

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER
RETENTION* PENGGUNA *GO-RIDE* PALEMBANG**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Khoirul Mukamal

1620200106

**STIE MULTI DATA PALEMBANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PALEMBANG
2020**

STIE MULTI DATA PALEMBANG

Program Studi Manajemen
Skripsi Sarjana Ekonomi
Semester Genap Tahun 2019/2020

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* PENGGUNA *GO-RIDE* PALEMBANG

Khoirul Mukamal

1620200106

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer retention* yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* terhadap pengguna *go-ride* Palembang secara parsial. Tujuan lainnya untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer retention* yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* terhadap penggunaan *Go-Ride* di Palembang secara simultan. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu melakukan penyebaran kuisioner dengan skala likert, dengan jumlah responden 205 responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Teknik pengambilan menggunakan nonprobability sampling dengan metode purposive sampling serta menggunakan bantuan software spss 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji parsial (uji-t) variabel *tangible* (x1), *reliability* (x2), *responsiveness* (x3), *assurance* (x4), *empathy* (x5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* penggunaan. Uji simultan (uji-f) membuktikan bahwa variabel independen adalah *tangible* (x1), *reliability* (x2), *responsiveness* (x3), *assurance* (x4), *empathy* (x5) berpengaruh terhadap variabel dependen adalah *customer retention* (y).

Kata kunci: *tangibel*, *reliability*, *resposiveness*, *assurance*, *empathy* dan *customerretention*

STIE
MDP

BAB I

PENDAHULUAN

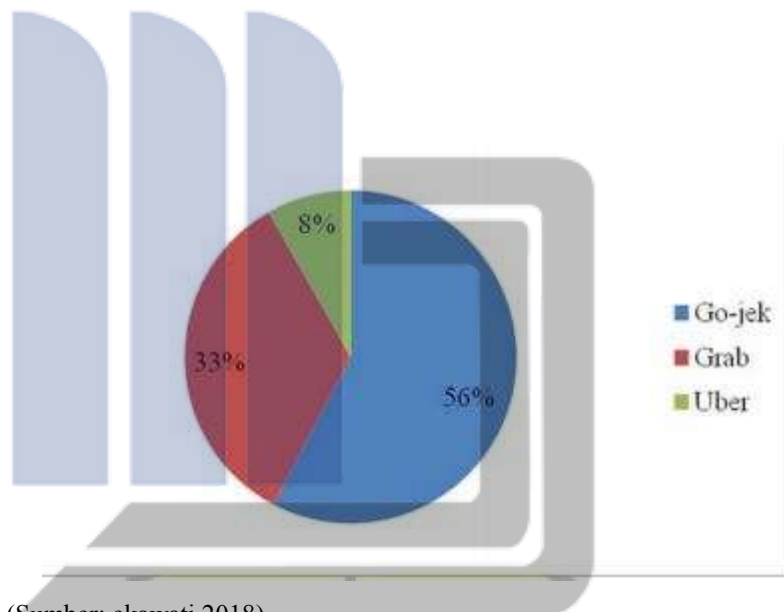
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju saat ini, membuat pelanggan menjadi lebih selektif dalam memilih suatu barang atau jasa yang diinginkan, Perusahaan berlomba-lomba bersaing untuk mendapatkan perhatian pelanggan, agar pelanggan datang kembali untuk melakukan pembelian ulang, secara garis besar pelanggan akan puas karena adanya kualitas dari barang dan jasa itu sendiri. Bukan hanya dengan memberikan barang atau jasa yang terbaik, tetapi perusahaan juga memberikan kualitas layanan yang terbaik untuk menarik perhatian pelanggan (David, 2018).

Perkembangan dan pemanfaatan teknologi saat ini sudah menyentuh di segala bidang termasuk dalam hal bisnis jasa yang saat ini semakin beragam dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Salah satu bisnis jasa yang sedang berkembang saat ini yaitu ojek *online*. Salah satu perusahaan transportasi ojek ini adalah Go-Jek, Go-Jek merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi ojek *online* yang menyediakan salah satu transportasi yang di namakan *Go-Ride* (Yuliantari, 2017).

Bisnis ojek *online* menjadi bisnis *strat-up* yang cukup berhasil dalam memberikan pelayanan transportasi motor. Di Indonesia, terdapat 3 (tiga)

pemain besar dalam bisnis ini yaitu; *Go-Ride*, Uber Motor dan *Grab-bike*. Ketiga perusahaan ini bersaing cukup ketat sehingga berbagai promo yang menarik disediakan untuk mendapatkan perhatian konsumen. Pemenuhan harapan konsumen merupakan faktor penting untuk perusahaan. Tiga perusahaan yang bergerak pada bisnis ojek *online* merupakan *start-up* yang dipercaya menyediakan layanan transportasi modern terjangkau, lebih murah dan menyediakan pelayanan lebih baik kepada konsumen (Aulawi, 2019).



(Sumber: ekawati 2018)

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Aplikasi Ojek Online

Berdasarkan gambar 1.1 di atas dapat kita lihat bahwa 56% konsumen memilih menggunakan Go-Jek, 33% menggunakan Grab dan 8% untuk menggunakan Uber. Dinamika persaingan bisnis sektor jasa transportasi online yang semakin ketat sekarang ini mengharuskan manajemen Go-Jek untuk senantiasa melakukan berbagai strategi agar dapat merebut hati banyak konsumen.

Peneliti LD FEB UI paksi c.k walanndaow mengatakan, sekitar 63% konsumen menggunakan *Go-Ride* untuk pulang dan pergi kerja, sekolah, atau kulyah layanan transportasi yang di berikan Go-Jek menjadi pilihan konsumen karena harganya terjangkau. Selain *Go-Ride*, *Go-Food* menjadi layanan kedua yang banyak digunakan konsumen Go-Jek.

Menurut Berry, Parasuraman dan , Zaithaml, dalam Tjiptono (2016, h 137) bahwa terdapat 5 (lima) dimensi pokok. kompetensi, kesopanan, kredibilitas dan keamanan di satukan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan diintergrasikan menjadi (*empathy*). Dengan demikian terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut.

Go-Ride telah memberikan sebuah fasilitas kepada konsumen dan *driver* untuk mengirimkan pesan kepada konsumen ketika hendak mau menjemput dan ketika *driver* telah sampai di lokasi penjemputan dan juga dari segi harga *Go-ride* juge tidak berubah ubah dan murah dibandingkan dengan ojek konvensional. Yang berhubungan dengan Menurut Berry parasuraman dan Zaithaml, dalam Tjiptono (2016, h 137), Reliabilitas (*Reability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang di sepakati.

Dalam melakukan respon kepada konsumen *Go-Ride* selalu dan senantiasa mengkonfirmasi orderan pelanggan secara cepat dan memastikan

bahwa pemesanan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen dengan menelpon dan *menchating* konsumen dalam menanggapi kebutuhan pelanggan. Yang berhubungan dengan Menurut parasuraman, Zaithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2016, h 137), Daya Tanggap (*Resposiveness*) merupakan yang berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan di berikan dan kemudian memberikan jasa secepatnya.

Driver *Go-Ride* dapat di percaya dan terampil dalam mengendarai kendaraan yang di gunakan dan mengantarkan konsumen dengan selamat sampai tujuan oleh *Driver Go-Ride* tersebut dan juga perusahaan memberikan standar bahwa semua *Driver* harus mempunyai sim (surat izin mengemudi) untuk izin mengemudi di jalan raya yang di keluar kan oleh negara melalui polantas (polisi lalu lintas) dan juga Go-Jek juga meminta surat skck (surat keterangan catatan kepolisian) yang mana saat pendaftaran para mitra gojeknya. sehingga dapat memastikan bahwa *Driver* Go-Jek bebas dari tindak kriminal ataupun belum pernah melakukan hal yang melanggar hukum. Yang berhubungan dengan Menurut Berry, parasuraman, dan Zaithaml, dalam Tjiptono (2016, h 137), Jaminan (*Assurance*) perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga bearti bahwa para karyawan selalu bersikap

sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang di butuhkan untuk menangani setiap pertanyaan ataupun masalah pelanggan.

Driver go-ride ketika melakukan penjemputan maka *driver* selalu memberikan helm demi untuk menjaga keselamatan konsumennya dan memberitahu cara menggunakan helm. Yang berhubungan dengan Menurut parasuraman, Zaithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2016, h 137), Empati (*Empathy*) perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Penampilan yang menarik dan sopan yang menjadi standarisasi *go-ride* seperti jaket *driver go-ride* yang dominan berwarna hijau dengan kolaborasi helm yang sama dengan warna jaket dalam perlengkapan yang di gunakan dan material yang di gunakan selain itu *go-ride* juga menggunakan kendaraan bermotor yang bersih dan sesuai standar tanpa di *modifikasi*. Yang berhubungan dengan Menurut parasuraman, Zaithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2016, h 137), Bukti Fisik (*Tangibles*). Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang di gunakan perusahaan. penampilan karyawan.

(Felicia Laurent 2016), Pengaruh *e-Service quality* terhadap *loyalitas* Pelanggan *go-jek* Melalui Kepuasan Pelanggan *e-service quality* memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik *e-service quality* dari sebuah perusahaan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

(David, 2018) Pengaruh *e-service quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada transportasi *online* grab, *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut ditunjukkan dari hasil pengujian *bootsraping* dengan nilai *original sample* sebesar 0,864 yang menunjukkan angka yang positif, dan nilai *statistic* yang lebih dari 1,96 yaitu sebesar 30,248 sehingga dapat dikatakan berpengaruh signifikan.

(Djamaludin, 2018) *the effect of service quality, price and trust to customer satisfaction users of transportation services online* Ojek. terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek *online* Go-jek di Kota Semarang.

(Aulawi, 2019) *e-service quality* ojek *online* terhadap *customer retention* (2019). Dari hasil olah data serta Analisa dengan menggunakan aplikasi SPSS 17.0 yang telah dipaparkan pada sebelumnya dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *eservqual* dan *costumer retention*, dimana *e-servqual* memberikan pengaruh yang positif terhadap *Consumer Retention*. *E-servqual* yang meliputi (*information quality*), keamanan (*security*), fungsi *website* (*website functionality*), hubungan konsumen (*customer relationship*), response (*responsiveness*) dan pemenuhan (*fulfillment*). *Eservqual* memberikan pengaruh yang kuat untuk mendorong konsumen menggunakan kembali jasa ojek *online* (ojol). Beberapa unsur-unsur *e-servqual* memberikan dampak yang signifikan

terhadap *consumer retention*, dimana setiap ada peningkatan *e-servqual* akan terjadi peningkatan terhadap *customer retention* yang signifikan.

Berdasarkan dari latar belakang dan penelitian terdahulu maka penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Retention* (Study kasus pengguna *Go-Ride* Palembang).

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka perumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh secara parsial terhadap *customer retention go-ride* di kota Palembang?
2. Apakah *service quality* berpengaruh secara simultan terhadap *customer retention go-ride* di kota Palembang?

1.3 RUANG LINGKUP PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang penelitian ini penulis membatasi objek penelitian pada variabel *service quality* (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) serta variabel *customer retention*. Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan aplikasi ojek online (*go-ride*).

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer retention go-ride* di kota Palembang secara parsial.
2. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer Retention go-ride* di kota Palembang secara simultan.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Penulis, Penelitian ini berguna untuk menambah pengalaman dalam menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah ke dalam praktek nyata.
2. Bagi Perusahaan, Diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai *service quality* yang baik berkaitan dengan *costumer retention*.
3. Bagi pihak lain hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi yang bermanfaat.

