyamanan
Metode pembayaran dapat tunai dan non-tunai	Metode pembayaran hanya tunai

Sumber : *Markey by Appkey, Perkembangan Transportasi 2020*

Dari banyaknya jasa transportasi *online* di Indonesia, Gojek menguasai *market share* di Indonesia. Berikut ini tabel *market share* jasa transportasi online 2019.

Tabel 1. 2

Top Brand Index Tahun 2019 Kategori Jasa Transportasi *Online*

Brand	Persentase	
Gojek	44.6%	TOP
Grab	43.1%	TOP

Sumber : *Majalah marketing, Top brand award 2019*

Salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang transportasi online yaitu Gojek yang didirikan oleh Nadiem Makarim. Perjalanan Gojek dimulai pada tahun 2010 dengan pesan ojek melalui *call center* merupakan layanan pertamanya. Gojek memiliki tiga pilar utama yaitu kecepatan, inovasi, dan dampak sosial.

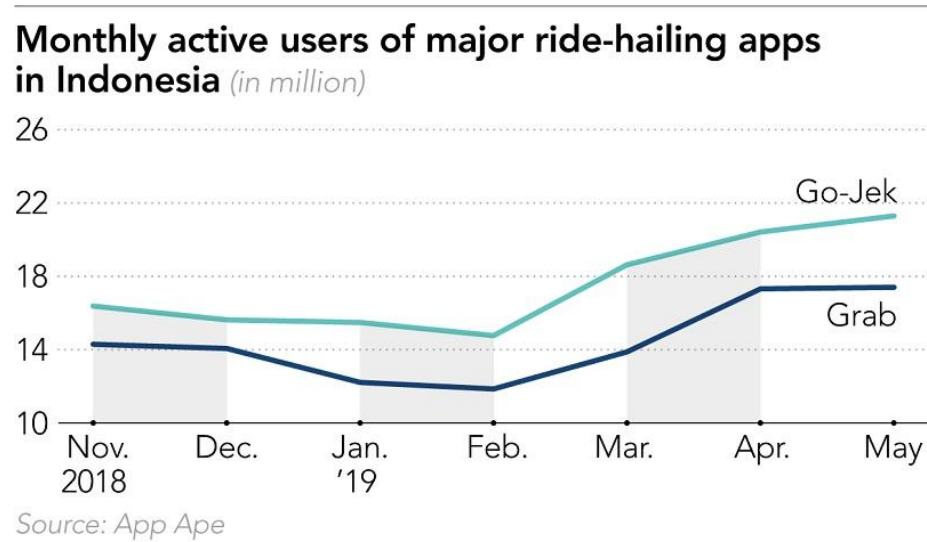
Berdasarkan data pada (Gojek, 2020), Gojek berkembang pesat setelah peluncuran aplikasi dengan tiga layanan, yaitu GoRide, GoSend, dan GoMart pada tahun 2015. Perkembangan Gojek terus berlanjut hingga saat ini. Hal ini dibuktikan dengan layanan yang tersedia pada aplikasi sudah lebih dari 20 layanan. Kategori layanan Gojek terdiri atas layanan belanja pesan antar makanan,

transportasi dan logistik, pembayaran, kebutuhan sehari-hari, dan layanan berita dan hiburan.

Menurut data pada situs web <https://pressrelease.kontan.co.id/release/awali-2020-gojek-tetap-terdepan-dalam-hadirkan-solusi-hidup-lebih-mudah>, menyatakan bahwa hingga saat ini gojek terus melakukan pengembangan pada fiturnya. Dapat dibuktikan pada kesuksesan Gojek yang menjadi aplikasi andalan masyarakat Indonesia. Kesuksesan Gojek terlihat dari pengguna aktif bulanan yang meningkat 1,5 kali lipat dalam setahun terakhir. Data ini diperoleh dari *platform global independen* yang menganalisis penggunaan aplikasi mobile seluruh dunia. Menjadi aplikasi andalan masyarakat Indonesia, Gojek menunjukkan peningkatan jumlah pesanan terselesaikan di tahun 2019 mencapai hampir dua kali lipat dari tahun sebelumnya.

