
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TAXI ONLINE (GRAB CAR) DI KOTA BITUNG

Christiany Shyntia Tombokan

Sekolah Tinggi Bisnis dan Manajemen Dua Sudara Bitung

Email: christiany.tombokan@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas di era revolusi industri 4.0. Dalam penelitian ini peneliti menjadikan Taxi Online (Grab Car) sebagai subjek untuk diteliti. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini diantaranya adalah regresi sederhana, koefisien determinasi, uji parsial (uji t), dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berbanding lurus dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan Driver, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen taxi online (Grab Car) di kota Bitung.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Taxi Online

Diterima: 03-04-2021

Direvisi: 10-04-2021

Diterbitkan: 20-04-2021

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, umumnya konsumen lebih terdidik untuk dapat menentukan tawaran mana yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta bertindak berdasarkan estimasi tersebut. Untuk itu perusahaan perlu fokus pada kepentingan atau pencapaian kepuasan konsumen, sehingga produk serta pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen.

Konsumen yang puas dapat menjadikan hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, menjadi pembela bagi perusahaan terutama ketika reputasi atau produk/jasa perusahaan dilecehkan oleh orang lain, serta membentuk rekomendasi positif dari mulut ke mulut yang sangat menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan konsumen sendiri dapat dilihat melalui aspek harapan konsumen ketika menerima pelayanan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nasbir (2017) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Selanjutnya penelitian dari Hardiyati (2010) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel

kepuasan konsumen. Hasil pengamatan tersebut menunjukkan variabel kualitas pelayanan sangat bergantung pada persepsi konsumen, untuk pihak pemberi jasa layanan dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang diberikannya kepada konsumen.

Grab adalah perusahaan dari Singapura yang telah beroperasi di Indonesia yang bergerak di bidang pemasaran teknologi aplikasi yang bekerjasama dengan perusahaan rental mobil dan kendaraan pribadi. Di Kota Bitung sendiri, Grab Car hadir sebagai layanan transportasi kendaraan roda empat berpelat hitam. Grab Car merupakan alternatif jasa transportasi yang menawarkan perkembangan transformasi jasa transportasi dari sistem lama menjadi suatu sistem yang sama sekali berbeda namun sangat cocok dengan kebutuhan masyarakat yang mempunyai mobilitas tinggi saat ini.

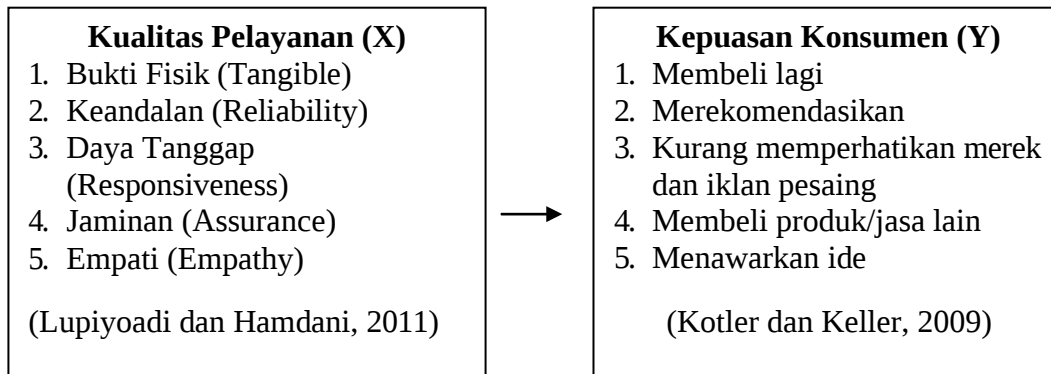
Konsumen umumnya ingin mendapatkan pelayanan terbaik dari penyedia layanan jasa Grab khususnya Grab Car, dengan penyediaan pelayanan yang baik maka konsumen akan cenderung merasa puas. Kepuasan yang dirasakan konsumen akan membuat konsumen ingin terus menerus menggunakan layanan jasa tersebut dalam jangka panjang. Sehingga penyedia layanan jasa Grab Car dituntut untuk konsisten dalam memberikan suatu bentuk pelayanan yang baik kepada setiap konsumennya, karena kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hal tersebut dilakukan oleh penyedia layanan transportasi Grab Car dengan menyediakan pelayanan yang baik sebagai solusi bertransportasi yang akan memberikan perasaan nyaman, aman juga gaya dalam melakukan perjalanan dengan berbagai kelebihan- kelebihan diantaranya yaitu tarif pasti, mudah dan tanpa biaya pemesanan, menyediakan asuransi kecelakaan, menyediakan pengemudi yang handal, memberikan kebebasan memilih metode pembayaran dan berbagai kelebihan lainnya.