1.6 SISTEMATIKA PENELITIAN

Sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Penulisan akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang mendasari masalah yang diteliti seperti landasan teori, penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

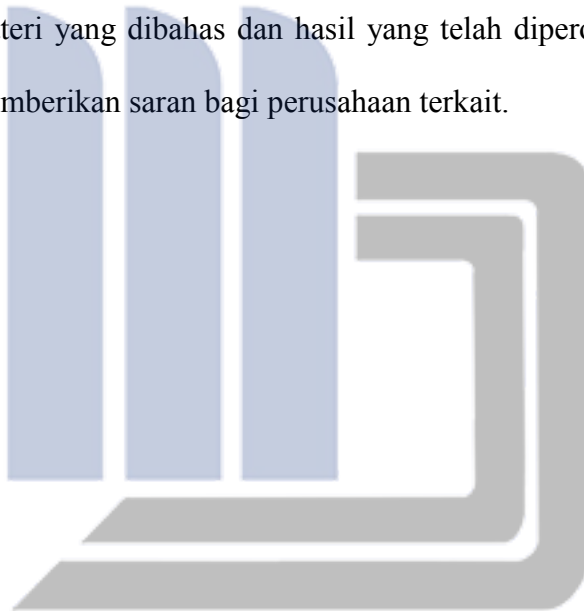
Penulis akan membahas metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek/subjek penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penulis akan membahas mengenai pengolahan data yang telah diperoleh yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti penulis. Di dalam bab ini terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian berdasarkan materi yang dibahas dan hasil yang telah diperoleh dan penulis akan memberikan saran bagi perusahaan terkait.



STIE
MDP

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansi, 2016 *Pemasaran Jasa Financial*, Salemba Empat. Jakarta
- Aulawi, sukirno, widiawati 2019, *E-Service Quality Ojek Online Terhadap Customer Retension*, diakses 5 maret 2020, dari www.google.com
- Armando 2018, *Aplikasi Gojek Sangat Membantu Mahasiswa*, diakses 3 maret 2020, dari www.google.com.
- Dimas 2018, *Lima Layanan Go-Jek Yang Paling Banyak Digunakan Konsumen*, diakses 27 Juni 2018, dari www.google.com.
- Dzakzyf 2016, *Diagram Dan Analisis Bagaimana Gojek Berjalan*, diakses 28 juni 2020, dari www.google.com.
- Ghozali,imam, 2018, *Aplikasi Analisis Mulvariast Dengan Program IBM SPSS* Badan penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Iskandar Nathanael 2018, *Ringkasan Hasil Survey Dampak Go-Jek Terhadap Perekonomian Indonesia*, diakses 2 Juni, dari www.google.com.
- Kata data 2019, *Penghasilan Mitra Go-Jek Melebihi Upah Minimum Kota*, diakses pada 5 Maret 2020, dari www.google.com.
- Laurent Felicia 2016, *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan*, diakses pada 1 Maret 2020, dari www.google.com.
- Markey 2019, *Sejarah Gojek Indonesia, Propil, Fitur Dan Layanan*, diakses 28 juni 2020, dari www.google.com.
- Mustakim Ari 2018, *Studi Eksperimental Thermoelectric Generator Dengan Variasi Fluida Pendingin Air Dan Udara Pada Supra X 125 Cc* diakses 5 Maret, dari www.google.com.
- Sugiyono 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD Alfabetis Bandung*

Sugiyono 2014, *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.

Tjiptono dan Chandra 2016, *Fandi Tjiptono dan Gregorius Service Quality Dan Satisfaction*, Andi Yogyakarta, Yogyakarta

Tiffany 2018, *Gambaran Umum Pt Gojek Indonesia*, diakses 3 juni 2020, dari www.google.com.

Yuliantari 2017, *Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Pt Gojek Indonesia* Vol. 1, No. 3 diakses 27 Maret 2020, dari www.google.com

