



## **KORELASI PERSEPSI PELANGGAN DAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI *ONLINE* GRAB BIKE DI KOTA PALEMBANG**

**Debby Marthalia**  
**Syaryoni Naidu Komaria**  
**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aprin Palembang**  
**Email : debbymarthalia@yahoo.com**

### **ABSTRACT**

*The correlation Between Customer's Satisfaction and Service Quality with Satisfaction of Online Transportation Grab Bike Customers in Palembang. The Research of Fledgling Lecturer. This research aims to know the relation of customer's perception and service quality with customer's satisfaction. Hypothesis of this research : (1) There was a relation of customer's perception and service quality with customer's satisfaction. (2) There was a relation between customer's perception and satisfaction, (3) There was a relation between service quality and customer's satisfaction. It took place in Palembang city with all 100 customers as respondents. The instrument which used was poll concerned about customer's perception and service quality as being the independent variable and another poll was related to customer's satisfaction as the dependent one. The instrument was validated by correlation formula, Pearson Product Momen (PPM). Mean while, its reliability was measured by alpha cronbach. The data analysis used multiple regression analysis. According to the result of this research, it was discovered that : (1) There was a relation between independent variable and dependent variable in which the amount of multiple correlation coefficient (R) was 0,929, (2) Dependant Variable was stated by independent variable that contributed 86,3%, (3) There was a relation between customer's perception and satisfaction as well as service quality and customer's satisfaction, somehow, there was a significant rapport between customer's perception and service quality with the customer's satisfaction of online transportation Grab Bike in Palembang city at once.*

**Keyword : customer's perception, service quality, customer's satisfaction**

## Pendahuluan

Kemajuan teknologi membawa dampak yang begitu drastis bagi dunia transportasi. Kini dengan kecanggihan teknologi dapat mempermudah untuk melakukan bepergian. Dengan menggunakan aplikasi pada *handphone* dan memilih transportasi apa yang akan digunakan untuk melakukan bepergian, tinggal di klik dan ikuti aturan yang telah diterapkan oleh aplikasi tersebut, maka transportasi itu akan datang sendiri ke tempat orang yang memesan. Transportasi ojek *online* merupakan salah satu transportasi yang mulai populer saat ini adalah Grab Bike. Grab Bike adalah ojek dengan menggunakan sepeda motor roda dua yang pemesanannya dengan menggunakan sistem aplikasi *online*. Grab-Bike adalah ojek dengan menggunakan sepeda motor roda dua yang pemesanannya dengan menggunakan sistem aplikasi online. Untuk Grab Bike, pemesanan dapat dilakukan dengan mengakses aplikasi Grab, memasukkan alamat untuk mengetahui biaya penggunaan layanan, serta dapat menggunakan pelayanan “use my location” untuk mengarahkan driver ke tempat anda berada. Setelah mengkonfirmasi pesanan, maka secara otomatis based location akan mencarikan pengendara ojek terdekat dari lokasi pemesan.

Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari seberapa besar kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang dapat terpenuhi merupakan hal yang sangat penting karena untuk mendapatkan kesetiaan konsumen dan pelanggan dalam jangka waktu yang lama. Apabila pelanggan (*customer*) merasa puas, maka pelanggan akan memiliki kesan atau persepsi yang baik positif terhadap perusahaan tersebut baik sekarang maupun ke depannya. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan yang sesuai apa yang diharapkan pelanggan bahkan lebih ekspektasi pelanggan. Pelanggan yang puas menilai bahwa pelayanan jasa yang diberikan atau kinerja karyawan driver melebihi dari ekspektasi pelanggan. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk/jasa, harga, *service quality*, emotional faktor, biaya dan kemudahan.

Pelanggan yang memilih layanan Grab dibandingkan layanan online lainnya, pelanggan terlebih dahulu mensurvei dengan mengecek *price* yang ditawarkan layanan transportasi online tersebut. Yang mana lebih menawarkan kecepatan, keakuratan, dan ongkos transport yang lebih bersahabat itulah layanan yang akan lebih diprioritaskan oleh seorang pelanggan. Kemudian pelanggan akan membandingkan dengan persepsi

pelanggan, perusahaan transportasi online mana yang lebih mempunyai nilai dan manfaat yang tinggi. Hal ini dikarenakan seorang pelanggan pasti ingin mendapatkan pelayanan dan manfaat yang setinggi-tingginya dari perusahaan pemberi jasa tersebut. Hal lain yang sangat penting untuk mendapatkan kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan terdiri dari unsur-unsur yaitu keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik. Pelanggan akan sangat senang dan puas jika driver Grab Bike cepat, cekatan, ramah, akurat, jujur dan melayani sepenuh hati dalam menanggapi kebutuhan pelanggan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Persepsi**

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembarakan (Lupiyoadi, 2013).

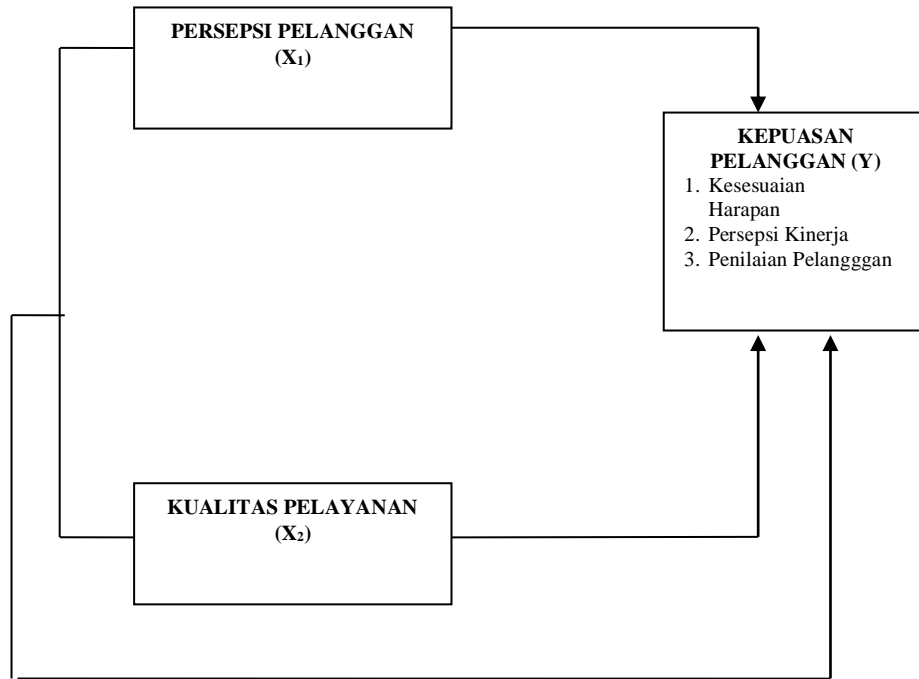
### **Kualitas Pelayanan**

Pengertian kualitas menurut (Kotler dan Keller, 2009) kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Kotler dan Keller (2009) terdapat 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan jasa, yaitu keandalan, responsivitas, jaminan, empati dan bukti fisik.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Lupiyoadi (2013) mengukur kepuasan pelanggan dapat melalui 3 dimensi yaitu kesesuaian harapan, persepsi kinerja, penilaian pelanggan. Konsep nilai pelanggan mengindikasikan suatu hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Dimana konsep tersebut menggambarkan pertimbangan yang evaluatif pelanggan tentang produk yang mereka konsumsi.

## Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## METODOLOGI PENELITIAN

### Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2013) Sampel adalah bagian dari populasi yang dipercaya dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel dalam penelitian. Dimana yang digunakan adalah teknik sampling non random (*nonprobability sampling*) yaitu dengan sampling kebetulan (*accidental sampling*). Sampling kebetulan dilakukan terhadap orang atau benda yang kebetulan ada atau dijumpai dan dipandang orang yang dijumpai tersebut cocok dijadikan sumber data. (Sundayana, 2018).

### Analisis Regresi Berganda

Dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan dependen, model yang digunakan adalah model regresi linier berganda, yang dapat dinyatakan sebagai berikut: (Umar, 2004).