Namun berdasarkan survey awal, ditemukan masih terdapat berbagai keluhan dari pengguna jasa taxi online (Grab Car) diantaranya pelayanan kurang memuaskan, melakukan pembatalan sepihak saat tidak menemukan lokasi penjemputan, tidak menggunakan pendingin ruangan, meminta biaya tambahan dan menggunakan mobil yang tidak terdaftar di aplikasi. Berdasarkan uraian masalah tersebut, maka peneliti merasa penting untuk mengkaji lebih mendalam permasalahan dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Taxi Online (Grab Car) Di Kota Bitung”.

Kerangka Teoritik

Kerangka teoritik digunakan untuk menggambarkan peran masing-masing variabel penelitian dan indikator, sebagai berikut:



Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh dari sampel populasi penelitian kemudian dianalisis sesuai dengan analisis statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh penduduk kota Bitung yaitu sebesar 212.409 Jiwa. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden, karena jumlah konsumen yang menggunakan jasa taxi online (Grab Car) di Kota Bitung tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan accidental sampling, dimana teknik accidental sampling merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data yaitu konsumen yang menggunakan jasa transportasi taxi online (Grab Car) lebih dari 2 kali. Berdasarkan teknik dan teori yang dikemukakan Cooper dan Emory tersebut, maka ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 100 responden yang menggunakan jasa taxi online (Grab Car) di Kota Bitung.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas data yang digunakan dalam penelitian ini akan disajikan sebagai berikut:

1. Uji Validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Instrument dikatakan valid jika instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid yaitu dengan membandingkan nilai r tabel dengan r hitung. Apabila nilai r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Keputusan
Kepuasan Konsumen (Y)			
1 Membeli lagi	0,62	0,20	Valid
2 Merekomendasikan	0,87	0,20	Valid
3 Kurang memperhatikan merek dan iklan pesaing	0,36	0,20	Valid
4 Membeli produk lain	0,87	0,20	Valid
5 Menawarkan ide produk atau jasa	0,64	0,20	Valid
Kualitas Pelayanan (X)			
1 Bukti Fisik (Tangible)	0,61	0,20	Valid
2 Keandalan (Reliability)	0,62	0,20	Valid
3 Daya Tanggap (Responsiveness)	0,60	0,20	Valid
4 Jaminan (Assurance)	0,57	0,20	Valid
5 Empati (Empathy)	0,51	0,20	Valid

Dari tabel uji validitas yang disajikan terlihat bahwa keseluruhan item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner untuk variabel kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan telah valid sesuai dengan kriteria uji validitas yang lebih besar dari 0,20.

2. Uji Reliabilitas. Realibilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang, terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai alpha cronbach lebih besar dari angka 0,600.

Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Standard Reliabilitas	Keputusan
Kepuasan Konsumen	0,707	0,600	Reliabel/Handal
Kualitas Pelayanan	0,686	0,600	Reliabel/Handal

Dari tabel uji reabilitas yang disajikan terlihat bahwa koefisien reliabilitas variabel kepuasan konsumen adalah 0,707 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,686, terbukti lebih besar dari 0,600. Oleh karena itu, keseluruhan item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner penelitian telah reliabel/handal sesuai dengan uji reliabilitas.

Hasil dan Pembahasan

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dengan memberi bobot pada setiap kategori yaitu sangat setuju (5), setuju (4), netral (3), tidak setuju

(2) dan sangat tidak setuju (1). Karna skala likert yang digunakan maka hasil yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data ordinal, untuk itu diperlukan konversi data menjadi data interval menggunakan metode suksesif interval (MSI).

Adapun proses konversi data ordinal menjadi data berskala interval menggunakan metode suksesif interval dilakukan sebagai berikut:

Konversi Item Bukti Fisik

Data	Frek	Jumlah	Prop Frek	Prop Kum	Z Prop	Tabel Prob	Scale V	Nilai Konversi
1	2	2	0,02	0,02	-2,05	0,05	-2,42	1,00
2	4	8	0,04	0,06	-1,55	0,12	-1,77	1,65
3	32	96	0,32	0,38	-0,31	0,38	-0,82	2,60
4	48	192	0,48	0,86	1,08	0,22	0,33	3,75
5	14	70	0,14	1,00			1,59	5,01
	100	368	1,00					

Konversi Item Keandalan

Data	Frek	Jumlah	Prop Frek	Prop Kum	Z Prop	Tabel Prob	Scale V	Nilai Konversi
1	3	3	0,03	0,03	-1,88	0,07	-2,27	1,00
2	4	8	0,04	0,07	-1,48	0,13	-1,66	1,61
3	24	72	0,24	0,31	-0,50	0,35	-0,91	2,36
4	61	244	0,61	0,92	1,41	0,15	0,33	3,60
5	8	40	0,08	1,00			1,86	5,13
	100	367	1,00					

Konversi Item Daya Tanggap

Data	Frek	Jumlah	Prop Frek	Prop Kum	Z Prop	Tabel Prob	Scale V	Nilai Konversi
1	4	4	0,04	0,04	-1,75	0,09	-2,15	1,27
2	10	20	0,10	0,14	-1,08	0,22	-1,36	2,06
3	42	126	0,42	0,56	0,15	0,39	-0,41	3,01
4	38	152	0,38	0,94	1,55	0,12	0,72	4,15
5	6	30	0,06	1,00			1,99	5,41
	100	332	1,00					

Konversi Item Jaminan

Data	Frek	Jumlah	Prop Frek	Prop Kum	Z Prop	Tabel Prob	Scale V	Nilai Konversi
1	1	1	0,01	0,01	-2,33	0,03	-2,67	0,60
2	3	6	0,03	0,04	-1,75	0,09	-1,98	1,28
3	33	99	0,33	0,37	-0,33	0,38	-0,88	2,39
4	49	196	0,49	0,86	1,08	0,22	0,32	3,58
5	14	70	0,14	1,00			1,59	4,86
	100	372	1,00					

Konversi Item Empati								
Data	Frek	Jumlah	Prop Frek	Prop Kum	Z Prop	Tabel Prob	Scale V	Nilai Konversi
1	3	3	0,03	0,03	-1,88	0,07	-2,27	1,15
2	12	24	0,12	0,15	-1,04	0,23	-1,38	2,04
3	44	132	0,44	0,59	0,23	0,39	-0,35	3,07
4	37	148	0,37	0,96	1,75	0,09	0,82	4,24
5	4	20	0,04	1,00			2,15	5,58
	100	327	1,00					
Konversi Item Menggunakan Jasa Lagi								
Data	Frek	Jumlah	Prop Frek	Prop Kum	Z Prop	Tabel Prob	Scale V	Nilai Konversi
1	3	3	0,03	0,03	-1,88	0,07	-2,27	1,00
2	3	6	0,03	0,06	-1,55	0,12	-1,70	1,57
3	37	111	0,37	0,43	-0,18	0,39	-0,74	2,53
4	50	200	0,50	0,93	1,48	0,13	0,52	3,79
5	7	35	0,07	1,00			1,92	5,19
	100	355	1,00					
Konversi Item Merekomendasikan								
Data	Frek	Jumlah	Prop Frek	Prop Kum	Z Prop	Tabel Prob	Scale V	Nilai Konversi
1	2	2	0,02	0,02	-2,05	0,05	-2,42	1,00
2	4	8	0,04	0,06	-1,55	0,12	-1,77	1,65
3	32	96	0,32	0,38	-0,31	0,38	-0,82	2,60
4	49	196	0,49	0,87	1,13	0,21	0,35	3,77
5	13	65	0,13	1,00			1,63	5,05
	100	367	1,00					
Konversi Item Merek Pesaing								
Data	Frek	Jumlah	Prop Frek	Prop Kum	Z Prop	Tabel Prob	Scale V	Nilai Konversi
1	6	6	0,06	0,06	-1,55	0,12	-1,99	1,28
2	15	30	0,15	0,21	-0,81	0,29	-1,13	2,14
3	47	141	0,47	0,68	0,47	0,36	-0,15	3,12
4	26	104	0,26	0,94	1,55	0,12	0,92	4,19
5	6	30	0,06	1,00			1,99	5,25
	100	311	1,00					
Konversi Item Menggunakan Produk Lain								
Data	Frek	Jumlah	Prop Frek	Prop Kum	Z Prop	Tabel Prob	Scale V	Nilai Konversi
1	2	2	0,02	0,02	-2,05	0,05	-2,42	1,00
2	3	6	0,03	0,05	-1,64	0,10	-1,82	1,60

3	35	105	0,35	0,40	-0,25	0,39	-0,81	2,61
4	48	192	0,48	0,88	1,17	0,20	0,39	3,81
5	12	60	0,12	1,00			1,67	5,09
	100	365	1,00					
Konversi Item Menawarkan Ide								
Data	Frek	Jumlah	Prop Frek	Prop Kum	Z Prop	Tabel Prob	Scale V	Nilai Konversi
1	5	5	0,05	0,05	-1,64	0,10	-2,06	1,21
2	10	20	0,10	0,15	-1,04	0,23	-1,30	1,97
3	42	126	0,42	0,57	0,18	0,39	-0,38	2,89
4	38	152	0,38	0,95	1,64	0,10	0,76	4,03
5	5	25	0,05	1,00			2,06	5,33
	100	328	1,00					

Salah satu syarat penggunaan analisis statistik parametrik, selain data harus minimal memiliki skala interval atau rasio, data juga harus memiliki distribusi normal sehingga diperlukan konversi data menggunakan metode suksesif interval (MSI). Hasil konversi data ordinal menjadi data berskala interval dengan menggunakan metode suksesif interval pada variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan konsumen akan disajikan pada tabel sebagai berikut:

Hasil Konversi Data Penelitian

Resp	Pelayanan (X)					Kepuasan (Y)				
	P1	P2	P3	P4	P5	P1	P2	P3	P4	P5
1	3,75	3,60	3,01	3,58	3,07	3,79	3,77	3,12	3,81	2,89
2	3,75	3,60	5,41	3,58	2,04	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
3	2,60	3,60	3,01	2,39	3,07	3,79	2,60	2,14	2,61	2,89
4	2,60	1,61	4,15	3,58	4,24	2,53	2,60	3,12	2,61	2,89
5	2,60	3,60	4,15	2,39	3,07	2,53	1,65	3,12	2,61	2,89
6	3,75	3,60	4,15	3,58	2,04	2,53	2,60	3,12	2,61	2,89
7	2,60	2,36	2,06	2,39	4,24	2,53	2,60	1,28	2,61	4,03
8	3,75	3,60	4,15	3,58	4,24	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
9	3,75	3,60	4,15	0,60	4,24	2,53	3,77	4,19	2,61	1,97
10	2,60	1,61	3,01	2,39	2,04	1,00	2,60	3,12	2,61	4,03
11	2,60	3,60	4,15	3,58	4,24	2,53	3,77	4,19	3,81	4,03
12	1,00	5,13	3,01	2,39	3,07	3,79	3,77	4,19	3,81	1,97
13	2,60	3,60	4,15	1,28	4,24	3,79	3,77	4,19	3,81	4,03
14	2,60	2,36	3,01	3,58	4,24	3,79	5,05	4,19	3,81	4,03
15	3,75	3,60	4,15	2,39	3,07	3,79	2,60	1,28	2,61	1,97
16	2,60	2,36	1,27	2,39	4,24	2,53	2,60	3,12	2,61	2,89
17	5,01	3,60	3,01	3,58	3,07	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
18	3,75	3,60	4,15	3,58	3,07	5,19	3,77	3,12	3,81	2,89

19	5,01	3,60	3,01	3,58	3,07	2,53	3,77	4,19	3,81	2,89
20	5,01	3,60	3,01	3,58	3,07	3,79	3,77	3,12	3,81	2,89
21	3,75	5,13	4,15	3,58	3,07	2,53	3,77	5,25	3,81	2,89
22	3,75	5,13	3,01	3,58	4,24	2,53	3,77	4,19	3,81	5,33
23	3,75	3,60	4,15	4,86	3,07	2,53	3,77	3,12	3,81	4,03
24	5,01	3,60	3,01	3,58	4,24	3,79	5,05	1,28	5,09	4,03
25	2,60	2,36	2,06	2,39	2,04	1,57	2,60	2,14	2,61	1,97
26	5,01	3,60	4,15	3,58	4,24	3,79	5,05	3,12	5,09	4,03
27	3,75	3,60	3,01	2,39	3,07	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
28	3,75	2,36	1,27	2,39	3,07	2,53	2,60	3,12	2,61	2,89
29	3,75	3,60	4,15	4,86	4,24	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
30	2,60	2,36	4,15	3,58	4,24	3,79	2,60	3,12	2,61	1,21
31	3,75	3,60	4,15	2,39	3,07	2,53	2,60	3,12	3,81	4,03
32	2,60	2,36	4,15	3,58	3,07	3,79	3,77	3,12	3,81	5,33
33	3,75	3,60	3,01	2,39	3,07	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
34	3,75	3,60	4,15	3,58	4,24	2,53	3,77	5,25	3,81	2,89
35	3,75	3,60	3,01	3,58	4,24	3,79	3,77	3,12	3,81	2,89
36	3,75	2,36	3,01	3,58	1,15	2,53	1,65	4,19	1,60	2,89
37	5,01	3,60	4,15	3,58	4,24	3,79	3,77	4,19	3,81	5,33
38	1,65	2,36	2,06	1,28	2,04	1,57	1,65	2,14	1,60	1,97
39	5,01	3,60	3,01	3,58	4,24	3,79	3,77	5,25	3,81	2,89
40	1,65	2,36	3,01	4,86	3,07	3,79	5,05	1,28	5,09	4,03
41	3,75	3,60	4,15	3,58	4,24	2,53	3,77	3,12	2,61	4,03
42	3,75	5,13	5,41	4,86	4,24	3,79	5,05	5,25	5,09	4,03
43	3,75	2,36	2,06	2,39	3,07	2,53	2,60	3,12	2,61	2,89
44	5,01	3,60	3,01	4,86	4,24	5,19	5,05	4,19	5,09	4,03
45	3,75	3,60	3,01	3,58	4,24	1,00	3,77	4,19	2,61	4,03
46	2,60	2,36	5,41	3,58	5,58	2,53	3,77	4,19	3,81	4,03
47	3,75	3,60	3,01	2,39	3,07	3,79	3,77	2,14	3,81	5,33
48	1,00	2,36	4,15	2,39	3,07	2,53	2,60	3,12	2,61	2,89
49	2,60	3,60	4,15	3,58	4,24	5,19	5,05	3,12	5,09	4,03
50	3,75	3,60	3,01	2,39	3,07	3,79	2,60	3,12	2,61	1,21
51	5,01	3,60	4,15	3,58	4,24	5,19	3,77	5,25	3,81	2,89
52	3,75	2,36	3,01	4,86	3,07	3,79	3,77	2,14	3,81	5,33
53	2,60	3,60	4,15	3,58	4,24	3,79	3,77	4,19	3,81	2,89
54	3,75	5,13	3,01	3,58	3,07	5,19	3,77	3,12	3,81	2,89
55	2,60	2,36	2,06	2,39	2,04	3,79	2,60	2,14	2,61	1,21
56	2,60	3,60	5,41	3,58	3,07	2,53	3,77	4,19	3,81	2,89
57	5,01	3,60	4,15	2,39	2,04	2,53	2,60	4,19	2,61	1,97
58	2,60	2,36	3,01	2,39	2,04	2,53	2,60	2,14	2,61	2,89
59	2,60	3,60	3,01	2,39	5,58	2,53	2,60	3,12	2,61	2,89

60	3,75	5,13	5,41	3,58	4,24	3,79	3,77	4,19	3,81	2,89
61	3,75	2,36	1,27	4,86	4,24	2,53	1,65	4,19	1,60	2,89
62	2,60	3,60	3,01	3,58	5,58	3,79	2,60	4,19	2,61	1,21
63	3,75	2,36	3,01	4,86	2,04	3,79	5,05	2,14	5,09	4,03
64	3,75	2,36	3,01	4,86	1,15	2,53	2,60	3,12	2,61	2,89
65	1,65	1,61	2,06	2,39	2,04	1,57	2,60	2,14	2,61	1,97
66	2,60	3,60	5,41	3,58	4,24	3,79	5,05	4,19	5,09	4,03
67	5,01	3,60	3,01	3,58	3,07	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
68	2,60	3,60	4,15	2,39	3,07	2,53	2,60	3,12	2,61	2,89
69	2,60	1,00	4,15	3,58	3,07	2,53	2,60	3,12	2,61	2,89
70	3,75	2,36	3,01	4,86	3,07	3,79	5,05	1,28	5,09	4,03
71	2,60	3,60	3,01	3,58	5,58	3,79	5,05	2,14	5,09	4,03
72	2,60	2,36	2,06	2,39	4,24	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
73	3,75	3,60	4,15	3,58	2,04	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
74	3,75	2,36	1,27	2,39	4,24	1,00	2,60	4,19	2,61	1,21
75	5,01	3,60	4,15	3,58	4,24	5,19	3,77	4,19	3,81	2,89
76	3,75	3,60	3,01	3,58	3,07	5,19	1,00	4,19	1,00	2,89
77	3,75	5,13	3,01	4,86	2,04	2,53	3,77	4,19	3,81	4,03
78	3,75	3,60	4,15	3,58	4,24	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
79	3,75	3,60	3,01	2,39	3,07	3,79	3,77	3,12	3,81	2,89
80	3,75	3,60	4,15	3,58	4,24	2,53	2,60	3,12	2,61	2,89
81	2,60	3,60	3,01	2,39	1,15	2,53	2,60	3,12	2,61	2,89
82	3,75	3,60	4,15	3,58	3,07	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
83	2,60	3,60	4,15	1,28	4,24	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
84	1,65	2,36	4,15	2,39	3,07	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
85	3,75	3,60	3,01	2,39	3,07	3,79	5,05	2,14	5,09	4,03
86	2,60	1,00	3,01	3,58	3,07	2,53	1,00	3,12	1,00	2,89
87	5,01	3,60	4,15	4,86	4,24	3,79	3,77	4,19	3,81	2,89
88	2,60	3,60	3,01	2,39	3,07	2,53	2,60	1,28	2,61	2,89
89	5,01	3,60	3,01	4,86	3,07	3,79	3,77	4,19	3,81	1,97
90	3,75	5,13	4,15	3,58	4,24	3,79	3,77	4,19	3,81	2,89
91	2,60	2,36	4,15	3,58	4,24	3,79	5,05	3,12	5,09	4,03
92	3,75	3,60	2,06	2,39	3,07	2,53	2,60	2,14	2,61	1,97
93	2,60	1,61	3,01	3,58	3,07	3,79	3,77	3,12	3,81	1,97
94	3,75	3,60	3,01	4,86	3,07	2,53	3,77	5,25	3,81	2,89
95	3,75	3,60	3,01	2,39	3,07	3,79	2,60	2,14	2,61	2,89
96	3,75	3,60	2,06	2,39	3,07	2,53	2,60	3,12	2,61	2,89
97	3,75	3,60	2,06	2,39	3,07	2,53	2,60	2,14	2,61	2,89
98	3,75	3,60	3,01	3,58	3,07	2,53	2,60	2,14	2,61	2,89
99	2,60	1,00	4,15	3,58	4,24	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03
100	3,75	3,60	4,15	3,58	3,07	3,79	3,77	3,12	3,81	4,03

Pengujian statistik Regresi linear sederhana

Analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam penelitian ini regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen, apakah positif atau negatif. Pengujian regresi sederhana adalah sebagai berikut:

Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized	Standardized	t	Sig.
		Coefficients	Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3,431	1,486		2,310 ,023
	Kualitas Pelayanan	,787	,087	,673	9,011 ,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel regresi linear sederhana diatas dapat diketahui persamaan regresi linear sederhana yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b X \text{ atau } Y = 3,431 + 0,787 X$$

Keterangan:

Y = Kepuasan konsumen X = Kualitas pelayanan a = Konstanta (3,431)

b = Koefisien regresi (0,787)

Persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan yaitu:

1. Nilai constant (a) diperoleh sebesar 3,431 artinya jika dianggap tidak ada variabel kualitas pelayanan ($X = 0$) maka variabel kepuasan konsumen tetap bernilai 3,431.
2. Besarnya nilai koefisien regresi (b) yaitu sebesar 0,787 artinya jika variabel kualitas pelayanan naik sebesar satu satuan, maka variabel kepuasan konsumen taxi online (Grab Car) di kota Bitung akan ikut naik sebesar 0,787 satuan.
3. Nilai koefisien regresi diperoleh positif artinya variabel kualitas pelayanan berbanding lurus dengan variabel kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang digunakan, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen taxi online (Grab Car) di kota Bitung.

Koefisien Determinasi

Untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan koefisien determinasi yang merupakan nilai kuadrat dari koefisien korelasi yang dinyatakan dengan persentase (%). Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Koefisien determinasi dapat ditentukan dengan melihat nilai R Square. Nilai R Square dapat bernilai negatif, sehingga jika

nilainya negatif, maka nilai tersebut dianggap 0, atau variabel independen sama sekali tidak mampu menjelaskan varians dari variabel dependennya. Nilai koefisien determinasi (R square) adalah sebagai berikut:

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,673 ^a	,453	,448	2,36749

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Nilai koefisien korelasi (R) antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah sebesar 0,673 artinya hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen termasuk dalam kategori kuat. Hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen bersifat positif, artinya jika kualitas pelayanan semakin ditingkatkan maka akan terjadi peningkatan kepuasan konsumen.

Nilai koefisien determinasi (R Square) diperoleh sebesar 0,453 artinya variabel kepuasan konsumen taxi online (Grab Car) di kota Bitung sebesar 0,453 atau 45 persen dipengaruhi oleh variasi variabel kualitas pelayanan, sedangkan pengaruh sisanya sebesar 0,547 atau 54 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijadikan variabel dalam penelitian ini.

Uji parsial (uji t)

Uji t (uji parsial) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel.

Hasil uji t hitung kemudian dibandingkan dengan t tabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat signifikan (α) sebesar 0,05 dan derajat kebebasan = n-2. Jika nilai t hitung > t tabel, maka Hipotesis alternatif (Ha) diterima sehingga Hipotesis Nihil (Ho) ditolak dan berlaku sebaliknya.

Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	3,431	1,486		2,310	,023
Kualitas Pelayanan	,787	,087	,673	9,011	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada tabel perhitungan uji parsial memperlihatkan hasil pengujian secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen taxi online (Grab Car)

di kota Bitung. Dari tabel tersebut terlihat nilai Sig untuk kualitas pelayanan adalah sebesar 0,000. Nilai Sig lebih kecil dari nilai Probabilitas 0,05, atau nilai $0,00 < 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut didukung oleh variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung (9,011) yang lebih besar dari nilai t tabel (1,984). Jadi dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen taxi online (Grab Car).

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan, maka kesimpulan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berbanding lurus dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan Driver, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen taxi online (Grab Car) di kota Bitung.

Tingkat kepuasan konsumen taxi online (Grab Car) di kota Bitung sebesar 45 persen dipengaruhi oleh variasi variabel kualitas pelayanan, sedangkan pengaruh sisanya sebesar 54 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijadikan variabel dalam penelitian ini.

BIBLIOGRAFI

- Badan Pusat Statistik Kota Bitung. 2018. Jumlah Penduduk per Kecamatan Menurut Jenis Kelamin. Diakses pada 4 November 2018. Dari <https://bitungkota.bps.go.id/>
- Cooper, R. Donald dan C. William Emory. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Hardiyati, Ratih. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. FE. UD Semarang. Skripsi dipublikasikan.
- Irawan, Handi. 2009. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Penerbit: PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Penerbit: Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Penerbit: Graham Ilmu, Yogyakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Penerbit: Salemba Empat, Jakarta.
- Nasution, M. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Penerbit: Ghalia Indonesia, Bogor.
- Safira Farizah Nasbir. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets*. FEB. Universitas Halu Oleo Kendari. Skripsi dipublikasikan.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan RD*. Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Penerbit: Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi 3. Penerbit: Andi, Yogyakarta.
- Wendi Ardiawan Happy. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo*. FE, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- www.grab.com/id/car/

First publication right:

[Jurnal Syntax Fusion: Jurnal Nasional Indonesia](#)

This article is licensed under:

