

TUGAS AKHIR

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN GOJEK
DI WILAYAH KOTA PALANGKA RAYA**

Oleh

BILLY ROBERTUS VANDOGI
NIM. DAB 116 006



**JURUSAN/PROGRAM STUDI TEKNIK SIPIL
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PALANGKA RAYA
PALANGKA RAYA
2020**

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN GOJEK DI WILAYAH KOTA PALANGKA RAYA

BILLY ROBERTUS VANDOGI

NIM. DAB 116 006

ABSTRAK

Penelitian yang bertemakan kepuasan konsumen terhadap layanan Gojek di wilayah Kota Palangka Raya ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen Gojek berdasarkan kualitas jasa transportasi Gojek itu sendiri. Dan apa saja faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu layanan jasa, agar mendorong perusahaan Gojek Indonesia lebih memperhatikan kepuasaan pelanggannya, terutama yang berada di Kota Palangka Raya.

Metode penulisan penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif dengan melakukan suatu survey untuk mendapatkan data secara langsung dari konsumen Gojek yang ada di Kota Palangka Raya. Dengan menggunakan kuisisioner secara online selanjutnya dari data yang telah didapatkan tersebut akan dilakukan suatu analisa menggunakan metode regresi ordinal logit. Dan di olah dengan menggunakan *software* spss agar dapat diketahui hal yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen gojek yang ada di Kota Palangka Raya.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menerangkan bahwa (1) Pengguna gojek di Kota Palangka Raya cukup puas dengan mutu dan pelayanan yang diberikan pihak driver gojek dan pihak pengembang gojeknya sendiri (2) didalam proses mendapatkan kualitas pelayanan yang dapat lebih memuaskan konsumen, ada beberapa faktor yang harus dimiliki oleh seorang driver Gojek kedepannya, (3) Harapan konsumen Gojek sangatlah besar terhadap perkembangan dan kemajuan terhadap Gojek itu sendiri. Dan nantinya diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menjadi masukan bagi PT Gojek Indonesia agar jadi lebih baik dan terus konsisten dalam memajukan perekonomian di Indonesia, terutama di wilayah Kota Palangka Raya.

Kata Kunci: Gojek, Kepuasan konsumen, regresi ordinal

GOJEK CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS IN THE CITY OF PALANGKA RAYA

BILLY ROBERTUS VANDOGI

NIM. DAB 116 006

ABSTRACT

This research with the theme of consumer satisfaction with Gojek services in the Palangka Raya City area aims to find out how much Gojek customer satisfaction is based on the quality of Gojek's transportation services itself. And what are the factors that affect customer satisfaction with a service, in order to encourage the Indonesian Gojek company to pay more attention to customer satisfaction, especially those in Palangka Raya City.

This research writing method uses a quantitative approach by conducting a survey to obtain data directly from Gojek consumers in Palangka Raya City. By using the online questionnaire then from the data that has been obtained, an analysis will be carried out using the logit ordinal regression method. And it is processed by using the SPSS software so that it can be seen about the things that affect the satisfaction of Gojek consumers in Palangka Raya City.

The results obtained from this study explain that (1) Gojek users in Palangka Raya City are quite satisfied with the quality and services provided by the gojek drivers and the gojek developers themselves (2) in the process of getting service quality that can more satisfy consumers, there are several factors. that must be owned by a Gojek driver in the future, (3) Gojek consumer expectations are very great for the development and progress of Gojek itself. And later on, it is hoped that the results of this research can be used as input for PT Gojek Indonesia to be better and continue to be consistent in advancing the economy in Indonesia, especially in the city of Palangka Raya.

Keywords: Gojek, customer satisfaction, ordinal regression

PRAKATA

Puji dan Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala Berkat, Karunia dan Anugerah-Nya sehingga penyusunan Proposal Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dan kemudian diajukan pada Seminar Hasil Tugas Akhir.

Tugas Akhir dengan judul “**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN GOJEK DI WILAYAH KOTA PALANGKA RAYA**” disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan studi Program Strata-1 pada Jurusan/Program Studi Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Palangka Raya.

Pada kesempatan ini, tidak lupa diucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ir. Waluyo Nuswantoro, M.T. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Palangka Raya.
2. Ibu Frieda, S.T., M.T. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Teknik Universitas Palangka Raya.
3. Bapak Dr. Sutan Parasian Silitonga, STP., S.T., M.T. selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Teknik Universitas Palangka Raya.
4. Bapak Tatau Wijaya Garib, S.T., M.T. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Teknik Universitas Palangka Raya.
5. Bapak Dr. Rudi Waluyo, S.T., M.T. selaku Ketua Jurusan/Program Studi Teknik Sipil Universitas Palangka Raya.
6. Ibu Veronika Happy P., S.T., M.T. selaku Sekretaris Jurusan/Program Studi Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Palangka Raya
7. Bapak Dr. Sutan Parasian Silitonga, STP., S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing I Tugas Akhir.

8. Bapak Robby, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing II Tugas Akhir.
9. Ibu Desi Riani, S.T.,M.T. selaku Dosen Pembahas I Tugas Akhir.
10. Bapak Ir. Desriantomy, M.T. selaku Dosen Pembahas II Tugas Akhir.
11. Bapak Ir. Supiyan, M.T. selaku Dosen Pembahas III Tugas Akhir.
12. Seluruh Dosen Jurusan/Program Studi Teknik Sipil beserta Staf Tata Usaha Fakultas Teknik Universitas Palangka Raya.
13. Teman-teman Mahasiswa Fakultas Teknik khususnya keluarga besar Teknik Sipil 2016 dan semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati dan menyadari akan segala kekurangan dalam penyajian Proposal Tugas Akhir ini, diharapkan berbagai tanggapan, kritik dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Terima Kasih.

Palangka Raya, Agustus 2020

BILLY ROBERTUS VANDOGI
NIM. DAB 116 006

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Batasan Masalah	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Jasa	6
2.2 Kepuasan Konsumen.....	7
2.3 Penelitian Terdahulu	11
2.4 Hipotesa	13
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	14
3.2 Alat dan Bahan.....	15
3.3 <i>Sample</i> dan <i>Sampling</i>	15
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	15
3.5 Tahapan Pengolahan Model.....	18

3.5.1	Identifikasi Variabel	18
		Halaman
3.5.2	Tahapan Pemodelan Nilai Utilitas Pelaku Perjalanan	24
3.5.3	Tahapan Pemodelan Peluang Alternative Pilihan Variabel.....	26
3.5.4	Tahapan Penentuan Proporsi Peluang Nilai Kepuasan	29
3.6	Uji Statistik Terhadap Pemilihan Nilai Kepuasan	29
3.7	Bagan Alir Penelitian	31
 BAB IV HASIL PENELITIAN		
4.1	Karakteristik Responden Pengguna Gojek di Kota Palangka Raya	32
4.1.1	Karakteristik Demografi Pengguna Gojek di Kota Palangka Raya	32
4.1.2	Karakteristik Variabel Signifikan Gojek di Kota Palangka Raya	33
4.2	Karakteristik Kepuasan Pengguna Gojek di Kota Palangka Raya	34
4.3	Analisis Model Pilihan Moda	36
4.3.1	Model Pilihan Moda	36
4.4	Pembahasan Umum	40
4.4.1	Model Pilihan Moda	40
 BAB V PENUTUPAN		
5.1	Kesimpulan	41

5.2	Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	44

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Hasil Prediksi Model	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Persepsi Pelanggan Dari Kualitas dan Kepuasan Pelanggan	8
3.1 Skema Respon Utilitas Model Regresi Ordinal	25
3.2 Diagram Alir Penelitian.....	31
4.1.1 Karakteristik Demografi Responden Gojek di Kota Palangka Raya	33
4.1.2 Karakteristik Variabel Signifikan Gojek di Kota Palangka Raya ..	34
4.2 Karakteristik Kepuasan Pengguna Gojek di Kota Palangka Raya ..	35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era yang maju seperti sekarang ini, transportasi merupakan penunjang penting dalam aktivitas sehari-hari terutama di daerah perkotaan. Transportasi yang baik dapat menunjukkan keteraturan kota yang baik pula, hal ini disebabkan karena transportasi merupakan pendukung dalam percepatan pembangunan di suatu perkotaan. Selain itu, transportasi juga merupakan suatu prasarana bagi kegiatan manusia maupun barang yang timbul akibat adanya aktivitas di daerah perkotaan. Transportasi merupakan sarana pendorong yang memiliki peran penting dalam memperlancar roda perekonomian, memperkuat kesatuan dan persatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan. Transportasi dapat membantu perekonomian agar lebih baik di suatu daerah bahkan di suatu Negara (Fahrinda, 2011). Semakin baik dan tertatanya transportasi di suatu daerah akan semakin baik pula perekonomiannya. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat mempengaruhi kebutuhan dibidang jasa transportasi yang juga semakin meningkat pula, hal ini lah yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

Sejalan dengan pesatnya teknologi informasi dan komunikasi, teknologi transportasi pun tak kalah berkembang pesatnya. Saat ini banyak bermunculan jasa

transportasi online di Indonesia seperti Gojek, GrabBike, GrabTaxi, Uber, dan beberapa ojek dan lain-lain.

Gojek merupakan salah satu penyedia layanan jasa transportasi online khususnya sepeda motor. Gojek awalnya masuk ke Kota Palangka Raya pada tanggal 17 Desember 2018 dan dengan cepatnya perkembangan teknologi membuat Gojek semakin terdepan di Kota Palangka Raya. Perusahaan Gojek merupakan *startup* asli ciptaan anak bangsa yang diperkenalkan oleh Nadiem Makarim pada tanggal 12 Oktober 2010. Gojek bermitra dengan para pengemudi ojek berpengalaman di Palangka Raya dan menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian di Kota Palangka Raya. Aplikasi Gojek dapat diunduh pada *smartphone* yang memiliki sistem operasi iOS atau pun Android. Gojek memanfaatkan media elektronik, dengan itu akses untuk pemesanan jasa transportasi menjadi lebih mudah bagi konsumen khususnya di Kota Palangka Raya. Dengan menggunakan aplikasi di *smartphone* kemudian Gojek akan menjemput konsumennya dan mengantarkan konsumen ke tempat tujuannya. Tidak hanya untuk antar-jemput, Gojek pun menyediakan berbagai jasa lain seperti Go-Food yang dapat membelikan konsumen makanan dari mana saja sesuai pesanan konsumennya, kemudian ada Go-Mart salah satu jasa Gojek yang siap sedia untuk membelanjakan kebutuhan sehari-hari dan masih banyak lagi fitur-fitur yang diberikan oleh Gojek di Kota Palangka Raya. Walaupun Gojek sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat khususnya di Kota Palangka Raya, namun jasa di

bidang transportasi online ini harus tetap memperhatikan kenyamanan, keamanan serta kepuasan konsumennya. Jika konsumen puas akan pelayanan yang diberikan oleh Gojek maka pelanggan Gojek akan menggunakan jasa Gojek secara berulang terus menerus yang kemudian bisa menjadi pelanggan yang setia. Sehingga perusahaan Gojek terkhususnya di Kota Palangka Raya semakin maju dan dipercaya oleh para pelanggannya.

Selain Gojek merupakan suatu *startup* yang merupakan asli buatan anak bangsa, Gojek juga merupakan suatu perusahaan yang besar dan telah menembus tingkat *Decacorn SuperApp* yang mana artinya telah menembus nilai aset lebih dari US\$10 miliar, dan telah menjadi startup pertama Indonesia yang berhasil mencapainya.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan melihat hal-hal yang berkaitan tentang latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka ingin diketahui hal-hal yang berkaitan dengan melihat seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan Gojek di Kota Palangka Raya, oleh karena itu dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kepuasan pengguna Gojek di Kota Palangka Raya ?
2. Bagaimanakah pengoperasionalan Gojek di Kota Palangka Raya, apakah mudah dan efisien untuk pelanggan di Kota Palangka Raya ?
3. Apakah aplikasi Gojek telah sesuai dengan segala tuntutan aspek masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tingkat kepuasan terhadap mutu kualitas pelayanan Gojek di Kota Palangka Raya.
2. Menganalisis faktor kualitas layanan yang dianggap penting dan efisien dalam menentukan kepuasan pelanggan Gojek di Kota Palangka Raya.
3. Mengetahui harapan konsumen terhadap teknologi jasa Gojek di Kota Palangka Raya.

1.4 Batasan Masalah

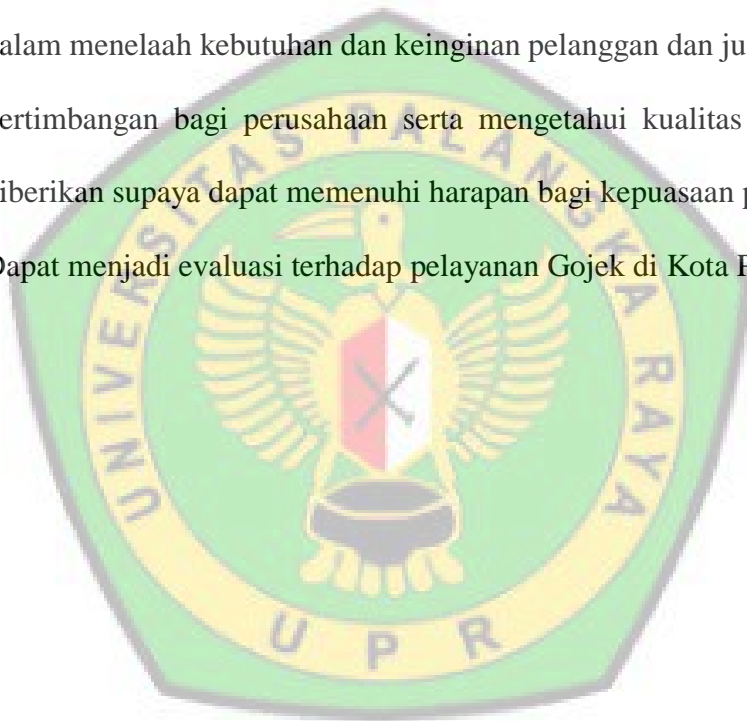
Untuk menghindari melebarnya permasalahan, maka perlu dibuat batasan-batasan terhadap masalah yang berhubungan dengan penulisan. Adapun batasan permasalahan yaitu :

1. Cakupan wilayah yang akan diteliti hanya di sekitar area Kota Palangka Raya.
2. Penelitian dilakukan untuk menemukan data kepuasan pelanggan terhadap jasa Gojek di Kota Palangka Raya.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar bisa mendapatkan manfaat sebagai berikut :

1. Mendapatkan survei data mengenai kepuasan dan kualitas layanan jasa Gojek di Kota Palangka Raya
2. Dapat menjadi masukan bagi PT. Gojek Indonesia wilayah Palangka Raya dalam menelaah kebutuhan dan keinginan pelanggan dan juga dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan serta mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan supaya dapat memenuhi harapan bagi kepuasan pelanggan.
3. Dapat menjadi evaluasi terhadap pelayanan Gojek di Kota Palangka Raya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jasa

Menurut (K. Douglass Hoffman & Bateson, 2011) jasa adalah perbuatan, usaha dan kinerja. Sedangkan menurut (Lovelock, Wirtz, & Mussry, 2010) Jasa adalah suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa jasa adalah suatu usaha, perbuatan, kinerja ataupun aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lainnya. Dengan adanya suatu jasa tersebut, maka terjadi pertukaran nilai yang berdampak kepada ekonomi satu sama lain.

Ada tiga tahapan konsumsi jasa meliputi: tahap pra pembelian, tahap transaksi interaksi jasa, dan pasca transaksi interaksi jasa. Menurut (Fandi Tjiptono, 2006) ada empat karakteristik pokok pada *service* yang membedakannya dengan produk barang, yaitu:

1. *Intangibility* Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli. Jasa berbeda dengan barang, jika barang menggunakan objek, alat atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja atau usaha.
2. *Inseparability* Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. *Variability* Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized output*, artinya banyak bentuk variasi, kualitas dan jenis yang tergantung pada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut dihasilkan.
4. *Perishability* Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan, dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

Service atau jasa merupakan layanan yang diberikan oleh pihak tertentu kepada pihak lain yang bersifat *intangible*, untuk melakukan evaluasinya konsumen harus merasakan terlebih dahulu manfaat dari jasa tersebut. Tetapi dengan adanya jasa dapat membuat konsumen dapat menyewa orang lain/pihak lain untuk melakukan pekerjaan yang tidak ingin mereka lakukan sendiri atau pekerjaan yang tidak dapat mereka kerjakan sendiri. (Lovelock et al., 2010)



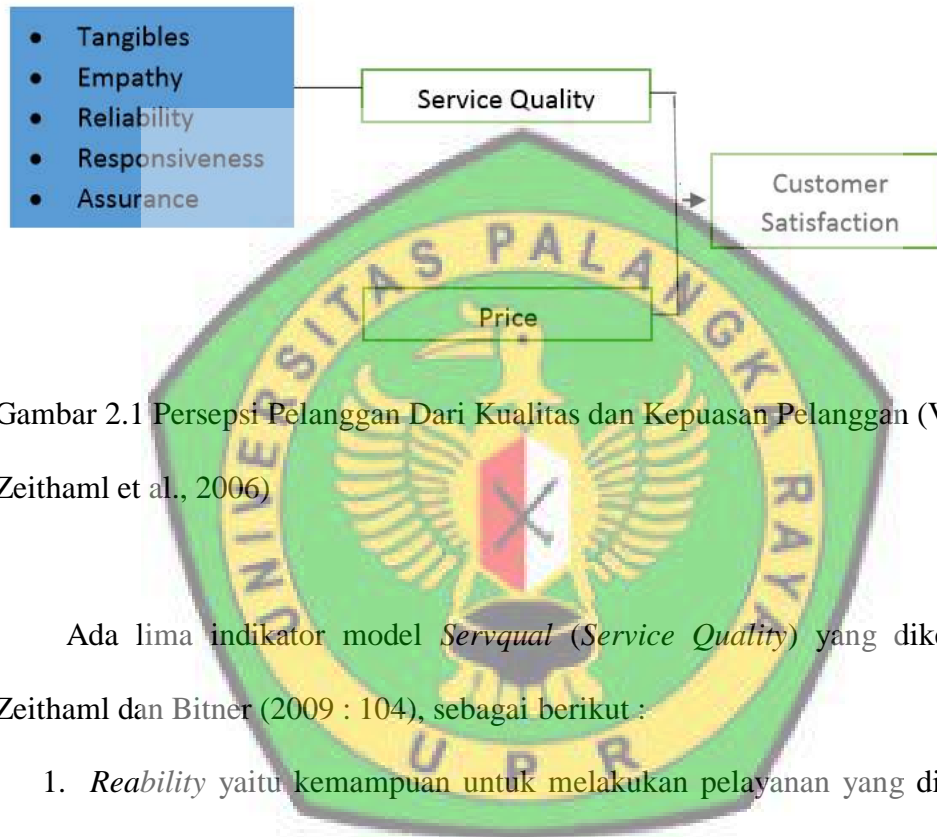
2.2 Kepuasan Konsumen

Menurut Kottler dan Keller adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kottler & Keller, 2007). Hal itu merupakan suatu kepuasan bagi konsumen yang telah menggunakan jasa itu sendiri.

Sedangkan menurut (Valerie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler, 2006) kepuasan adalah ketika konsumen memenuhi kebutuhannya, hal itu merupakan konsumen memberikan penilaian terhadap sebuah fitur produk atau jasa, atau produk atau

jasa itu sendiri. Karena apabila bila konsumen merasa puas dengan suatu pelayanan jasa maka konsumen tersebut akan memberikan suatu penilaian yang baik pula.

Dari beberapa definisi diatas maka dapat di tarik suatu kesimpulan yaitu kepuasan konsumen adalah perasaan seorang pelanggan setelah menerima suatu kinerja dan sesuai dengan apa yang diharapkannya.



Gambar 2.1 Persepsi Pelanggan Dari Kualitas dan Kepuasan Pelanggan (Valerie A. Zeithaml et al., 2006)

Ada lima indikator model *Servqual* (*Service Quality*) yang dikemukakan oleh Zeithaml dan Bitner (2009 : 104), sebagai berikut :

1. *Reability* yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat.
2. *Responsiveness* adalah kesediaan untuk membantu konsumen dan menyediakan jasa yang cepat.
3. *Assurance* yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk membangkitkan kepercayaan dan keyakinan.
4. *Emphaty* adalah mendengarkan, memberikan perhatian kepada tiap-tiap konsumen.

5. *Tangible* ialah penampilan fisik dari fasilitas, peralatan, dan material yang telah tertulis.

Adapun uraian mengenai indikator kualitas pelayanan untuk lebih jelasnya adalah sebagai berikut :

1) *Reliability* (Keandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Adapun sub-indikator dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a) Kecepatan *driver* dalam melayani pelanggan
- b) Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit
- c) Pelayanan yang memuaskan

2) *Responsiveness* (Daya Tanggap) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Adapun sub-indikator dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a) Tanggap terhadap keluhan pelanggan
- b) Kesiediaan *driver* membantu pelanggan
- c) Kecepatan dalam menyelesaikan masalah

3) *Assurance* (Jaminan dan Kepastian) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Adapun sub-indikator dalam penelitian ini sebagai berikut :

a) Keramahan dalam melayani pelanggan

b) Pengetahuan yang luas

c) Keamanan pelanggan terjamin

4) *Emphaty* (Kepedulian) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Adapun sub-indikatornya dalam penelitian ini sebagai berikut :

a) Tersedia layanan 24 jam

b) Mengetahui keinginan pelanggan

c) Mampu berkomunikasi dengan baik

5) *Tangible* (Wujud Fisik) yaitu kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik dari perusahaan seperti gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi serta penampilan karyawan. Adapun sub-indikator dalam penelitian ini sebagai berikut :

a) Kendaraan dan *interior* yang bagus dan menarik

b) Kebersihan dan kenyamanan

c) Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan

d) Kebersihan dan kerapian *driver*



2.3 Penelitian Terdahulu

Kualitas pelayanan merupakan kunci yang sangat penting dalam menentukan suatu nilai kepuasan bagi konsumen Gojek. Hal ini karena pelayanan memiliki peran kunci dari kepuasan itu sendiri. Astri (2016) melakukan studi mengenai analisis tingkat kepuasan pada suatu transportasi online (Analisis Kepuasan Konsumen Gojek Di Wilayah Kota Bandung). Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Gojek yang khusus berada di wilayah Kota Bandung dan dapat mengetahui aspek-aspek apa saja yang berpengaruh dalam menentukan suatu kepuasan bagi konsumen Gojek. Simpulan dari penelitian ini adalah kualitas layanan Gojek dan harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gojek dan dari variable yang telah digunakan diketahui bahwa *Responsiveness* dan *assurance* lah kualitas yang harus diperbaiki.

Septiyani (2016) melakukan studi mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Gojek (kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di DKI Jakarta). Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu tingkat kualitas pelayanan yang dilakukan oleh penyedia jasa Gojek, seberapa besar kepuasan yang dirasakan oleh para penumpang terhadap pelayanan yang telah dilakukan, untuk mengidentifikasi masalah yang dirasakan, dan membuat perubahan untuk meningkatkan mutu layanan. Simpulan mengenai penelitian ini adalah Gojek sangat membantu masyarakat pengguna karena memiliki keunggulan yaitu biaya terjangkau dan cara pemesanannya yang mudah melalui aplikasi handphone. Kualitas pelayanan Go-jek cukup baik di mata pengguna. Meskipun masih ada beberapa yang merasakan kurang nyamannya penggunaan jasa Gojek tergantung masing-masing yang dirasakan.

Studi mengenai pengaruh kualitas pelayanan Gojek terhadap kepuasan konsumen (pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi go-jek) dilakukan oleh Tri Ulfa Wardani (2017). Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Gojek Indonesia. Penelitian ini menggunakan lima variabel independen yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* dengan satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Simpulan dari penelitian ini adalah aspek *Tangible* dan *Reliability* merupakan faktor yang paling signifikan dalam memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen Gojek.

Dan penelitian yang terbaru juga dilakukan oleh Muis (2019), yaitu studi mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen transportasi online yang ada di Kota Semarang (Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Transportasi GoJek Di Semarang). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Gojek yang ada di wilayah kota Semarang dan pengaruh dari suatu harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Gojek di Kota Semarang. Simpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan, harga dan merek terhadap kepuasan konsumen Gojek yang ada di Kota Semarang.

2.4 Hipotesa

Hipotesa yang diberikan oleh penulis adalah Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti *service quality* dan *price*. Jika konsumen merasa puas dalam melakukan konsumsi pada jasa yang ditawarkan, maka akan timbulnya *repeat buying* yang mengantarkan konsumen menjadi konsumen yang *loyal*.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Palangka Raya dengan karakteristik masyarakat yang pernah menggunakan Gojek dengan tujuan rutin seperti : bekerja, pendidikan, serta masyarakat dengan tujuan kepasar atau swalayan.

Gambaran studi jumlah penduduk dan luasan wilayah kota tersebut sebagai berikut : Kota Palangka Raya merupakan Ibukota Provinsi Kalimantan Tengah memiliki luas wilayah 2.853,52 km² dengan jumlah penduduk di Kota Palangka Raya sebanyak 275,667 jiwa (BPS,2017). Berdasarkan luas wilayah dibanding dengan jumlah penduduk yang ada, kepadatan penduduk Kota Palangka Raya tergolong tidak padat, dimana ada sekitar 96,61 jiwa/km²

Data akan diambil dari masyarakat Kota Palangka Raya secara umumnya yaitu individu yang pernah menggunakan Gojek sebelumnya. Penelitian dilakukan dengan metode sampling menggunakan *google form* yang disebar melalui *Whatsapp*, *Line* dan *Facebook*.

3.2 Alat dan Bahan

Dalam penelitian ini alat dan bahan yang digunakan adalah sebuah *smartphone* yang digunakan untuk mengisi *google form* yang dapat di akses beserta dengan alternative pilihannya sehingga data yang dikumpulkan sama, dan tiap responden diajukan pertanyaan yang sama. Data yang didapat kemudian akan dianalisis dengan *software IBM SPSS Statistic 23*.

3.3. *Sample* dan *Sampling*

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *sampling* untuk mendapatkan *sample*. *Sampling* merupakan suatu proses pemilihan sejumlah atau sebagian dari populasi yang digunakan untuk membuat kesimpulan tentang suatu populasi. Hasil yang didapat dari *sampling* adalah *sample*. Metode ini digunakan karena penelitian ini mengenai kepuasan konsumen Gojek yang berada di wilayah Kota Palangka Raya, dengan menggunakan metode *sampling* ini maka tidaklah harus meneliti semua konsumen Gojek satu persatu tetapi berdasarkan *sample* yang diperoleh dari *sampling*.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Dalam penelitian ini responden diminta untuk mengisi kuesioner dalam bentuk *google form* yang berisi pernyataan-pernyataan mengenai kepuasan dalam penggunaan jasa Gojek di wilayah Kota Palangka Raya.

Kuesioner mengenai kepuasan Gojek ini dibuat dalam bentuk *google form* dan disebar melalui jejaring sosial seperti *Whatsapp*, *Line* dan *Facebook*. Adapun deskripsi struktur demografi responden terdiri dari usia, jenis kelamin dan pendapatan. Untuk mendukung penelitian ini dibutuhkan data sebagai sumber informasi yaitu data primer dan data sekunder.

1. Pengumpulan data primer

Data primer didapatkan dengan menyebarkan kuesioner dibuat dalam bentuk *google form* dan disebar melalui jejaring sosial seperti *Whatsapp*, *Line* dan *Facebook*.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder ini didapatkan dengan cara mengumpulkan dari instansi-instansi terkait. Data ini berupa jumlah penduduk, untuk mengetahui kepadatan kota.

3. Teknik pengambilan sampel

- a. Untuk mendapatkan data dilakukan penyebaran kuesioner online berbentuk *google form* terhadap masyarakat yang sudah pernah menggunakan jasa transportasi online Gojek.
- b. Jumlah data yang dibutuhkan ditentukan dengan metode *sampling* yang dikembangkan oleh *Isaac* dan *Michael* (sugiono, 2007) mengenai ukuran kecukupan sampel untuk tingkat pemilhan kesalahan 5%.

Rumusnya sebagai berikut :

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan :

S = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (275.667 jiwa)

P dan Q = Proporsi dalam populasi (P = 0,50 dan Q = 0,50)

D = Ketelitian / derajat ketetapan (0,050)

λ^2 = Nilai table chisquare untuk μ tertentu ($\lambda^2 = 3,841$
 taraf signifikansi 95%)

Dasar pertimbangan kecukupan data dianalisa secara bertahap dengan tahapan pertama yaitu pengumpulan dan uji terhadap 5% ukuran data yang dikembangkan *Isaac* dan *Michael*. Maka dari jumlah penduduk kota Palangka Raya sebanyak 275.667 jiwa (berdasarkan data Tahun 2017).

4. Jenis Survei Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan dalam pengambilan data adalah metode *Stated Preferred*.

3.5 Tahapan Pengolahan Model

Tahapan pemodelan yang dilakukan dalam penelitian dimulai dari identifikasi variable dari setiap alternative yang berpengaruh dalam menentukan nilai suatu kepuasan dan pilihan harus dapat diterima dan realistis. Cara dalam memilih akan disampaikan pada responden untuk memilih satu pilihan.

3.5.1 Identifikasi Variabel

Merupakan proses penentuan variabel dan faktor-faktor yang dianggap paling berpengaruh dalam menentukan suatu kepuasan dalam menggunakan jasa Gojek.

a. Kelompok faktor karakteristik perjalanan

1) Variabel tujuan perjalanan (*Trip Purpose*)

Secara teoritis tujuan perjalanan mempengaruhi kepuasan konsumen Gojek, di dalam rencana penelitian ada 3 tujuan perjalanan yang diamati sebagai variabel *dummy* yang diasumsikan mewakili aktivitas yang ada di masyarakat yaitu

- a) Ekonomi (Bekerja),
- b) Pendidikan
- c) Sosial (Sebagai *base category* (0)).

2) Variabel waktu perjalanan (*time of trip mode*)

Variabel respon kecendrungan pelaku perjalanan dalam melakukan perjalanan, dan diambil pada jam-jam sibuk, yaitu :

- a) Pagi pukul (06.00-08.00)
- b) Siang pukul (11.00-14.00)
- c) Sore pukul (16.00-18.00)

3) Variabel panjang perjalanan (trip length)

Untuk panjang perjalanan diperhitungkan responden melakukan perjalanan dalam kota saja, yaitu :

- a) Pendek (kurang dari 3 Km)
- b) Sedang (3 sampai 6 Km)
- c) Panjang (6 sampai 9 Km)

b. Kelompok faktor karakteristik si pelaku perjalanan

- 1) Variabel pendapatan : pendapatan rendah kurang dari Rp. 2.500.000 (1), pendapatan sedang Rp. 3.500.000 – Rp. 4.500.000 (2), pendapatan sangat tinggi lebih dari Rp. 4.500.000 (3). Data pendapatan juga dapat didekati nilainya dengan jumlah pengeluaran responden per bulan.

2) Variabel sosial ekonomi



a) Struktur keluarga diamati sebagai variabel *dummy* yaitu kepala rumah tangga, ibu rumah tangga dan anak sebagai *base category*.

b) Ukuran keluarga diamati sebagai data rasio yang jumlah anggota keluarga yang tinggal serumah dengan responden.

c) Jenis kelamin diamati sebagai variabel *dummy* yaitu laki-laki dan perempuan sebagai *base category*.

d) Umur responden diamati dengan skala ordinal yaitu (1) umur <20 tahun (2), 20-40 tahun (3), diatas 40 tahun.

e) Jenis pekerjaan diamati sebagai variabel *dummy*, yaitu PNS, swasta, dan pelajar. *Base category* nya adalah pekerjaan “lain-lain”.

f) *Lifestyle* yang diamati dalam penelitian ini difokuskan kepada ada tidaknya pengaruh ketertarikan emosional pribadi terhadap pemilihan moda sebagai *dummy*, yaitu pemilihan moda karena ketertarikan pribadi (*selera*) dan pemilihan moda sesuai kebutuhan (*base category*).

c) Kelompok karakteristik sistem transportasi

1) Variabel lamanya waktu perjalanan dalam kendaraan. Variabel diamati dengan data skala ordinal waktu yang diperlukan saat berada di kendaraan Gojek dengan tujuan perjalanan tertentu dengan ketentuan

sebagai berikut : (1) waktu perjalanan (<15 menit), (2) waktu perjalanan cukup singkat (15-30 menit), (3) waktu perjalanan cukup panjang (30-45 menit)

2) Variabel biaya relatif untuk biaya Gojek, data variabel ini diamati berdasarkan estimasi biaya Gojek yang diperlukan untuk tujuan perjalanan yang dilakukan, dengan jenis data skala ordinal sebagai berikut : Rp 2.500-Rp 5.000, (3) biaya perjalanan > Rp. 5.000.

3) Variabel Keamanan. Variabel ini diamati berdasarkan frekuensi terjadinya gangguan keamanan selama mengendarai kendaraan atau berada dalam kendaraan, dengan jenis data skala ordinal sebagai berikut : (1) aman, artinya tidak pernah mengalami gangguan keamanan ataupun ancaman keselamatan, (2) kurang aman, artinya pernah mengalami 1 kali gangguan keamanan ataupun ancaman keselamatan, (3) tidak aman, artinya pernah mengalami gangguan keamanan atau ancaman keselamatan lebih dari 1 kali.

4) Variabel tingkat kehandalan Gojek (*reliability*)

a) Variabel lamanya waktu perjalanan dalam kendaraan. Variabel ini diamati dengan data skala ordinal waktu yang diperlukan saat memakai/berada dalam kendaraan dengan tujuan perjalanan tertentu dengan ketentuan sebagai berikut : (1) waktu perjalanan (<15 menit),

(2) waktu perjalanan cukup singkat (15-30 menit), (3) waktu perjalanan cukup panjang (30-45 menit).

b) Waktu tunggu untuk transportasi online. Variabel ini diamati berdasarkan pengalaman responden di dalam menunggu kedatangan *driver* Gojek di halte/pinggir jalan, dengan data skala ordinal sebagai berikut : (1) waktu tunggu Gojek rendah < 7 menit, (2) waktu tunggu Gojek cukup 7-15 menit, (3) waktu tunggu Gojek tinggi > 15 menit.

c) Keselamatan. Data tingkat keselamatan dikategorikan menjadi 2 yaitu (1) tidak pernah, artinya pengemudi atau *driver* tidak pernah melanggar peraturan lalu lintas di jalan (2) Pernah, artinya pengemudi atau *driver* pernah melanggar peraturan lalu lintas di jalan 1 kali, (3) Sering, artinya pengemudi atau *driver* pernah melanggar peraturan lalu lintas di jalan lebih dari 1 kali. Dilihat dari persepsi dan pengalaman masyarakat terhadap tingkat kecelakaan pada Gojek.

d) Kenyamanan. Data tingkat kenyamanan dikategorikan menjadi 3 yaitu (1) tidak pernah, artinya pengemudi atau *driver* tidak pernah melakukan aktifitas lain yang mengganggu konsentrasi ketika sedang mengendarai kendaraan (2) Pernah, artinya pengemudi atau *driver* pernah melakukan aktifitas lain yang mengganggu konsentrasi ketika sedang mengendarai kendaraan 1 kali (3) Sering, artinya pengemudi

atau *driver* pernah melakukan aktifitas lain yang mengganggu konsentrasi ketika sedang mengendarai kendaraan lebih dari 1 kali.

e) Keterjangkauan. Data ini diamati berdasarkan pengalaman penumpang terhadap kesesuaian pemesanan/pembayaran di dalam aplikasi. Data tingkat keterjangkauan dikategorikan menjadi 2, yaitu (1) Tidak Pernah, artinya pengemudi atau *driver* tidak pernah memberikan pelayanan tidak sesuai dengan permintaan di dalam aplikasi dan (2) Pernah, artinya pengemudi atau *driver* pernah memberikan pelayanan tidak sesuai dengan permintaan di dalam aplikasi.

f) Keteraturan. Variabel ini diamati berdasarkan pengalaman dan persepsi responden (penumpang), dengan data tingkat keterjangkauan dikategorikan menjadi 2, yaitu : (1) Tidak Pernah, pengemudi menurunkan penumpang di tempat yang aman dan tidak mengganggu kelancaran lalu lintas dan (2) Pernah, pengemudi menurunkan penumpang di tempat yang tidak aman dan mengganggu kelancaran lalu lintas.

3.5.2 Tahapan Pemodelan Nilai Utilitas Pelaku Perjalanan

Di dalam penelitian metode yang digunakan adalah model regresi logistik ordinal dan dilakukan pengumpulan data untuk membentuk sebuah fungsi utilitas dan model kepuasan.

1. Respon rating untuk pembentukan fungsi utilitas model regresi

Logistik ordinal.

Menentukan jenis pendekatan untuk model regresi logistik ordinal menggunakan pendekatan disagregat stokastik. Pada pendekatan ini nilai kepuasan lebih realistis karena mempertimbangkan unsur-unsur yang tidak teramati, yang diwakili oleh unsur *error*, sehingga model umumnya menjadi

$$U_{gojek} = \beta_1 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e \dots \dots \text{Rumus} \dots \dots 3.2$$

Dengan :

U = Nilai Kepuasan menggunakan Gojek

β = Konstanta karakteristik nilai kepuasan (koefisien regresi)

e = faktor kesalahan

X = Variabel yang diamati

Untuk variabel *dependent* (U) nilai kepuasan didekati dengan *score* tingkat kepuasan responden terhadap suatu pilihan. Estimasi parameter utilitas secara langsung dilakukan dengan menggunakan metode regresi logistik ordinal yaitu dengan mengetahui respon dengan ketentuan sebagai berikut :

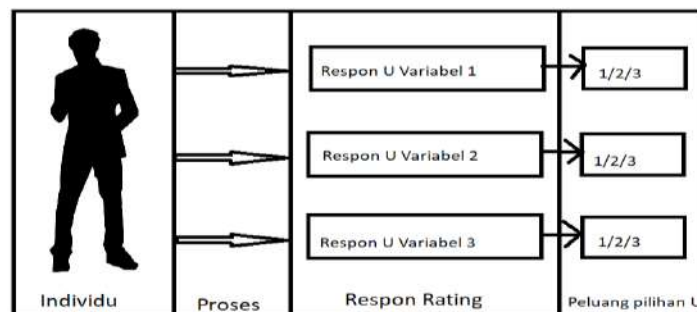
1) Setiap responden menentukan *rating* utilitas/kepuasan pilihan berdasarkan karakter atribut masing-masing. Pilihan pertama dimaksudkan untuk mendapatkan respon utilitas langsung terhadap variabel yang berpengaruh. Pilihan kedua dan ketiga dimaksudkan untuk merespon pertimbangan utilitas terhadap variabel.

2) Secara spesifik *rating* pilihan dinyatakan dengan *score* sebagai berikut :

3 = puas terhadap pelayanan Gojek

2 = kurang puas dan ragu terhadap pelayanan Gojek

1 = tidak puas terhadap pelayanan Gojek



Gambar 3.1 Skema Respon Utilitas Model Regresi Ordinal

Kelebihan model ini tidak menuntut responden untuk mengetahui karakteristik dari variabel yang lain.

3.5.3 Tahapan Pemodelan Peluang Alternative Pilihan Variabel

Pemilihan jenis pendekatan model dengan pemilihan model diskrit

Dengan bentuk model logit, prinsipnya :

- a. Memaksimalkan kepuasan dalam mengkonsumsi pelayanan
- b. Menganalisis pilihan konsumen dalam kepuasan dari beberapa variabel

Pada dasarnya model peluang yang akan dibentuk merupakan ekspresi dari analisis regresi logistik. Model dikembangkan dari konsep mengenai fungsi probabilitas kumulatif yang nilainya antara 0 dan 1 seperti fungsi peluang sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 P_i &= F(Z_i) = F(\beta_0 + \beta \cdot x) = 1/(1 + e^{-z_i}) \\
 &= \frac{1}{(1 + e^{-(\beta_0 + \sum \beta \cdot x)})} \dots \dots \dots (3.3)
 \end{aligned}$$

Jika persamaan tersebut dikalikan $1 + e^{-z}$, kemudian membaginya dengan P_i maka perlu dilakukan :

$$\frac{(1 + e^{-z})P_i - 1}{P_i}$$

Diperoleh

$$e^{-z} = \left(\frac{1}{p_1}\right) - 1 \text{ atau}$$

$$e^z = \frac{p_1}{1-p_1} \dots \dots \dots (3.4)$$

Nilai $\frac{p_1}{1-p_1}$ disebut sebagai *odds ratio* yang membandingkan antara peluang terjadinya p_1 dan bukan p_1 ($1-p_1$). Nilai *odds ratio* ini digunakan untuk mengetahui resiko kecenderungan untuk mengalami suatu kejadian tertentu antara kategori yang 1 dengan yang lain.

Kemudian jika persamaan 3.3 di-log-naturalkan maka akan didapat persamaan regresi logistik sebagai berikut :

$$Z = \ln \frac{p_i}{1-p_i} = \beta_0 + \sum \beta_j x_j \dots \dots \dots (3.5)$$

Persamaan regresi logistik inilah yang kemudian dikembangkan sebagai fungsi utilitas untuk model peluang pilihan kepuasan dimana p_i adalah peluang pemilihan puas dan $1-p_i$ sebagai peluang pemilihan tidak puas.

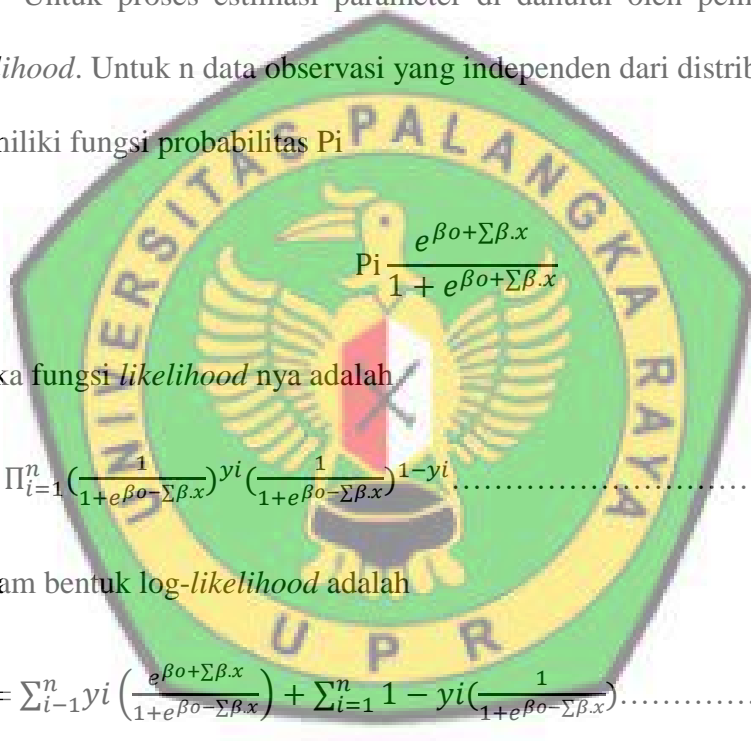
Untuk pemilihan suatu kepuasan, ditetapkan terlebih dahulu untuk nilai kepuasannya (*base category*) dengan peluang P ($y_i = 0$). Pilihan kepuasan dinyatakan dengan nilai (j) dimana jika sebagai pembanding nilai j ditetapkan 0. Di dalam penelitian yang dilakukan, cukup puas ditetapkan sebagai nilai pembanding. Sehingga dengan mengembangkan persamaan 3.4 seperti model

binary sebelumnya, maka persamaan regresi logistik untuk 3 pilihan nilai kepuasan adalah sebagai berikut :

$$\text{Ln} (Pp/Pcp) = \beta_{0ap} + \sum \beta .x_{to} \dots \dots \dots (3.6)$$

$$\text{Ln} (Ptp/Pcp) = \beta_{0ap} + \sum \beta .x_{to} \dots \dots \dots (3.7)$$

Untuk proses estimasi parameter di dahului oleh pembentukan fungsi *likelihood*. Untuk n data observasi yang independen dari distribusi ordinal yang memiliki fungsi probabilitas P_i



$$P_i = \frac{e^{\beta_0 + \sum \beta .x}}{1 + e^{\beta_0 + \sum \beta .x}}$$

Maka fungsi *likelihood* nya adalah

$$L = \prod_{i=1}^n \left(\frac{1}{1 + e^{\beta_0 - \sum \beta .x}} \right)^{y_i} \left(\frac{1}{1 + e^{\beta_0 - \sum \beta .x}} \right)^{1 - y_i} \dots \dots \dots (3.8)$$

Dalam bentuk log-likelihood adalah

$$\text{Ln} = \sum_{i=1}^n y_i \left(\frac{e^{\beta_0 + \sum \beta .x}}{1 + e^{\beta_0 - \sum \beta .x}} \right) + \sum_{i=1}^n 1 - y_i \left(\frac{1}{1 + e^{\beta_0 - \sum \beta .x}} \right) \dots \dots \dots (3.9)$$

Dengan memaksimalkan fungsi *likelihood* menggunakan teknik *maksimum likelihood estimation* (MLE) maka akan didapatkan parameter dari fungsi. Lebih lanjut untuk proses estimasi parameter di dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS.

Keterangan :

P_p = peluang nilai puas

P_{tp} = peluang nilai tidak puas

P_{cp} = peluang nilai cukup puas

3.5.4 Tahapan Penentuan Proporsi Peluang Nilai Kepuasan

Menentukan tingkat pemilihan nilai kepuasan dari pelaku perjalanan untuk semua alternatif kepuasan. Model hasil penelitian kemudian lebih lanjut diuji apakah sudah memiliki tingkat kebenaran yang tinggi yaitu dengan model *checking* terhadap data observasi, sehingga dapat dinilai kesuksesan yang dibentuk oleh model (*Goodness of fit*).

3.6 Uji Statistik Terhadap Pemilihan Nilai Kepuasan

Salah satu konsep dasar yang penting untuk diperhatikan dalam pembentukan nilai kepuasan adalah konsep respon pilihan kepuasan dari pelaku perjalanan.

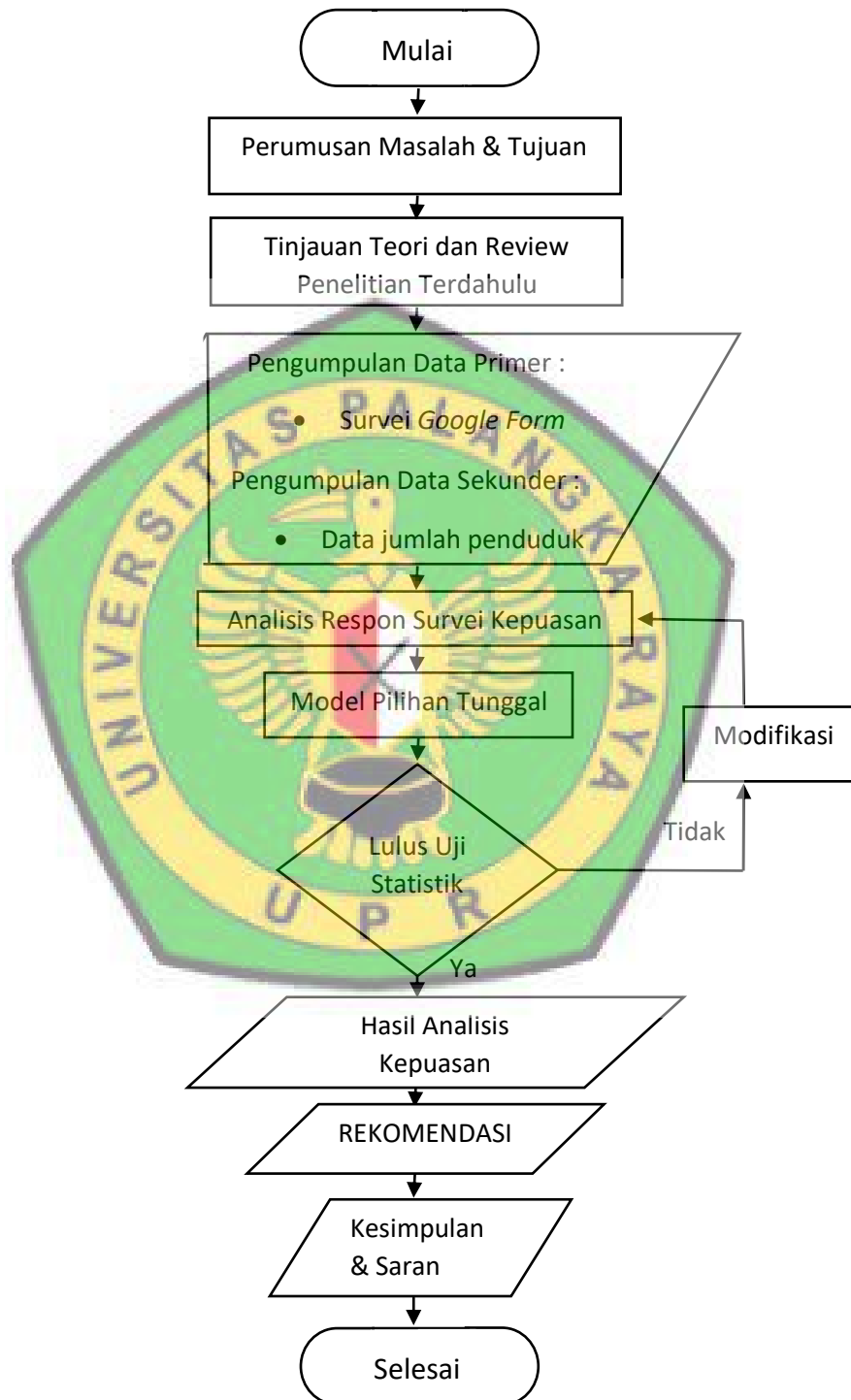
Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengamatan adalah dengan melakukan uji statistik dengan menggunakan bantuan *software* SPSS, uji statistik tersebut antara lain :

- 1.. Pengujian *Likelihood Ratio* dilakukan terhadap gabungan keseluruhan variabel *independent* dan untuk masing-masing variabel *independent Likelihood Ratio Test*.

2. *Goodness Of Fit*. Pengamatan *Goodness Of Fit* dilakukan dengan memperhatikan nilai *pearson* dan *devience*, dengan ketentuan bahwa jika nilai *pearson* dan *devience* tidak signifikan merata artinya model tersebut baik secara statistik karena hasil prediksi model dengan data aktual tidak terdapat perbedaan yang berarti.
3. *Pseudo R-Square*. Pengukuran kebaikan garis regresi dilakukan dengan memperhatikan nilai *Pseudo R²Cox* dan *Snell*, *Nagelkerke* dan *McFadden*.
4. *Wald*. Dapat digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* mempengaruhi variabel *dependent* atau tidak.

Metode respon pilihan nilai kepuasan dilakukan khusus untuk responden yang memiliki akses terhadap penggunaan kendaraan pribadi, angkutan umum, dan transportasi *online* di Kota Palanga Raya dalam bentuk model. Prinsip dasar di dalam pembentukan model terbaik dilakukan dengan menetapkan nilai *pseudo R square* dari model pilihan kepuasan dengan metode respon tunggal sebagai pembanding utama, apabila syarat uji statistik tidak terpenuhi.

3.7 Bagan Alir Penelitian



Gambar 3.2 Diagram Alir Penelitian

BAB V

PENUTUPAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan beberapa hal yang terkait dengan seberapa besar tingkat kepuasan pengguna Gojek di Kota Palangka Raya, antara lain :

1. Pengguna gojek di Kota Palangka Raya cukup puas dengan mutu dan pelayanan yang diberikan pihak driver gojek dan pihak pengembang gojeknya sendiri. Berdasarkan hasil survai yang dilakukan kepada 364 responden hanya 2,7% memilih tidak puas, 6,3% memilih kurang puas lalu sebanyak 52,7% memilih cukup puas, 32,4% memilih puas dan 5,8% memilih sangat puas terhadap layanan gojek.
 - a) Model prediksi kepuasan berdasarkan hasil analisis yang diamati di lapangan adalah sebagai berikut :

$$P(5) = \frac{1}{1 + e^{(\theta_4 + \Sigma\beta x)}}$$

$$P(4) = \frac{1}{1 + e^{(\theta_3 + \Sigma\beta x)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_4 + \Sigma\beta x)}}$$

$$P(3) = \frac{1}{1 + e^{(\theta_2 + \Sigma\beta x)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_3 + \Sigma\beta x)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_4 + \Sigma\beta x)}}$$

$$P(2) = \frac{1}{1 + e^{(\theta_1 + \Sigma\beta x)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_2 + \Sigma\beta x)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_3 + \Sigma\beta x)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_4 + \Sigma\beta x)}}$$

$$P(1) = 1 - \frac{1}{1 + e^{(\theta_4 + \Sigma\beta x)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_3 + \Sigma\beta x)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_2 + \Sigma\beta x)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_1 + \Sigma\beta x)}}$$

2. Beberapa faktor kualitas layanan penentu kepuasan konsumen gojek :

a) Seberapa mudah anda dalam mengoperasikan aplikasi Gojek ?

(3,2% sulit digunakan, 40,3% cukup mudah digunakan, 56,6% mudah digunakan)

b) Berapa lama waktu Anda menunggu hingga jemputan Gojek tiba ?

(1,5% lama, 40,6% sedang, 57,9% cepat)

c) Berapa lama biasanya waktu perjalanan Anda saat menggunakan jasa transportasi Gojek ?

(1,3% lama, 30,5% sedang, 68,2% cepat)

d) Apakah Anda pernah mengalami gangguan pada saat menggunakan jasa transportasi gojek ?

(7,3% pernah mengalami gangguan lebih dari 2 kali, 30,5% pernah mengalami gangguan 1 kali, 62,2% tidak pernah mengalami gangguan)

e) Apakah Anda sering menjumpai driver dengan moda transportasi yang tidak berstandar keselamatan?

(8,8% pernah berjumpa lebih dari 2 kali, 16,3% pernah berjumpa selama 1 kali, 74,9% tidak pernah menjumpai)

f) Apakah driver Gojek pernah melakukan suatu tindakan yang mengancam keselamatan Anda ?

(0,7% sering lebih dari 2 kali, 3,6% pernah 1 kali, 95,7% tidak pernah)

g) Apakah selama Anda menggunakan jasa transportasi Gojek pernah terjadi pelanggaran lalu lintas oleh driver Gojek ?

(15,3% pernah, 84,8% tidak pernah)



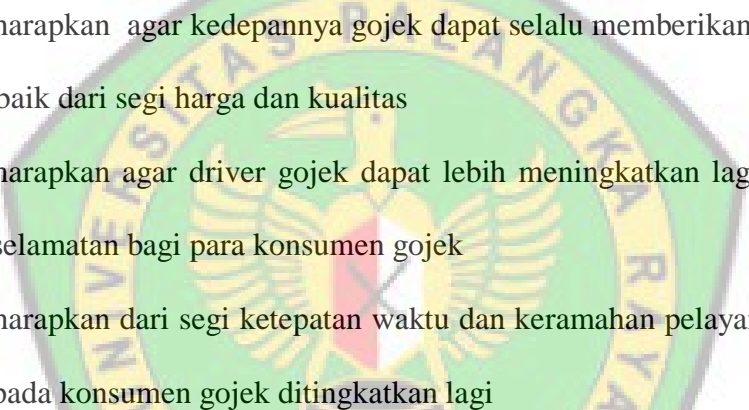
h) Apakah driver gojek selalu ramah terhadap Anda ?

(8,1% tidak, 91,9 iya)

i) Apakah driver Gojek pernah meminta pembayaran lebih, tidak sesuai dengan jumlah yang ada di aplikasi ?

(5,1% pernah, 94,9% tidak pernah)

3. Berdasarkan hasil wawancara mengenai harapan konsumen gojek di Kota Palangka Raya, antara lain :

- 
- a) Diharapkan agar kedepannya gojek dapat selalu memberikan pelayanan yang terbaik dari segi harga dan kualitas
 - b) Diharapkan agar driver gojek dapat lebih meningkatkan lagi keamanan dan keselamatan bagi para konsumen gojek
 - c) Diharapkan dari segi ketepatan waktu dan keramahan pelayanan driver gojek kepada konsumen gojek ditingkatkan lagi

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisa yang telah disimpulkan, maka dapat diberikan beberapa saran kepada pihak-pihak terkait kepuasan konsumen gojek dapat dilakukan dengan cara meningkatkan keamanan dan kenyamanan transportasi gojek. Untuk pengembangan penelitian selanjutnya, secara spesifik sangat diperlukan pengamatan karakteristik penduduk kota secara detail untuk memprediksi tingkat kepuasan konsumen gojek di Kota Palangka Raya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abley, J. 2002. *Stated preference techniques and consumer decision making : New challenge to old assumptions.*
- Black, J . 1981. *Urban Transport Planning.* London: Croom Helm.
- Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya. 2017.
<https://palangkakota.bps.go.id/statictable/2019/03/06/197/luas-wilayah-jumlah-penduduk-dan-kepadatan-penduduk-kota-palangka-raja-menurut-kecamatan-2013-2017.html> (Diupdate 06 maret 2019).
- Ben-Akiva, M., & Lerman, S. R. 1985. *Discrete Choice Analysis: Theory and Application to Travel Demand.* Cambridge: The MIT Press.
- Bruton, M. J . 1985. *Introduction to Transportation Planning.* London: Hutchinson & Co. Ltd.
- Furnish, P. dan W. Don. 2009. *Making The Most Of Models: Using To develop More Effective transport Policies And Strategies.* Victoria Transport Policy Institute.
- Firdausi, Mutiara dan Ratih Sekartaadji. 2016. *Analisis Pemilihan Moda Kendaraan Pribadi dan Angkutan Umum di Bandara Internasional Adisucipto Yogyakarta.* Penelitian, Fakultas Teknik Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, Surabaya.
- Manheim, Marvin, L. 1979, *Fundamental of Transportation System Analysis,* Cambridge. Massachusetts, London; The MIT Press.
- Miro, F . 2005. *Perencanaan Transportasi.* Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Morlok, E. K. 1995. *Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi.* Ciracas, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Munawar, A. 2005. *Dasar-dasar Teknik Transportasi.* Yogyakarta: Penerbit Beta Offset.
- Ortuzar, J .D. And willumsen L.G. 1994. *Modelling transport,* Jhon Willey & Son.
- Pearmain, D. dan Swanson, J ., 1991. *Stated Preference Techniques: A Guide to Practice,* Second Edition, Hague Consulting Group, Surinamestraat 4, 2585 GJ Den Haag, The Netherlands.
- Supriyanto, Aris. 2003. *Analisis Pemilihan Moda Antara Busway Dan Kendaraan Pribadi Dengan Model Logit Probit.* Tesis Magister Teknik Sipil Universitas Indonesia, Jakarta.
- Tamin, O. Z. 1997. *Perencanaan dan Pemodelan Transportasi.* Bandung: Penerbit ITB.
- Tamin, O. Z. 2000. *Perencanaan dan Pemodelan Transportasi.* Bandung: Penerbit ITB.