Menurut Lalu Ahmad Hamdani dalam situs web <https://www.tek.id/tek/gojek-rebranding-dan-kalahkan-grab-soal-pengguna-aktif-bulan-b1Xj29eZz>, menyatakan bahwa pesatnya pertumbuhan Gojek, dimulai pada saat peluncuran aplikasi. Mulai bulan Juni 2016 sampai dengan bulan Juni 2019, jumlah transaksi yang diproses oleh *platform* Gojek melesat hingga mencapai 1.100% atau setara dengan 12 kali lipat. Berdasarkan data yang dilansir *Nikkei*, di Indonesia Gojek memiliki jumlah pengguna aktif bulanan lebih tinggi dibandingkan aplikasi lain, seperti Grab. Berdasarkan penelitian, jumlah pengguna aktif bulanan Gojek mencapai angka hampir 22 juta pengguna per bulan. Sedangkan Grab mencapai 18 juta pengguna per bulan.

Gambar 1. 1
Jumlah Pengguna Gojek Dan Grab Per Bulan



Sumber : *technology, innovation, lifestyle. Gojek rebranding 2020*

Berdasarkan data yang dilansir dalam berita harian kontan.id, menurut Co-CEO Gojek Kevin Aluwi, dasar inovasi dan solusi yang diluncurkan oleh Gojek adalah untuk memudahkan aktivitas pelanggan melalui teknologi. Gojek memiliki keyakinan bahwa kunci dari pertumbuhan jangka panjang perusahaan adalah pengalaman pengguna, kepuasan, serta loyalitas pelanggan. Oleh sebab itu, Gojek melakukan pendekatan berbasis produk. Gojek menciptakan produk yang mudah digunakan serta menjadi solusi bagi pelanggan dalam menyelesaikan dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, Gojek berfokus pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang mendapatkan kepuasan akan loyal terhadap perusahaan. Sehingga jika tingkat loyalitas pelanggan tinggi, maka akan meningkatkan jumlah pengguna aktif aplikasi Gojek.

Sebagai salah satu perusahaan ojek *online* berbasis aplikasi terbesar di Indonesia, terdapat beberapa pesaing Gojek saat ini diantaranya Grab, Cyberjek, Anterin, Maxim, Bonceng, dan KlikGo (Zulhairil, 2019). Semakin bertambahnya perusahaan ojek *online* di Indonesia, maka berdampak pada persaingan yang

semakin ketat. Oleh karena itu, masing-masing perusahaan perlu menetapkan strategi yang tepat.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan perusahaan. Pelanggan merupakan pihak yang menilai baik buruknya kualitas pelayanan suatu perusahaan. Menurut Kotler dalam buku (Rangkuti, 2002), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya.

Terciptanya kepuasan pelanggan memberikan dasar yang baik bagi pelanggan untuk menggunakan kembali jasa yang ditawarkan. Selain itu, perusahaan membentuk rekomendasi atau promosi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan. Upaya perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggan yaitu dengan mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan pelanggan yang hampir setiap saat berubah. Pelanggan akan membentuk persepsinya atas kepuasan yang dirasakan setelah menerima kinerja dari perusahaan (Indriaty, 2016).

Kualitas pelayanan merupakan kunci agar terciptanya kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan perlu diberikan oleh perusahaan dengan baik, karena pelanggan akan memberikan umpan balik atas pelayanan yang diberikan. Pelanggan akan memberikan umpan balik yang positif apabila perusahaan menyediakan kualitas pelayanan yang baik, sehingga perusahaan mendapat citra positif. Selain itu, akan meningkatkan kepercayaan dan minat pelanggan untuk kembali pada perusahaan dan menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan.

Terdapat dua variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler terdapat lima dimensi dari kualitas pelayanan. *Pertama, reliability* yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara andal dan akurat. *Kedua, responsiveness* yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan untuk memberikan layanan yang cepat. *Ketiga, assurance* yaitu pengetahuan dan kesopanan dari karyawan serta kemampuan antara perusahaan dengan

karyawan untuk menginspirasi kepercayaan. *Keempat, empathy* yaitu perhatian individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya. *Kelima, tangibles* merupakan penampilan fasilitas fisik perusahaan.

Terdapat beberapa layanan dalam aplikasi Gojek. Salah satunya adalah layanan transportasi ojek *online* yang dikenal dengan nama GoRide. GoRide merupakan layanan menggunakan sepeda motor yang berbasis pada aplikasi, dimana pengemudi langsung terhubung dengan pelanggan yang terdekat. Pengemudi dapat langsung menjemput dan mengantarkan pelanggan ke lokasi yang tertera pada aplikasi. Dalam aplikasi Gojek ini sudah fitur GPS sehingga memberikan kepastian jarak, arah, waktu, serta dapat melacak keberadaan pengemudi. GoRide memberikan kepastian harga yang sudah tertera pada aplikasi dan metode pembayaran dapat dilakukan secara tunai maupun non-tunai dengan GoPay. Layanan GoRide ini merupakan layanan yang paling sering digunakan pada saat ini. Hal ini dikarenakan masyarakat membutuhkan transportasi yang memberikan kecepatan waktu.

Sebelum memilih menggunakan jasa transportasi GoRide dibandingkan jasa pesaingnya, pelanggan telah membandingkan terlebih dahulu tawaran dari perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Pelanggan akan memilih perusahaan yang menawarkan nilai yang lebih tinggi. Artinya, pelanggan memilih perusahaan yang memberikan manfaat dan keuntungan bagi dirinya. Pelanggan juga membandingkan kualitas produk yang ditawarkan, biaya yang diperlukan untuk menggunakan jasa tersebut, serta persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa tersebut.

Untuk mengetahui alasan pelanggan lebih memilih menggunakan jasa transportasi ojek *online* GoRide, penulis melakukan wawancara kepada 9 responden pengguna aktif GoRide. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, alasan pelanggan menggunakan GoRide yaitu karena mudah diakses, jumlah driver banyak, biaya perjalanan pasti dan lebih terjangkau, banyak promo atau *voucher*, lebih cepat, fleksibel, nyaman, menghindari kemacetan, dan driver relatif tidak

ugal-ugalan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, selanjutnya penulis melakukan pra-riset terhadap 33 orang pengguna GoRide di Kota Bandung. Pra-riset ini bertujuan untuk mengetahui respon pelanggan mengenai GoRide. Berikut ini hasil survey pra-riset :

Tabel 1. 3
Hasil Penelitian Pra-Riset

No	Indikator	Ya	Tidak
1	Cara pemesanan mudah dan praktis	33 orang	-
2	Harga terjangkau	30 orang	3 orang
3	Kecepatan dan ketepatan waktu	23 orang	10 orang
4	Kemudahan mendapatkan driver	31 orang	2 orang
5	Keamanan berkendara	30 orang	3 orang

Sumber : Kuesioner pra-riset

Berdasarkan tabel 1.3, dapat dijelaskan bahwa faktor-faktor yang membuat pelanggan menggunakan GoRide yaitu karena cara pemesanan yang mudah dan praktis, harganya terjangkau dan sudah pasti, kecepatan dan ketepatan waktu, kemudahan mendapatkan driver karena jumlah driver Gojek banyak, dan keamanan berkendara. Tetapi dapat dilihat bahwa faktor utama yang membuat pelanggan memilih menggunakan Gojek yaitu karena cara pemesanannya yang mudah

Berdasarkan uraian tersebut, penyedia layanan dituntut agar mampu menyediakan layanan serta fasilitas yang terbaik kepada pelanggannya. Memberikan kepuasan pelanggan merupakan strategi perusahaan agar dapat menghasilkan pelanggan lebih banyak lagi. Untuk mencapai kesuksesan, perusahaan perlu menyediakan kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas dengan harga yang terjangkau, serta fasilitas yang memadai.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Penilaian Kepuasan Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan GoRide Menggunakan Metode *Servqual* di Kota Bandung”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengenai kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan GoRide. Oleh karena itu, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan perbandingan antara penilaian ekspektasi dan persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan GoRide?
2. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan GoRide?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya. Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan perbandingan antara penilaian ekspektasi dan persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan GoRide.
2. Untuk mengetahui bagaimana gambaran kualitas pelayanan GoRide.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan serta ilmu pengetahuan penulis mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan metode *servqual* dalam bisnis jasa.

Selain itu, dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari ke dalam kenyataan di lapangan.

2. Bagi Perusahaan

Menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui dimensi kualitas pelayanan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya.