



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Hubungan Kualitas Jasa dengan Reputasi  
PT Gojek Indonesia di Kota Bandung**

Skripsi

Christian Yasdo

2011320076

**Bandung  
2017**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Christian Yasdo  
Nomor Pokok : 2011320076  
Judul : Hubungan Kualitas Jasa Dengan Reputasi PT Gojek Indonesia Di Kota Bandung

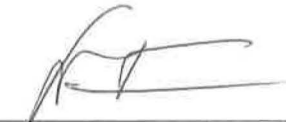
Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Kamis, 16 Februari 2017  
Dan dinyatakan **LULUS**



**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Sanerya Hendrawan, Ph.D

: 

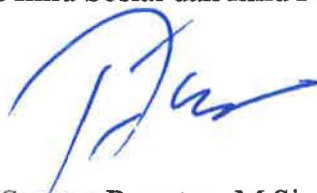
**Sekretaris**  
Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

: 

**Anggota**  
Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.SE

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Christian Yasdo  
NPM : 2011320076  
Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Hubungan Kualitas Jasa dengan Reputasi PT Gojek  
Indonesia 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 yang berlaku.

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

Bandung, Desember 2016

Christian Yasdo



## ABSTRAK

Nama : Christian Yasdo  
NPM : 2011320076  
Judul : Hubungan Kualitas Jasa dengan Reputasi PT Gojek Indonesia di Kota Bandung

---

Peristiwa PT Gojek Indonesia merupakan perusahaan jasa yang bergerak pada jasa transportasi berbasis *online* di Indonesia yang berdiri pada tahun 2011. PT Gojek Indonesia mempunyai 10 Cabang Kota untuk perusahaan mereka beroperasi dan salah satu cabang Bandung di Jalan BKR. Dari berbagai macam layanan yang di berikan PT Gojek Indonesia memfokuskan layanan utamanya pada ojek yaitu layanan transportasi sepeda motor yang dapat mengantarkan ke berbagai tempat dengan kemudahan pemesanan, layanan yang aman dan nyaman serta kemudahan pembayaran bagi pengguna layanannya. PT Gojek Indonesia memberikan jalan keluar bagi masyarakat Indonesia yang memerlukan transportasi umum yang aman dan nyaman sehingga dapat bebas dari kemacetan.

PT Gojek Indonesia memberikan *kualitas jasa* yang baik terhadap konsumennya, karena mayoritas puas terhadap layanannya. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara kepada 10 orang yang sudah memakai jasa dari PT Gojek Indonesia tapi hal ini perlu dibuktikan lebih lanjut melalui penelitian tentang hubungan *kualitas jasa* dengan *reputasi* di PT Gojek Indonesia. Berdasarkan uraian pada latar belakang dan penjabaran di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *kualitas jasa* dengan *reputasi* di PT Gojek Indonesia di Kota Bandung.

Jenis Penelitian ini adalah penelitian eksplanatori, karena penulis ingin mengetahui bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 150 responden yang merupakan konsumen dari PT Gojek Indonesia di Kota Bandung dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis korelasi. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas jasa memiliki hubungan positif dengan reputasi perusahaan.

**Kata Kunci:** *Kualitas Jasa dan Reputasi*

## **ABSTRACT**

*Name* : Christian Yasdo  
*NPM* : 2011320076  
*Title* : *The Relationship Quality of Service on the Reputation PT Gojek Indonesia in Bandung*

---

*PT Gojek Indonesia is an online transportation provider in Indonesia that was established in 2011. PT Gojek Indonesia has 10 city branches across the country, and one of the branches is located at Jalan BKR, Bandung. Among the various transportation services in the industry, PT Gojek focuses on providing ojek service, which is a public transport using motorbike, usually ferries customers from one point to another, also with convenient booking process, safe and comfortable service, as well as convenient payment process for the customers. PT Gojek Indonesia gives a breath of fresh air for Indonesians who want a safe and convenient public transport, and also to avoid the traffic jams.*

*PT Gojek Indonesia gives a good quality service to its customers as majority of them feel satisfied by their service. This has been shown by the interview result on 10 PT Gojek Indonesia's customers, however it had to be proven through a more in-depth research on the effect of quality service on reputation level. Based on the above explanation on the research background, it was established that the research aims to understand the relationship between quality service and reputation level of PT Gojek Indonesia in Bandung.*

*The type of research done was the explanatory research, because in this research the writer want to know how a variable affects other variables using survey as the research method. Data collection was done by giving questionnaires to 200 respondents who have used the service of PT Gojek Indonesia in Bandung, and then samples were collected using the purposive sampling method. The type of analysis used was correlation analysis. The conclusion of this research has shown that service quality level is parallel to consumers' reputation level.*

**Keyword:** *Service Quality and Reputation*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas rahmat dan berkat kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik, Universitas Katolik Parahyangan. Serta tujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan Kualitas Jasa dengan Reputasi PT Gojek Indonesia di Bandung, dimana kualitas jasa berhubungan dengan reputasi pada perusahaan.

Dalam proses membuat skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, mengingat terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Namun penulis senantiasa berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Selain itu, penulis juga menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi, penulis mendapatkan banyak pengarahan, bantuan, serta semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis hendak menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membantu penulis dalam menyusun skripsi. Terima kasih atas semua waktu, tenaga, pikiran dan motivasi yang telah diberikan untuk memperluas pengetahuan dan wawasan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
4. Yoke Pribadi Kornarius, S.Ab., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
5. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang sudah memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis selama menuntut ilmu di Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.

6. Terima kasih kepada kedua orang tua saya, Ir. Johnson E. Purba dan Dra. Maphilindo A. Saragih, beserta keluarga besar Purba Siboro dan Saragih Sidauruk. Dan bou Dewi Juita Purba, beserta saudara-saudara dan teman-teman dari orang tua dan orang-orang terdekat yang selalu membimbing dan memberikan motivasi serta doa dari awal perkuliahan hingga selesai.
7. Terima kasih kepada kakak-kakak sepupu dan adik-adik sepupu tercinta atas dukungannya selama masa perkuliahan.
8. Terima kasih Marinda Suryatna yang selalu menemani di masa perkuliahan hingga selesai dengan penuh perjuangan, memberikan banyak bantuan dan semangat serta doa yang sangat berkontribusi pada pembuatan skripsi penulis.
9. Terima kasih kepada teman-teman yang sudah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis, alfredo Waldy Simarmata, Fellix, Tio Dwi Prasetyo, Vander Lesnussa, Dani Soera Ginting, beserta teman-teman Nyong Rektorat, teman-teman divisi Tata Tertib, teman-teman Keram FC, teman-teman FISIP dan keluarga Ranca Bentang. Terima kasih atas kenangan dan masa-masa indah selama proses perkuliahan serta dukungan, canda tawa, suka duka dilalui bersama, semoga kita semua akan tetap menjadi teman baik dan dilindungi oleh Tuhan Yang Maha Kuasa.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah turut andil dalam membantu dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yesus memberi rahmat, perlindungan, dan berkat kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungannya kepada penulis selama ini. Akhir kata penulis berharap agar penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Bandung, Desember 2016

Christian Yasdo

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
1.5 Objek Penelitian .....	6
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b> .....	7
2.1 Kualitas Jasa .....	7
2.1.1 Definisi Kualitas Jasa .....	7
2.1.2 Manfaat Kualitas Jasa .....	7
2.1.3 Pengukuran Kualitas Jasa .....	8
2.2 Reputasi .....	9
2.2.1 Definisi Reputasi .....	9
2.2.2 Manfaat Reputasi .....	10
2.2.3 Pengukuran Reputasi .....	11
2.2.3.1 <i>Product and Service</i> (Produk dan Jasa).....	13
2.2.3.2 <i>Innovation</i> (Inovasi) .....	14
2.2.3.3 <i>Workplace</i> (Tempat Kerja) .....	14
2.2.3.4 <i>Governance</i> (Pemerintah).....	14
2.2.3.5 <i>Citizenship</i> (Masyarakat).....	15
2.2.3.6 <i>Leadership</i> (Kepemimpinan).....	15
2.2.3.7 <i>Performance</i> (Kinerja).....	16
2.3 Hasil Penelitian Terdahulu .....	16
2.4 Hipotesis Penelitian .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	19
3.1 Jenis Penelitian .....	19
3.2 Metode Penelitian .....	19
3.3 Model Penelitian .....	19
3.4 Operasionalisasi Variabel .....	21
3.5 Populasi dan Sampel .....	23
3.5.1 Populasi .....	23
3.5.2 Sampel .....	24



3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.7	Skala Pengukuran .....	24
3.8	Teknik Analisis Data .....	25
3.8.1	Uji Validitas .....	25
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	26
3.8.3	Transformasi Data Ordinal menjadi Data Interval (MSI) .....	27
3.8.4	Analisis Korelasi .....	27
3.8.5	Pengujian Hipotesis Secara Partial (Uji T) .....	27
<b>BAB IV</b>	<b>OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
4.1	Sejarah Singkat PT Gojek Indonesia .....	29
4.2	Jenis-jenis Pelayanan Gojek .....	30
4.3	Visi dan Misi PT Gojek Indonesia .....	34
4.4	Bagan Organisasi .....	35
<b>BAB V</b>	<b>ANALISA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
5.1	Hasil Penelitian .....	36
5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	36
5.2.1	Uji Validitas Instrumen .....	36
5.2.2	Uji Reliabilitas Instrumen .....	38
5.3	Karakteristik Responden .....	39
5.4	Deskripsi Variabel Penelitian .....	43
5.4.1	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Jasa .....	43
5.4.1.1	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kemudahan Penggunaan .....	43
5.4.1.2	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>E-Scape</i> .....	44
5.4.1.3	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kostumisasi .....	45
5.4.1.4	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Ketanggapan .....	46
5.4.1.5	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Jaminan .....	47
5.4.2	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Reputasi .....	49
5.4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Produk dan Jasa .....	49
5.4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Inovasi .....	50
5.4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Tempat Kerja .....	51
5.4.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Pemerintahan .....	52

5.4.2.5	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Masyarakat.....	53
5.4.2.6	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kepemimpinan.....	53
5.4.2.7	Tanggapan Repsonden Mengenai Dimensi Kinerja .....	54
5.5	Kategorisasi Variabel Penelitian .....	55
5.5.1	Kategorisasi Variabel Kualitas Jasa .....	55
5.5.1.1	Dimensi Kemudahan Penggunaan.....	55
5.5.1.2	Dimensi <i>E-Scape</i> .....	57
5.5.1.3	Dimensi Kostumisasi.....	58
5.5.1.4	Dimensi Ketanggapan .....	59
5.5.1.5	Dimensi Jaminan .....	61
5.5.2	Kategorisasi Variabel Reputasi Perusahaan .....	62
5.5.2.1	Dimensi Produk dan Jasa.....	62
5.5.2.2	Dimensi Inovasi.....	64
5.5.2.3	Dimensi Tempat Kerja .....	65
5.5.2.4	Dimensi Pemerintah .....	66
5.5.2.5	Dimensi Masyarakat.....	67
5.5.2.6	Dimensi Kepemimpinan.....	68
5.5.2.7	Dimensi Kinerja.....	70
5.6	Hubungan Antara Kualitas Jasa Dengan Reputasi.....	71
5.6.1	Analisis Korelasi .....	71
5.6.2	Pengujian Hipotesis.....	73
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>74</b>
6.1	Kesimpulan .....	74
6.2	Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Kendaraan di Indonesia .....	2
Tabel 1.2	PT Gojek Indonesia di Kota Bandung Memberikan Layanan yang Nyaman dan Aman Kepada Konsumen .....	4
Tabel 1.3	PT Gojek Indonesia di Kota Bandung Cepat Tanggap dalam Memenuhi Permintaan dari Konsumen.....	4
Tabel 1.4	Pelanggan Merasa Puas dengan Pelayanan yang Diberikan oleh PT Gojek Indonesia di Kota Bandung .....	5
Tabel 3.1	Operasional Variabel Kualitas Jasa dan Reputasi .....	21
Tabel 3.2	Pengukuran Skala Likert .....	25
Tabel 5.1	Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas Instrumen .....	37
Tabel 5.2	Hasil Uji Reabilitas Instrumen.....	38
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39
Tabel 5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	40
Tabel 5.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Gojek.....	40
Tabel 5.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pertama Kali Menggunakan Gojek.....	41
Tabel 5.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Gojek .....	41
Tabel 5.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Gojek.....	42
Tabel 5.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan Gojek.....	42
Tabel 5.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Menggunakan Ojek Pangkalan .....	42
Tabel 5.12	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kemudahan Penggunaan .....	43
Tabel 5.13	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>E-Scape</i> .....	44
Tabel 5.14	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kostumisasi.....	45
Tabel 5.15	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Ketanggapan ..	46
Tabel 5.16	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Jaminan .....	47
Tabel 5.17	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Produk dan Jasa.....	49
Tabel 5.18	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Inovasi.....	50
Tabel 5.19	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Tempat Kerja ..	51
Tabel 5.20	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Pemerintahan ..	52
Tabel 5.21	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Masyarakat.....	53
Tabel 5.22	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kepemimpinan	53
Tabel 5.23	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kinerja .....	54
Tabel 5.24	Tingkat Keeratan Korelasi .....	55
Tabel 5.25	Hasil Analisis Korelasi .....	57
Tabel 5.26	Pengujian Hipotesis .....	58

Tabel 5.27 Kategorisasi Dimensi Ketanggapan .....	59
Tabel 5.28 Kategorisasi Dimensi Jaminan .....	61
Tabel 5.29 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Jasa .....	62
Tabel 5.30 Kategorisasi Dimensi Produk dan Jasa .....	62
Tabel 5.31 Kategorisasi Dimensi Inovasi .....	64
Tabel 5.32 Kategorisasi Dimensi Tempat Kerja .....	65
Tabel 5.33 Kategorisasi Dimensi Pemerintah .....	66
Tabel 5.34 Kategorisasi Dimensi Masyarakat .....	67
Tabel 5.35 Kategorisasi Dimensi Kepemimpinan .....	68
Tabel 5.36 Kategorisasi Dimensi Kinerja .....	70
Tabel 5.37 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Reputasi .....	71
Tabel 5.38 Tingkat Keeratan Korelasi .....	72
Tabel 5.39 Hasil Analisis Korelasi .....	72
Tabel 5.40 Pengujian Hipotesis .....	73

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 <i>Quality Service</i> .....	11
Gambar 3.1 Metode Penelitian .....	20
Gambar 4.1 Foto Logo PT Gojek Indonesia.....	30
Gambar 4.2 Foto CEO PT Gojek Indonesia .....	30
Gambar 4.3 Foto Jasa Go-Ride.....	32
Gambar 4.4 Foto Jasa Go-Food .....	32
Gambar 4.5 Foto Jasa Go-Send .....	33
Gambar 4.6 Foto Jasa Go-Mart .....	33
Gambar 4.7 Foto Jasa Go-Box.....	34
Gambar 4.8 Foto Jasa Go-Massage .....	34
Gambar 4.9 Struktur Organisasi PT Gojek Indonesia .....	34

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Profil Responden .....	77
Lampiran 2 Output SPSS .....	63

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Transportasi merupakan suatu sarana yang dibutuhkan oleh manusia untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Pada dasarnya manusia memiliki beberapa kebutuhan yang harus dipenuhinya. Adapun kebutuhan tersebut dapat dibagi menjadi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Dalam hal ini kebutuhan tersier adalah kebutuhan yang dipenuhi setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi. Contoh: sarana mobil, sepeda motor, komputer, *handphone*, dan sebagainya. Banyak jenis transportasi yang dapat dipilih oleh masyarakat sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu.

Di Indonesia, kebutuhan transportasi kian meningkat dari waktu ke waktu seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk. Dampak dari peningkatan jumlah penduduk yang meningkatkan jumlah kendaraan khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung menyebabkan kemacetan yang cukup menyita waktu saat berkendara.

Di Indonesia, banyak sekali terdapat sarana transportasi yang bertujuan memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan melakukan aktivitas sehari-hari. Dan salah satu dari sarana transportasi yang pada saat ini sangat membantu masyarakat dalam menjalankan aktivitas mereka sehari-hari adalah Gojek.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) kota-kota besar tidak memiliki sistem transportasi yang nyaman sehingga masyarakat berbondong-bondong memilih menggunakan sepeda motor. Hal ini terlihat dari tabel 1.1 mengenai jumlah sepeda motor yang beredar di tanah air hingga tahun 2013, pengguna motor berjumlah lebih dari 84,7 juta unit dan pengguna mobil berjumlah 11,5 juta unit. Akan tetapi, pertumbuhan penggunaan sepeda motor dan mobil tidak sejalan dengan pertumbuhan jumlah bus angkutan yang jumlahnya jauh berada di bawah pertumbuhan mobil dan motor. ([www.kompasnia.com](http://www.kompasnia.com)) Pertumbuhan penggunaan kendaraan di Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kendaraan di Indonesia**

<b>Tahun</b>	<b>Mobil Penumpang</b>	<b>Bis</b>	<b>Truk</b>	<b>Sepeda Motor</b>	<b>Jumlah</b>
2011	9548866	2254406	4958738	68839341	85601351
2012	10432259	2273821	5286061	76381183	94373324
2013	11484514	2286309	5615494	84732652	104118969

**Sumber:** [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

Hal ini mendorong perusahaan yang bergerak pada industri transportasi untuk melakukan inovasi yang memberikan rasa nyaman, aman, dan terjangkau bagi masyarakat luas. Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, perusahaan transportasi melakukan inovasi dengan menggunakan media online sebagai sarana untuk menggunakan jasa transportasi. Penggunaan media online inilah yang mencetuskan transportasi *online* dimana konsumen dapat dengan mudah terhubung dengan pemberi layanan jasa melalui aplikasi di *smartphone*. Banyak perusahaan yang bergerak di sektor transportasi online seperti GrabTaxi, Uber dan Gojek. Akan tetapi, pada penelitian ini peneliti memfokuskan penelitian hanya kepada perusahaan PT Gojek Indonesia, karena merupakan pelopor pelaksana transportasi (*ojek*) *online* di Indonesia.

PT Gojek Indonesia beralamat di Jalan Ciasem, Jakarta Selatan ini berdiri awal tahun 2011, dengan demikian PT Gojek Indonesia sudah beroperasi 5 tahun. PT Gojek Indonesia merupakan pelopor transportasi berbasis online di Indonesia.

Gojek lahir dari ide sang *CEO (Chief Executive Officer)* dan *Managing Director*, Nadiem Makarim yang mengaku seorang pengguna ojek. Ojek yang merupakan kendaraan motor roda dua ini memang transportasi yang sangat efektif untuk mobilitas di kemacetan kota. Dengan pengalamannya saat naik ojek di jalanan yang macet inilah ia kemudian menciptakan Gojek, sebuah layanan antar jemput dengan ojek modern berbasis pesanan. PT Gojek Indonesia yang sudah melewati perjalanannya sejak tahun 2011 kini sudah memiliki 1.000 armada ojek yang tersebar di seluruh kawasan Jabodetabek. "Pelanggan terbanyak berada di kawasan Jakarta Selatan dan Pusat. Kami sering kewalahan memenuhi



permintaan dengan armada yang ada saat ini,” ujarnya seperti dikutip dari *merdeka.com*

Dengan perkembangannya yang pesat ini, kabarnya Gojek telah menuai prestasi sebagai Juara 1 dalam kompetisi bisnis *Global Entrepreneurship Program* Indonesia (GEPI) di Bali. Selain itu, Gojek telah memperoleh berbagai penghargaan dari berbagai komunitas bisnis maupun sosial.

Di situs resminya disebutkan bahwa layanan Gojek adalah sebagai berikut:

1. Jasa kurir (*90 minute delivery anywhere in the city*),
2. Jasa transportasi (*transparent pricing, free shower cap and masker*),
3. Jasa delivery makanan (*delivering your favorite food under 60 minutes in Jabodetabek*),
4. Jasa belanja dengan nominal di bawah 1 juta rupiah (*shop for food, ticket, medicine, anything under Rp 1.000.000. We'll pay for it first*).

PT Gojek Indonesia peduli terhadap waktu yang dimiliki oleh konsumennya sehingga layanannya dirasakan cepat diterima oleh konsumennya. Mengenai keamanan PT Gojek Indonesia sudah memiliki peraturan yang baik dan tegas kepada para partner pengendaranya dan secara langsung konsumen akan mengetahui info pengendara saat melakukan pemesanan Gojek melalui aplikasi. Keamanan mengenai pembayaran dinilai aman karena adanya layanan dimana konsumen tidak harus membayar secara tunai tetapi konsumen yang memiliki saldo pada akun Go-Pay yang ada pada aplikasi PT Gojek Indonesia dapat membayar dengan saldo Go-Pay. Dengan hal-hal tersebut maka PT Gojek Indonesia memperhatikan reputasi perusahaan dengan memberikan kualitas layanan yang baik kepada konsumennya.