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Kepuasan Pelanggan

A = konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Persepsi Pelanggan

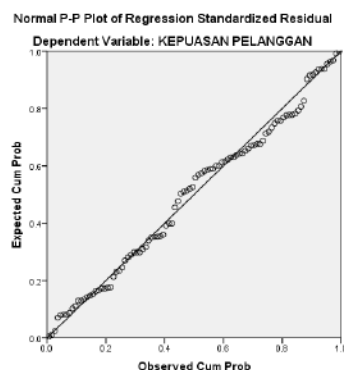
$X_2$  = Kualitas Pelayanan

e = error term

## HASIL PENELITIAN

### Uji Normalitas dan Uji Heterokedastisitas

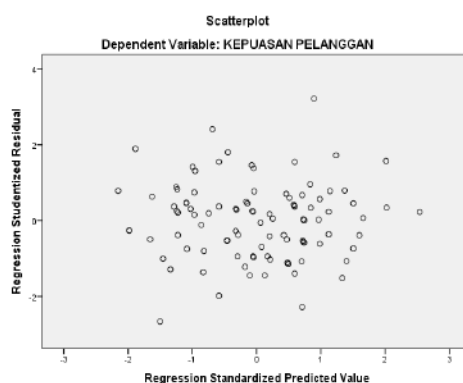
Uji normalitas akan diperlihatkan melalui grafik hasil normalitas data penelitian yang terkumpul. Dari gambar tersebut terlihat bahwa semua titik-titik mendekati garis diagonal, hal ini berarti bahwa data yang terkumpul kemudian dimasukkan ke dalam model regresi untuk dianalisis telah berdistribusi normal.



**Gambar 2. Uji Normalitas**

Pengujian heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain dengan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika ada data yang membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.



**Gambar 3. Uji Heterokedastisitas**

Gambar 3 menunjukkan bahwa grafik scatterplot terlihat titik-titik menyebar dengan baik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

### **Hubungan Persepsi Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan**

Secara bersama-sama Persepsi Pelanggan dan Kualitas Pelayanan memiliki keeratan hubungan yang kuat dan searah dengan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,929 untuk populasi pelanggan Grab Bike di Kota Palembang. Kemampuan Persepsi Pelanggan dan Kualitas Pelayanan untuk menjelaskan variasi perubahan Kepuasan Pelanggan secara bersama-sama (simultan) adalah sebesar 86,3% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Terdapat hubungan yang sangat signifikan dari persepsi pelanggan (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama dengan Kepuasan Pelanggan (Y) pelanggan Grab Bike di Kota Palembang.

### **Hubungan Persepsi Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan**

Secara parsial variabel Persepsi Pelanggan memiliki hubungan yang signifikan dengan Kepuasan Pelanggan Grab Bike di Kota Palembang. Tetapi pada beberapa pertanyaan masih terdapat responden yang menyatakan sangat baik kurang dari 50%, hal ini dapat diartikan bahwa pemberian Persepsi belum dilakukan secara menyeluruh untuk setiap dimensinya.

## **Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan**

Secara parsial Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang sangat signifikan dengan Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab Bike di Kota Palembang. Responden menyatakan Sangat Baik terhadap Kualitas Pelayanan Transportasi Online Grab Bike di Kota Palembang. Hal ini menuntut perlunya pelatihan-pelatihan yang diberikan kepada driver Transportasi Online Grab Bike di Kota Palembang.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

1. Ada hubungan yang signifikan antara persepsi pelanggan dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab Bike di Kota Palembang. Hasil ini didapat dari pengujian terhadap hipotesis yang diujikan dimana hipotesis tersebut dapat diterima.
2. Ada hubungan yang signifikan antara persepsi pelanggan dengan kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab Bike di Kota Palembang. Hasil ini didapat dari pengujian hipotesis yang diujikan dimana hipotesis tersebut dapat diterima.
3. Ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan transportasi *online* Grab Bike di Kota Palembang. Hasil ini didapat dari pengujian hipotesis yang diujikan dimana hipotesis tersebut dapat diterima.

Disarankan kepada peneliti berikutnya untuk menindaklanjuti hasil penelitian ini dengan mengembangkan variabel-variabel bebas yang lain dalam upaya peningkatan kepuasan pelanggan. Hal ini perlu dilakukan karena masih ada faktor-faktor lain selain persepsi pelanggan dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009 (Alih Bahasa Bob Sabran). Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, edisi ketiga. Jakarta: Salemba Empat
- Sundayana, Rostina. 2018. *Statistika Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, cetakan ke-19.  
Bandung: Alfabeta.

Umar, Husein. 2004, Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, Cetakan ke 6,  
Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.