

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PEMANFAATAN
TEKNOLOGI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
GO-JEK (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
MEDAN AREA)**

SKRIPSI

**OLEH :
FADHILAH SALSABILA
NPM: 17.832.0342**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/8/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)5/8/22

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PEMANFAATAN
TEKNOLOGI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
GO-JEK (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
MEDAN AREA)**

SKRIPSI

**OLEH:
FADHILAH SALSABILA
17.832.20291**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 5/8/22

Access From (repository.uma.ac.id)5/8/22

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PEMANFAATAN
TEKNOLOGI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
GO-JEK (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
MEDAN AREA)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

OLEH:

FADHILAH SALSABILA

17.832.20291

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

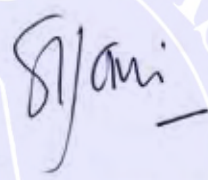
Document Accepted 5/8/22

Access From (repository.uma.ac.id)5/8/22

HALAMAN PENGESAHAN

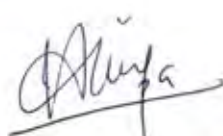
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
Nama : **FADHILAH SALSABILA**
NPM : 17.832.0291
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


(Dr. Wan Suryani, SE., M.Si)
Pembimbing

Mengetahui :


(Ahmad Rizki Hakim (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)
Dekan


(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 20/Januari/2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari adanya ditemukan plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 20 Januari 2022
Yang Membuat Pernyataan,



FADHILAH SALSABILA
NPM.1783220291

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : FADHILAH SALSABILA
NPM : 178 320 291
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area)”**. Dengan Hak Bebas Royalti format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 20 Januari 2022
Yang menyatakan


FADHILAH SALSABILA
NPM. 1783220291

RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Medan Provinsi Sumatera Utara, pada tanggal 19 April 2000 dari Ayah Aswin dan Ibu Sumiati Sembiring. Peneliti merupakan anak ke pertama dari dua bersaudara. Tahun 2017 peneliti lulus dari SMA Negeri 15 Medan dan pada tahun 2017 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area



ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA)

FADHILAH SALSABILA

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area)”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Populasi dalam penelitian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang berjumlah 102 orang dengan menggunakan teknik rumus slovin, maka diketahui jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 81 responden yang diambil dari sebagian populasi. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Dimana taraf signifikan α 5% nilai nilai t_{hitung} 5,773 > t_{table} 1,991 dan nilai p -value pada kolom sig. 0,000 < 0.05 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap Gojek di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area dan taraf signifikan α 5% nilai nilai t_{hitung} 2,001 > t_{table} 1,991 dan nilai p -value pada kolom sig. 0,000 < 0.05 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan pemanfaatan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap Gojek di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Pemanfaatan Teknologi, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND USE OF TECHNOLOGY ON GOJEK CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDY ON STUDENTS FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS UNIVERSITY OF MEDAN AREA)

Fadhilah Salsabila

This study aims to determine "The Influence of Service Quality and Technology Utilization on Gojek Customer Satisfaction (Case Study on Students of the Faculty of Economics and Business, University of Medan Area)". The type of research used is quantitative associative research. The population in the study was 102 students of the Faculty of Economics and Business, Medan Area University using the Slovin formula technique, it is known that the number of samples to be studied was 81 respondents taken from part of the population. Based on the results of the hypothesis test (t test) that the service quality variable has a positive and significant effect on consumer behavior. Where the significant level is 5%, the value of tcount is 5,773 > ttable is 1,991 and the p-value is in the sig column. 0.000 < 0.05 means significant. This explains that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with Gojek at the Faculty of Economics and Business, Medan Area University and the significance level is 5%, the value of tcount is 2,001 > ttable 1,991 and the p-value is in the sig column. 0.000 < 0.05 means significant. This explains that the use of technology has a positive and significant effect on customer satisfaction with Gojek at the Faculty of Economics and Business, University of Medan Area.

Keywords: Service Quality, Technology Utilization, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal ini sebagai syarat untuk mencapai gelar Strata-1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Medan Area, Penulisan proposal ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Strata-1 Manajemen. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. selaku Rektor Universitas Medan Area beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis menempuh studi di Strata-1 Manajemen Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Sari Nuzullina R, SE, Ak, M.Acc selaku Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat merangkap Gugus Jaminan Mutu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Pengembangan SDM dan Administrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Ibu Dr. WanSuryani, SE, M.si selaku Wakil Dekan Bidang Kerjasama dan Sistem Informasi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
6. Ibu Rana Fathinah SE, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
7. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
8. Ibu Mutia Rahmi, SE.MBA selaku Serketaris Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
9. Ibu Dr.WanSuryani,SE,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang

telah bersedia meluangkan waktu membimbing memberikan perhatian, serta kritik dan saran yang membangun kepada penulis selama penulis menempuh pendidikan di perguruan tinggi dan dalam penyusunan skripsi.

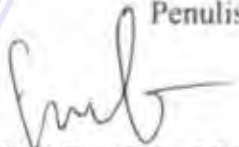
10. Ibu Eka Dewi Setia Trg, SE, M.Si selaku Sekretaris yang telah bersedia memberikan sumbangan pemikiran, semangat serta masukan, kritik, dan saran yang membangun kepada penulis.
11. Ibu Yuni Syahputri, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan masukan untuk kelengkapan proposal ini,
12. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis
13. Mahasiswa seluruh angkatan 2017 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi saya.
14. Kepada kedua orang tua yang sangat penulis sayangi yaitu ayah dan mama, Aswin dan Sumiati Sembiring juga kepada adik yang penulis sayangi Divan Arrayan terima kasih untuk kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa tiada henti kepada penulis menyelesaikan skripsi ini.
15. Kepada sahabat-sahabat terbaik seperkuliah saya Ines jihan novita, Annisa Fadhillah, Adelia Febrianto, Ade Rivana Sitorus telah banyak membantu dan menyemangati penulis dalam mengerjakan skripsi ini dan selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
16. Kepada sahabat-sahabat istimewa Popi wahyuni, Maudina wulan, Nurimeilinda, Mellya nurfitri, Nurul apriyanti, Nazli al-muqni, Afiqah syafawani, Aura futhie, Vina febrianti yang telah membantu dan memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis.
17. Kepada teman-teman yang lain yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu disini, teman-teman Grup F stambuk 2017 yang telah banyak membantu dan mendukung penulis selama ini.
11. Dari kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis secara

langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas doa dan dukungan serta semangat yang diberikan kepada penulis.

12. Last but not least, i wanna thank me, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for, for never quitting, i wanna thank me for always being a giver and tryan give more than i receive.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebaikan dan balasan atas jasa dan budi yang telah diberikan kepada penulis. mohon maaf atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Medan, 20 Januari 2022
Penulis



Fadhilah Salsabila
NPM. 1783220291

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II :LANDASAN TEORITIS	
2.1. Kepuasan pelanggan	
2.1.1. Pengertian kepuasan pelanggan	7
2.1.2. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	8
2.1.3. Indikator kepuasan pelanggan	8
2.2. Kualitas layanan	
2.2.1. Pengertian Kualitas layanan.....	9
2.2.2. Dimensi kualitas layanan	11
2.2.3. Indikator Kualitas layanan	11
2.3. Pemanfaatan teknologi	
2.3.1. Pengertian pemanfaatan teknologi	13
2.3.2. Indikator pemanfaatan teknologi	14
2.4. Pengaruh hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.....	16
2.5. Pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan pelanggan.....	17
2.4. Penelitian Terdahulu	22
2.5. Kerangka Konseptual.....	23
2.6. Hipotesis.....	25
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	20
3.2. Populasi dan Sampel	22
3.3. Definisi Operasional.....	23
3.4. Jenis dan Sumber Data	24
3.5. Teknik Pengumpulan Data	24
3.6. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV. HASIL PEMBAHASAHAN DAN PENELITIAN	
4.1. Hasil Pembahasan	36
4.1.1. Gambaran umum gojek	36
4.1.2. Penyajian Data Responden	31
4.1.3. Penyajian Data Angket Responden	32

4.2. Hasil Penelitian	39
4.2.1. Uji Validitas dan Reabilitas	41
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	42
4.2.3. Uji Statistik	46
4.2.4. Uji Hipotesis	48
4.2.5. Koefisien Determinasi	49
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
BAB V. KESIMPULAN & SARAN	
5.1. Kesimpulan	54
5.2. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	21
Tabel 3.2 Definisi Operasional	23
Table 3.3 Bobot Nilai Angket	24
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan	32
Tabel 4.4 Jawaban Variabel Kualitas Layanan (X_1)	33
Tabel 4.5 Jawaban Variabel Pemanfaatan Teknologi (X_2)	35
Tabel 4.6 Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Data	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas Variabel	41
Tabel 4.9 One-Sampel Kolmogorov-Sminorv Test	42
Tabel 4.10 Multikolinearitas	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	47
Tabel 4.12 Uji Parsial (Uji T)	48
Tabel 4.13 Uji Simultan (Uji F)	50
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi.....	51

DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Kerangka Konseptual	18
4.1 Gambar Histogram	43
4.2 Gambar Grafik <i>Normality Probability Plot</i>	44
4.3 Gambar Grafik Scatterplot	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Koesioner.....	57
Lampiran Jawaban Variabel Penelitian.....	59
Lampiran Hasil SPSS.....	65
Lampiran Surat Izin Riset.....	71
Lampiran Surat Balasan Izin Penelitian.....	72



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan transportasi umum di kota-kota besar, khususnya di kota Medan memerlukan solusi yang tepat dan cerdas. Dengan adanya kehadiran ojek berbasis teknologi umum roda dua merupakan salah satu jawaban dari solusi yang tepat tersebut. Terutama dari keunggulannya dalam teknologi, kemudahan akses dan kecepatan mobilisasi di jalan yang padat kendaraan, terutama pada jam-jam sibuk.

Kemajuan yang sangat pesat didalam dunia teknologi informasi menuntut para pelaku usaha untuk dapat memahami serta memanfaatkannya dalam kegiatan bisnis sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing. Meningkatnya jumlah pemakaian internet secara drastis setiap harinya, serta perilaku konsumen yang menginginkan informasi yang cepat dan transaksi yang dapat dilakukan kapan saja dibutuhkan.

PT Go-jek Indonesia merupakan pelopor bisnis ojek berbasis teknologi informasi yang didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 dan mulai beroperasi sejak 2011. Go-jek merupakan perusahaan yang bergerak dibidang transportasi darat yang telah memanfaatkan sarana teknologi informasi didalam memasarkan jasa yang dihasilkan perusahaannya.

Go-jek sangatlah memudahkan kegiatan sehari-hari dan menghemat biaya transportasi dengan sangat signifikan. Memudahkan kita untuk mendapatkan tumpangan dan bisa berkomunikasi langsung dengan drivernya.

perlu melakukan transaksi pembayaran yang biasanya memakan waktu yang cukup banyak (Kompasiani2015).

Persaingan yang semakin ketat khususnya dalam bisnis transportasi umum, dimana banyak produsen yang terlibat dalam memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen, mengharuskan perusahaan harus menempatkan orientasi kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Hal tersebut merupakan kunci utama untuk dapat memenangkan persaingan, adapun cara yang dapat dilakukan dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi informasi.

Hasil survey yang dilakukan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia di Jakarta menunjukkan bahwasannya layanan Go-jek meningkatkan kualitas hidup konsumen. Survei tersebut menunjukkan 99% konsumen merasa puas menggunakan Go-jek. Namun, bertolak belakang dengan hasil survei tersebut sebagian konsumen masih ada yang mengalami masalah dengan layanan yang diberikan oleh Go-jek seperti keluhan mengenai pengiriman barang melalui Go-send yang tidak sampai pada penerima, pengisian Go-pay yang terlalu lama dip roses, dan pembatalan sepihak oleh driver(cnnindonesia,2018).

Sebagai salah satu perusahaan yang sedang berkembang pesat pada akhir-akhir ini, Gojek sedang gencar untuk meningkatkan pelayanan salah satunya dengan cara memberikan rasa nyaman dan aman yang akan dirasakan oleh konsumen. Tapi apabila kita ceramati lebih lanjut ada banyak hal yang perlu dibenahi dari layanan Go-Jek mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis universitas medan area ,khususnya pada masalah kualitas pelayanan ternyata Go-Jek tidak menyediakan jas hujan bagi penumpangnya untuk menjamin keselamatan

penumpang disaat hujan. Selain hal itu ternyata perusahaan Go- Jek juga tidak menyediakan masker penutup dan penutup rambut untuk para penumpang. Karena pelayanan yang kurang ini bisa jadi menyebabkan Go-Jek dipandang negative oleh para konsumen dan apabila hal ini dibiarkan terus menerus artinya driver Go-Jek tidak bekerja sesuai dengan standart yang ditetapkan dan tentunya akan menyebabkan konsumen merasa tidak puas.

Secara umum kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dia terima dengan membandingkan dengan harapannya. Bila hasil yang diterima melebihi harapan maka mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai dengan harapan maka mereka akan kecewa. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai keunggulan produk atau jasa yang menyediakan kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Konsumen dapat menentukan pilihan terhadap suatu produk atau jasa juga melibatkan persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang menjadi salah satu faktor penentu kepuasan konsumen (Kotler, 2000).

Kualitas layanan merupakan hasil penilaian pelanggan atas seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan dari suatu layanan yang mereka terima dari penyediaan layanan perusahaan, baik penilaian itu secara sebagian maupun secara keseluruhan. Apabila persepsi pelanggan atas layanan tidak sesuai harapan maka kualitas layanan di anggap buruk. Oleh karena itu baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyediaan layanan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten

Kualitas layanan yang diberikan termasuk teknologi yang diberikan melalui aplikasi sehingga pengguna merasa belum terpuaskan dengan layanan yang telah diberikan dan menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternative yang menurutnya sesuai dengan yang telah dia inginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan ojek online harus bisa menciptakan kualitas layanan, pemanfaatan teknologi informasi dan kepuasan pelanggan yang sesuai agar menciptakan loyalitas pelanggan.

Kualitas layanan akan menjadi hal utama untuk menciptakan kepuasan pelanggan, semakin tinggi kualitas layanan juga semakin tinggi kepuasan pelanggan, kinerja keuangan, biaya produksi, kesetiaan pelanggan dan keberhasilan pemasaran. Melalui kualitas layanan, perusahaan dapat mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan dapat mempertahankan keunggulan kompetitif secara konstan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan Go-jek yang dituangkan dalam penelitian yang berjudul “**Pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas medan area**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang yang telah di paparkan berkaitan dengan perusahaan GO-JEK terhadap konsumen oleh karena itu maka penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go-jek pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas medan area?
2. Apakah pemanfaatan teknologi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan Go-jek pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas medanarea?
3. Apakah kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi secara bersama-sama berpengaruh pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas medanarea?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Go-jek.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah pemanfaatan teknologi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pelanggan Go-jek
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Go-jek.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

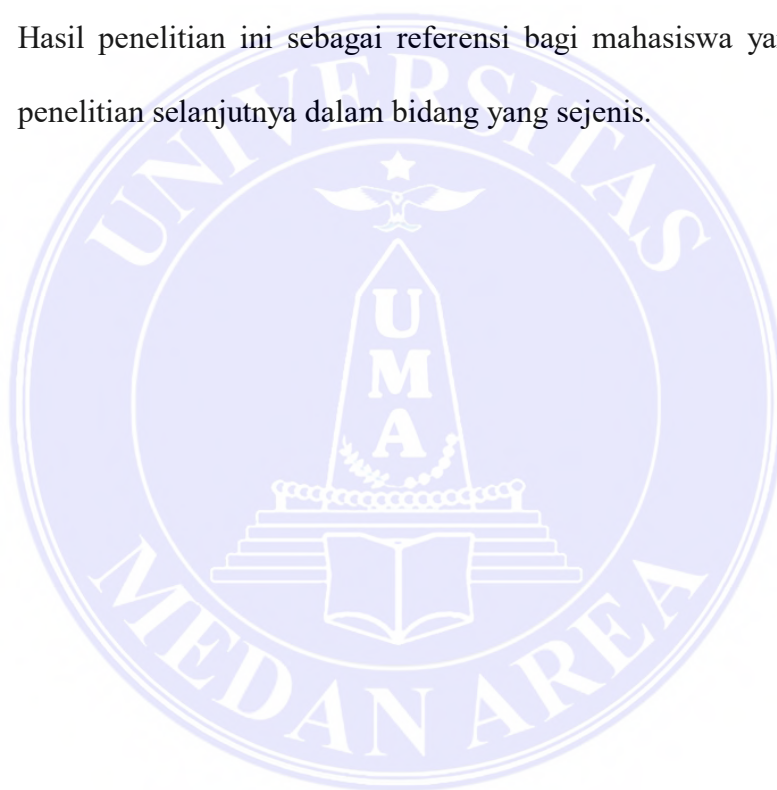
Penelitian ini menambah wawasan pengetahuan, mengenai faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih pengguna jasa transportasi online.

2. BagiPerusahaan

Penelitian ini dapat memberikan informasi bagi perusahaan-perusahaan lain terutama bagi PT.Go-jek Indonesia sebagai bahan masukan atau perbandingan bagi pihak Go-jek untuk dijadikan saran dan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan pada kepuasan pelanggan.

3. BagiAkademis

Hasil penelitian ini sebagai referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian selanjutnya dalam bidang yang sejenis.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 KepuasanPelanggan

2.1.1 Pengertian KepuasanPelanggan

Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang di dapatkan. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang memberikan tingkat kesenangan konsumen yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi atau keadaan yang dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa terpenuhi dengan kualitas yang diberikan oleh suatu perusahaan terhadap suatu produk atau jasa tersebut. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus dan dengan senang hati mempromosikan produk atau jasa tersebut dari mulut ke mulut (Dwiastuti,2012)

Mer'ati & Sudarwanto (2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yaitu fungsi dari perbedaan yang dimana antara kinerja yang dihasilkan dengan harapan yang telah dibandingkan kinerjanya. Kepuasan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut kolter dan keller (2014) mengutarakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan puas dari seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap hasil yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan maka konsumen tidak merasa senang (puas).jika kinerja memenuhi keinginan harapan, konsumen akan senang (puas).

Sedangkan menurut Tse dan Wilton dalam Lupiyoado (2014) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah suatu tanggapan atau respon yang diberikan pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Berdasarkan beberapa defenisi kepuasan pelanggan diatas dapat disimpulkan bahwa menurut Rasyid(2017). kepuasan merupakan perasaan yang muncul dari diri seseorang karena merasa puas dengan terpenuhinya kebutuhan mereka,kepuasan yang didapatkan pelanggan merupakan hasil dari penilaian atas fitur produk atau jasa yang mereka gunakan dalam memenuhi kebutuhan,yang dimana kinerjanya sesuai dengan apa yang telah diharapkan.

2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi KepuasanPelanggan

Menurut lupyoadi (2008) dalam menentukan kepuasan pelanggan terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain :

1. Kualitas produk ,yaitu pelanggan akan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan produk hasil yang mereka terima menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan tepat. Adapun beberapa elemen dari kualitas suatu produk, yaitu kinerja, reliabilitas,pelayanan,fitur,daya tahan, sesuai dengan sspesifikasi dan kualitaspenerimaan.
2. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada tiga hal, yaitu sistem,teknologi dan manusia. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa sangat bergantung pada kualitas jasa yang diberikan. Kualitas pelayanan memiliki lima dimensi yaitu, keandalan (*reability*), responsive (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*),berwujud (*tangibles*), dan empati(*empathy*).

3. Harga, yaitu produk yang memiliki kualitas dan fungsi yang sama tetapi memfokuskan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih unggul kepadapelanggan.
4. Biaya, yaitu pelanggan tidak diperlukan untuk mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa tersebut.

Selain itu kepuasan pelanggan sangat bergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai suatu produk perlu mengetahui faktor yang mempengaruhinya. Menurut Nasution (2005) ada 4 faktor yang mempengaruhi harapan pelanggan yaitu:

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan produk/jasa (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
2. Pengalaman masa lalu ketika menggunakan produk dari suatu perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan digunakan oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama produk-produk yang dirasakan beresiko tinggi.

Banyak hal yang dapat dilakukan untuk kepentingan konsumen yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen serta dapat meminimalkan dari ketidakpuasan yang diterima konsumen. Beberapa faktor yang telah dipaparkan diatas merupakan faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2.1.3 Indikator KepuasanPelanggan

Menurut Edwin setyo (2017) kepuasan pelanggan merupakan perasaan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
 senang atau kekecewaan dari seseorang yang muncul karena membandingkan

kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil yang diterima terhadap ekspektasi mereka. Adapun Indikator untuk mengukur suatu kepuasan pelanggan yaitu:

1. Sikap
2. Kualitas layanan
3. Loyal
4. Popularitas yang baik

Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut (Irwana, 2008), yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas terhadap produk dan pelayanannya) yang dimana merupakan ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari suatu perusahaan.
2. Selalu membeli kembali produk yang dimana pelanggan akan tetap menggunakan dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain, dimana pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya dengan orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

2.2 Kualitas Layanan

2.2.1 Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Mar'ati & Sudarwanto (2016) menjelaskan bahwa kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Kualitas layanan juga berfokus pada upaya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas layanan dapat di evaluasi dengan cara membandingkan kualitas yang diterima pelanggan dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas layanan adalah sifat dari penampilan produk atau kinerja yang merupakan bagian yang penting dalam suatu strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan.

Parasuraman, Zeithmal, dan Berry dalam Lupiyoadi (Lupiyoadi, 2006), mendefinisikan kualitas pelayanan (*Service Quality*) sebagai seberapa jauh perbedaan antara harapan dengan kenyataan konsumen atas layanan yang telah mereka terima.

Sedangkan menurut Subihaiani (2001) kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*). Adapun kualitas pelayanan (*service quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor penting yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima, dengan layanan yang sebenarnya (Tjiptono, 2007)

Berdasarkan beberapa definisi kualitas layanan diatas kotler (2003) berpendapat bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Yang artinya dimana bahwa kualitas yang baik bukan dilihat dari penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi konsumen. Dari pengertian tersebut, dapat dijelaskan bahwa kualitas selalu terfokus pada pelanggan. Dengan demikian produk atau jasa yang telah didesain, diproduksi dan ditawarkan serta pelayanan yang diberikan adalah untuk memenuhi keinginan konsumen dan harapan konsumen.

2.2.2 Dimensi kualitas layanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Tjiptono (Tjiptono, 2012) terdapat lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas layanan. Berikut ini adalah beberapa dimensi pokok tersebut:

1. Realibilitas (*Reliability*) yang bersangkutan dengan keterampilan perusahaan dalam memberikan layanan yang disajikan secara tepat dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*Responsibility*), berkaitan dengan kemampuan dan kesanggupan penyediaan layanan untuk dapat membantu para pelanggan dan mendengarkan dengan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (*Assurance*), berkaitan dengan tingkah laku perbuatan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan mereka dengan rasa keyakinan dan kepercayaan pelanggan.
4. Empati (*Empathy*), artinya perusahaan memberikan perhatian khusus terhadap pelanggan untuk memahami masalah dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan pemahaman atas kebutuhan pelanggan tersebut.
5. Bukti fisik (*Tangibles*) berkaitan dengan penampilan fisik terhadap fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan, dan materi komunikasi perusahaan.

2.2.3 Indikator Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan hasil dari penilaian pelanggan dari seberapa jauh perbedaan antara harapan dan realita yang dirasakan dari suatu fasilitas yang mereka terima dari sebuah penyediaan layanan, baik dari penilaian itu secara sebagian maupun secara keseluruhan. Apabila pemahaman pelanggan terhadap layanan sesuai kemauan pelanggan maka kualitas layanan dianggap baik, oleh

karena itu, baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kesanggupan penyediaan layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Menurut Kotler (2005), kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Menurut Tjiptono (2008), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui kualitas pelayanan, dengan ukuran sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*) yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*Empaty*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Menurut beberapa pendapat para ahli diatas maka indikator kualitas produk yang (menurut Tjiptono, 2008), yaitu :

1. Ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
2. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Empati (*Empaty*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.3 Pemanfaatan Teknologi

Pemanfaatan teknologi informasi menurut Harun (2017) teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektro-nis. Sedangkan pemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dalam melaksanakan tugasnya yang dimana pengukurannya berdasarkan pada intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan dan jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan.

Menurut Wijaya (2005) menyatakan bahwa terdapat dua faktor yang secara dominan mempengaruhi integritas teknologi. Faktor pertama adalah persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi. Sedangkan faktor kedua adalah persepsi pengguna terhadap kemudahan pengguna teknologi. Kedua faktor ini mempengaruhi kemauan untuk memanfaatkan teknologi.

Faktor penggunaan merupakan salah satu aspek utama dalam penerapan suatu teknologi, karena tingkat penggunaan teknologi berpengaruh besar dalam menentukan keberhasilan penerapan teknologi. Salah satu pendekatan yang digunakan untuk melihat kemudahan suatu teknologi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*. TAM adalah teori yang menawarkan suatu penjelasan sederhana dan akurat untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya. (Sanjaya, 2005).

2.3.1. Theory Acceptance Model (TAM)

Setiap orang memiliki orientasi yang berbeda-beda dalam memahami penggunaan teknologi, terutama pada teknologi yang baru.

Suatu organisasi yang menerapkan sistem teknologi baru biasanya menghadapi permasalahan terhadap karyawan dikarenakan kurangnya kepercayaan pada sesuatu yang baru sehingga berdampak pada sistem kerja

UNIVERSITAS MEDAN AREA Untuk itu dibutuhkan suatu penelitian untuk melihat bagaimana

.....
 © Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/8/22

.....
 pengaruh dari penggunaan suatu sistem informasi atau teknologi baru.

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)5/8/22

Pengukuran efektivitas dengan melihat kepuasan yang didapatkan dari pengguna sistem atau teknologi dan kualitas perkembangan informasi yang diterima untuk mengevaluasi penerimaan pengguna.

Pengukuran *technology acceptance (TAM)* atau model penerimaan teknologi pada masing-masing individu dilihat dari dua variabel dasar, yaitu *perceived usefulness* atau persepsi manfaat yang dirasakan dan *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan yang dirasakan pada saat penggunaan teknologi baru. Kedua variabel tersebut memiliki tujuan penerapan konsep TAM yaitu melihat bagaimana konsep penerimaan teknologi pada masing-masing individu yang berdampak secara langsung.

Tujuan TAM adalah menjelaskan faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi secara umum dan menjelaskan perilaku pemakaian akhir. Tujuan TAM adalah menjelaskan faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi secara umum dan menjelaskan perilaku pemakaian akhir.

Teknologi informasi dengan varian yang cukup luas. Suatu kunci tujuan TAM adalah untuk menyediakan basis agar mengetahui pengaruh dari faktor eksternal yaitu pada kepercayaan sikap dan niat. Persepsi manfaat digambarkan oleh Fred Davis seperti “dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan aplikasi sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya”. Persepsi kemudahan digambarkan sebagai “dimana seseorang percaya bahwa dengan sistem tertentu akan bebas dari usaha” (Davis, 1989).

TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi yang akan digunakan oleh pemakai. Model penerimaan teknologi TAM dikembangkan oleh Davis et al (1998). Terdapat lima konstruk di TAM :

1. Kegunaan Persepsian (*Perceived usefulness*)

2. Kemudahan penggunaan persepsian (*Perceived ease of use*)

3. Sikap perilaku pengguna

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

4. Niat pelaku

5. Perilaku (*Behavior*)

2.3.2. Indikator Teknologi

Menurut Harun (2017) pemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diinginkan oleh pengguna sistem informasi dalam melaksanakan tugasnya yaitu dimana pengukurannya berdasarkan terhadap frekuensi pemanfaatan, identitas pemanfaatan dan jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan.

Indikator untuk mengukur pemanfaatan teknologi informasi yaitu:

1. Terkendali
2. Jelas dan dapat dimengerti
3. Fleksibel
4. Mudah digunakan

Menurut Tjhay pengukuran pemanfaatan teknologi informasi berdasarkan tiga item indikator, yaitu:

a. Intensitas Pemanfaatan

Minat (*intention*) atau Intensitas pemanfaatan yang tinggi terhadap penggunaan teknologi sistem informasi akan menumbuhkan perilaku yang menunjang pemanfaatan teknologi sistem informasi.

b. Frekuensi Pemanfaatan.

Pengukuran penggunaan sesungguhnya (*actual use*) diukur sebagai jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan besarnya frekuensi penggunaannya.

c. Jumlah Aplikasi atau Perangkat Lunak yang digunakan

Program yang secara khusus digunakan untuk mendukung aplikasi khusus untuk para pemakai seperti aplikasi untuk bisnis, aplikasi untuk pendidikan, aplikasi multimedia, dan aplikasi lainnya yang digunakan sesuai dengan

2.4. Pengaruh hubungan antara kualitas layanan terhadapkepuasan pelanggan

Gojek merupakan perusahaan yang memimpin revolusi industri transportasi ojek di Indonesia. Go-jek sendiri merupakan layanan antar jemput dengan ojek modern berbasis aplikasi. Tidak hanya menyediakan layanan ojek Go-ride dan Go-car tetapi masih ada beberapa layanan jasa lainnya yang ditawarkan. Salah satunya faktor dari kesuksesan perusahaan adalah kepuasan konsumen.

Menurut Parasuraaman, et al. Hoffaman & Batteson dalam Tjiptono dan Chandra (2016) terdapat hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dengan adanya penelitian yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu ukuran yang spesifik dari setiap transaksi, dengan situasi atau interaksi yang bersifat jangka pendek sedangkan pada kualitas layanan merupakan suatu sikap yang dibentuk dari evaluasi keseluruhan terhadap kinerja suatu perusahaan dalam jangka yang panjang.

Berikut ini merupakan beberapa teori yang berhubungan mengenai kualitas layanan dengan terciptanya kepuasan pelanggan :

- 1.Keputusan pelanggan merupakan bentuk pengalaman jasa tertentu yang mengarah pada evaluasi atau sikap dari keseluruhan kualitas layanan sepanjang waktu.
- 2.Kualitas layanan merupakan anteseden bagi kepuasan pelanggan, terlepas dari apakah konsep itu diukur dari pengalaman spesifik maupun dengan waktu yang panjang.

Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan merupakan sebuah konsep yang memiliki perbedaan namun saling berkaitan erat, hal ini menyiratkan bahwadenganmeningkatnya tanggapan positif terhadap kualitas layanan yang telah diberikan dan sebaliknya.

Dengan adanya keunggulan yang di berikan perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen maka akan memberikan pengaruh terhadap konsumsi konsumen sehingga konsumen merasa puas terhadap barang dan jasa yang digunakan.

2.4 Pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan pelanggan.

Gojek merupakan bisnis jasa dalam bidang transportasi dengan memanfaatkan sarana teknologi informasi yang dihasilkan perusahaan. Dengan adanya teknologi informasi tersebut digunakan oleh perusahaan untuk mendorong guna memenangkan kompetisi di bidang usaha yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan begitu perhatian lebih diberikan kepada konsumen semakin besar karena persaingan yang semakin ketat khususnya dalam bidang transportasi online, pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai tujuan utama.

Hal tersebut menjadi kunci utama untuk memenangkan persaingan, dengan cara memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi informasi. Apabila pelanggan puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan serta pemanfaatan teknologi informasi yang diberikan maka akan menimbulkan kepuasan pelanggan sehingga penggunaan jasa pada gojek meningkat dan membuat pelanggan puas terhadap kualitas layanan yang diberikan.

2.5. Penelitian terdahulu.

Berikut di sajikan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

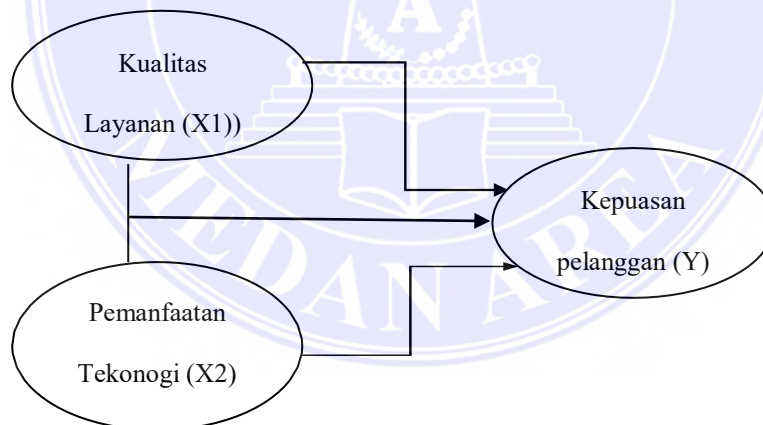
No	Nama & Tahun	Judul penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Harun (2017)	Pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Go-jek	Variabel bebas X1 = Kualitas layanan X2 = pemanfaatan teknologi Variabel Terikat Y = kepuasan dan loyalitas pelanggan	Hasil uji ini menunjukkan bahwa : kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial dan simultan
	Denny (2018)	Pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan jasa transportasi online di Jakarta	Variabel bebas X1 = Kualitas layanan X2 = pemanfaatan teknologi Variabel Terikat Y = Kepuasan	Hasil uji ini menunjukkan bahwa : kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan baik secara parsial dan simultan
	Stephald (2018)	Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online Go-jek di Manado	Variabel bebas X1 = Harga X2 = Kualitas layanan Variabel terikat Y = kepuasan	Hasil uji ini menunjukkan bahwa : pengaruh harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial dan signifikan
	Dwi (2018)	Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada jasa transportasi ojek online	Variabel bebas X1 = Kualitas layanan X2 = Loyalitas Variabel terikat Y = Kepuasan pelanggan	Hasil uji ini menunjukkan bahwa: kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening baik secara parsial dan simultan

Sumber: jurnal ekonomi dan bisnis

2.7 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan hasil penelitian yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan di capai. Kerangka konseptual menurut variabel yang di teliti beserta indikatornya kerangkakonseptual dari suatu gejala social yang memadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji (Sugiyono).

Dalam kerangka konseptual ini terdapat dimana peneliti membuat suatu sketsa atau gambaran mengenai pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan pelanggan , karena hal ini penting sebagai bahan masukan untuk melihat secara karakteristik ketiga variabel yang akan di teliti nantinya . maka model kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



2.1 Gambar Kerangka Konseptual

2.8 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang ada, oleh karena itu sudah seharusnya merupakan penjelasan yang masuk akal. (Mudrajad Kuncoro, Ph.). Berdasarkan rumusan masalah dan teori-teori yang dikemukakan hipotesis, yaitu:

H1: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada gojek terhadap pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas medan area.

H2: Pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas medan area.

H3 : Kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Go-jek pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas medan area

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis , Lokasi dan Waktu penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, menurut Sugiono (2015) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih.

Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan diskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

3.1.2 Lokasi penelitian dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area kampus 2 di Jl. Sei Serayu Nomor 70 A/Setia budi No 79, Sumatra Utara.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang direncanakan adalah dari bulan oktober 2020 sampai april 2021. Berikut waktu penelitian yang peneliti rencanakan.

Table 3.1
Rincian waktu penelitian

No	Kegiatan	2020-2021														
		Des	jan	feb	mei	agu	okt	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Nov
1.	Penyusunan proposal	■	■													
2.	Seminar proposal			■												
3.	Pengumpulan data				■	■										
4.	Analisis data				■	■										
5.	Seminar hasil						■	■								
6.	Pengajuan mejahijau															
7.	Meja hijau															

3.5. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut (Sugiyono,2012) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area Prodi Manajemen stambuk 2017 yang diketahui sebanyak 423 orang dan pengguna Gojek berjumlah 102 orang.

3.2.2. Sampel

Menurut (Sugiyono,2012) sampel merupakan suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel juga termasuk bagian dari populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel diambil dengan jenis sampel *nonprobabilitas*, yakni pengambilan sampel yang dimana tidak semua populasi berpeluang menjadi sampel. Dan teknik pengambilan dengan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan memilih berdasarkan pertimbangan tertentu, dengan memberikan persyaratan yang cukup kuat dan memiliki kriteria yang sesuai maka akan dijadikan sebagai sampel (Azuar & Irfan,2013).

Kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini,yaitu : .Mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Medan Area yang menggunakan aplikasi Go-jek. Menurut (Azuar & Irfan,2013),menentukan jumlah sampel dari populasi dapat menggunakan rumus Slovin, sepertiberikut:

Dari jumlah populasi 102 orang ini maka digunakan rumus Slovin menentukan jumlah sampel sebagaiberikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

Dimana: n= Jumlah Sampel

N= Jumlah populasi

e= Tarif Kesalahan (*Standart Error 10%*)

maka jumlah sampel yang diperoleh adalah

$$\begin{aligned} n &= \frac{102}{1+(102(0,05)^2)} \\ &= 80,8795 = 81 \text{ Responden} \end{aligned}$$

3.3 Defenisi Operasional Variabel

Penelitian yang digunakan ada dua variabel bebas dan terikat. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi. variabel terikat adalah kepuasan pelanggan.

Tabel 3.2 Definisi Operasional

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1.	Kualitas layanan (X1) Tjiptono (2008)	Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan.	a.bukti fisik b.kehandalan c.ketanggapan d.jaminan	Skala likert
2.	Pemanfaatan Teknologi (X2) Harun (2017)	Penggunaan yang dilakukan oleh pengguna sistem informasi dalam menjalankan tugasnya dimana pengukurannya berdasarkan pada intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan dan jumlah aplikasi terhadap perangkat lunak yang dimanfaatkan	a.Terkendali b.Jelas dan dapat dimengerti c.Fleksibel d.Mudah digunakan	Skala likert
3.	Kepuasan Pelanggan (Y) Edwin setyo (2017)	Kepuasan merupakan perasaan diri seseorang karena merasa puas dengan terpenuhinya kebutuhan mereka. kepuasan di dapat merupakan hasil dari penilaian atas produk atau jasa yang mereka gunakan.	a.Sikap b.Kualitas layanan c.Loyal d.Popularitas yang baik	Skala likert

3.4 Jenis dan sumber data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Jenis data penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi data yang sudah diolah oleh pihak ketiga melalui buku, dan media elektronik.

3.5. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan langkah yang penting diperoleh dalam penelitian, data yang dikumpulkan harus valid untuk digunakan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan angket (*Questioner*) yaitu suatu pengumpulan data yang menganalisis data dengan member pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang sudah berbentuk pilihan ganda.

Table 3.3
Bobot Nilai Angket

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Tidak setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner bisa layak untuk digunakan sebagai instrument penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengaju mengukur apa yang semestinya.

Reabilitas memperlihatkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya. dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh dari hasil yang tidak berbeda (Jogiyanto 2016).

a. Ujivaliditas

Uji validitas adalah pengujian sejauh mana kebenaran atau ketepatan suatu instrument sebagai alat ukur variabel penelitian. Jika instrument valid atau benar, maka hasil pengukuran pun kemungkinan akan benar (Juliandi 2014).