Brown dan Dacin (1992:213) menyatakan bahwa reputasi perusahaan sangat penting dari sudut pelanggan untuk memberikan gambaran terhadap kualitas produk atau jasa yang dihasilkan. Lebih lanjut Sullivan (1998:157) membuktikan bahwa reputasi dari perusahaan dalam sudut pandang pelanggan dapat dijadikan jaminan bagi pelanggan untuk menilai kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan

judul:“**HUBUNGAN KUALITAS JASA DENGAN REPUTASI PT GOJEK INDONESIA DI KOTA BANDUNG.**”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Peneliti sebelumnya melakukan wawancara terhadap 10 orang secara acak yang sudah pernah memakai jasa dari PT Gojek Indonesia di Bandung dan dilakukan di sekitar daerah jalan Dipatiukur, Bandung untuk mengetahui kualitas jasa yang sudah diberikan oleh PT Gojek Indonesia. Dan hasilnya dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 1.2**  
**PT Gojek Indonesia di Kota Bandung Memberikan Layanan yang Nyaman dan Aman Kepada Konsumen**

<b>Jawaban</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>%</b>
Setuju	9	90
Tidak Setuju	1	10
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Hasil dari tabel diatas menyatakan 90% konsumen setuju bahwa merasa nyaman dan aman saat diberikan layanan oleh PT Gojek Indonesia di Kota Bandung. Dan 10% menyatakan tidak setuju bahwa merasa nyaman dan aman saat menerima pelayanan dari PT Gojek Indonesia di Kota Bandung.

**Tabel 1.3**  
**PT Gojek Indonesia di Kota Bandung Cepat Tanggap dalam Memenuhi Permintaan dari Konsumen**

<b>Jawaban</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>%</b>
Setuju	8	80
Tidak Setuju	1	10
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Hasil dari tabel diatas menyatakan bahwa 80% konsumen setuju bahwa merasa PT Gojek Indonesia di Bandung cepat tanggap dalam memenuhi permintaan dari konsumen. Dan 20% menyatakan tidak setuju bahwa PT Gojek Indonesia cepat tanggap dalam memenuhi permintaan konsumen.

**Tabel 1.4**  
**Pelanggan Merasa Puas dengan Pelayanan yang Diberikan**  
**oleh PT Gojek Indonesia di Kota Bandung**

<b>Jawaban</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>%</b>
Setuju	9	90
Tidak Setuju	1	10
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Hasil dari tabel diatas menyatakan bahwa 90% konsumen setuju bahwa merasa puas dengan pelayanan PT Gojek Indonesia di Kota Bandung. Dan 10% menyatakan tidak setuju bahwa harga untuk layanan sesuai dengan pelayanan yang diberikan dan merasa kurang puas.

Dari data wawancara tersebut penulis dapat mengambil kesimpulan sementara bahwa mayoritas konsumen merasakan puas saat menerima layanan dari PT Gojek Indonesia di Kota Bandung. Hal ini sesuai dengan Brown dan Dacin (1992:115) menyatakan bahwa reputasi perusahaan sangat penting dari sudut pelanggan untuk memberikan gambaran terhadap kualitas produk atau jasa yang dihasilkan atau yang diberikan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara penulis diatas, membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam, karena hasil dari wawancara terhadap 10 orang belum dapat mewakili penelitian ini maka perlu diteliti lebih lanjut. Untuk itu perlu diteliti apakah benar kualitas jasa dengan reputasi perusahaan yang diberikan PT Gojek Indonesia di Kota Bandung memiliki hubungan. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan identifikasi masalah mengenai:

Adakah hubungan kualitas jasa dengan reputasi PT Gojek Indonesia di Kota Bandung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah dalam penelitian ini, Penulis memiliki tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui

sejauh mana hubungan kualitas jasa dengan reputasi perusahaan yang diberikan oleh PT Gojek Indonesia di Kota Bandung.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat:

1. Bagi penulis

Mendapatkan pengetahuan lebih mengenai teori yang dipelajari serta fakta yang terjadi di lapangan, menerapkan ilmu yang sudah diperoleh di dalam dunia pendidikan, serta sebagai tugas akhir untuk lulus Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan.

2. Bagi Perusahaan PT Gojek Indonesia dengan adanya penelitian ini adalah:

- a) Menambah wawasan bagi perusahaan.
- b) Mengetahui hubungan kualitas jasa dengan reputasi perusahaan yang diberikan oleh PT Gojek Indonesia.
- c) Mendapatkan saran dan kesimpulan dari hasil penelitian ini.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai hasil penelitian hubungan kualitas jasa dengan reputasi perusahaan melalui penelitian kepada PT Gojek Indonesia.

#### **1.5 Objek Penelitian**

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT Gojek Indonesia cabang Kota Bandung, yang terletak di jalan BKR Raya No.33 Pasirluyu, Bandung, Jawa Barat.