Rumus korelasi

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana:

n = banyaknyapengamatan

$\sum x_1$ = jumlah pengamatan variabelX

$\sum y_1$ = jumlah pengamatan variabelY

$\sum x_i^2$ = jumlah kuadrat pengamatan variabel X

= jumlah kuadrat pengamatan variabel Y

$\sum y_i^2$

$(\sum x_i^2)$ = kuadrat jumlah pengamatan variabelX

$(\sum y_i^2)$ = kuadrat jumlah pengamatan variabelY

$\sum x_i y_1$ = jumlah hasil kali variabel X danY

Pengujian validitas dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai r hitung $>$ r table maka dinyatakan valid
2. Jika nilai r hitung $<$ r table maka dinyatakan tidakvalid

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian ini merupakan alat pengukur yang dapat di andalkan dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian ini tetap konsisten maka hasil penelitian ini juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang besar (Juliadi et al, 2014, hal, 80).

Berikut ini adalah rumus Crombath Alpha :

$$r = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

sumber: (Juliandi & Irfan, 2013)

Dimana:

r = Reliabilitas instrument

K = Banyaknya butirsoal

Σ = jumlah varian butiritem

= Varians total

Dengan kriteria:

1. Jika nilai *cronbach alpha* $>$ 0,6 maka reliabilitas cukup terpercaya
2. Jika nilai *cronbach alpha* $<$ 0,6 maka reliabilitas tidak terpercaya

3.6.2 Uji Asumsi Klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal. Regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal merupakan model regresi yang baik. Dengan itu layak dilakukan pengujian secara statistik. Menurut Singgih Santoso (2012:293) Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah ditujukan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antara variabel independen . cara yang dilakukan untuk menilainya yaitu dengan melihat nilai faktor inflasi varian/VIF (Variance inflasi faktor) yang tidak melebihi 4 atau 5 (Hines dan Montgomery) (Juliandi et al., 2014, hal 161).

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan Uji heteroskedastisitas ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residul satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, yakni variance dari residul satu pengamatan ke pengamatan lainnya bersifat tetap (Ghozali, 2011).

3.6.3 Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah metode analisis yang digunakan untuk dapat mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel. Model regresi linier berganda dengan memakai program *software spss 20.00 for windows* yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

X₁ = Variabel bebas (Brand Awareness)

X₂ = Variabel Bebas (Kepercayaan)

a = Konstanta

b_{1,2} = Koefisien Regresi

e = Standart error (tingkat kesalsahan) yaitu 0,1(10%)

4. Uji Hipotesis

3.7 Uji simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

3.8 Uji Parsial (Ujit)

Uji statistic dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

3.9 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen, semakin besar koefisien determinasi menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen. Berikut rumus uji koefisien determinasi.

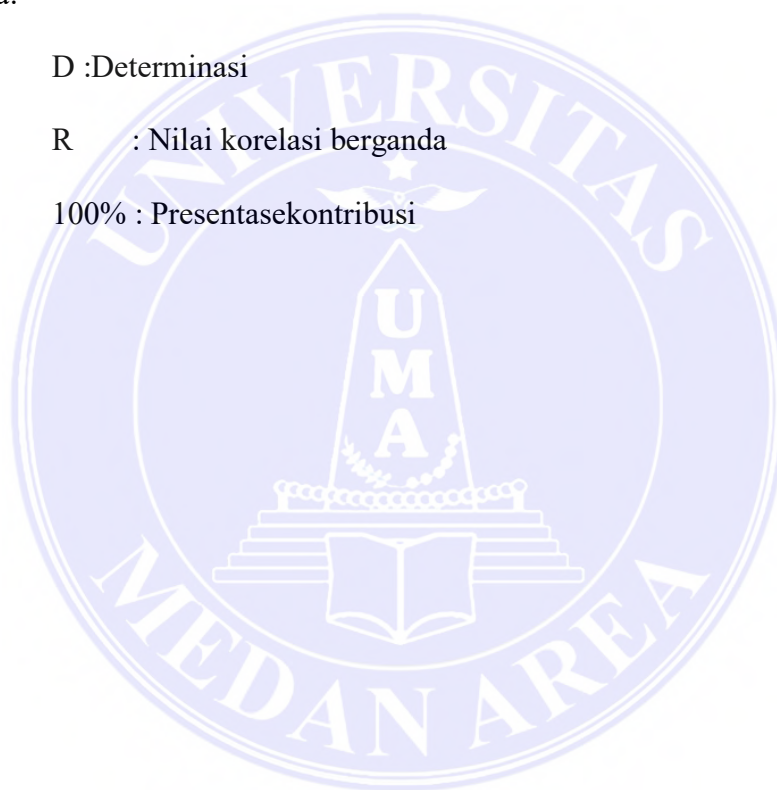
$$D = R^2 \times 100\%$$

Dimana:

D : Determinasi

R : Nilai korelasi berganda

100% : Presentase kontribusi



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai Pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan pelanggan Gojek dengan studi kasus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

1. Terdapat pengaruh variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai t_{hitung} diperoleh 5,773 dimana nilai t_{table} pada α 5% yakni 1,991 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t_{hitung} 5,773 > t_{table} 1,991 dan nilai $p-value$ pada kolom sig. 0,000 < 0.05 artinya signifikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
2. Terdapat pengaruh pada variabel pemanfaatan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai t_{hitung} diperoleh 2,001 dimana nilai t_{table} pada α 5% yakni 1,991 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t_{hitung} 6,015 > t_{table} 1,991 dan nilai $p-value$ pada kolom sig. 0,000 < 0.05 artinya signifikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,618. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 61,8% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi. Sedangkan sebesar 38,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan pada penelitian ini.

5.2 Saran

1. Meningkatkan kualitas layanan dengan melakukan penguatan pada materi tertulis dengan memberikan fasilitas kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat memahami lebih jelas mengenai produk. Mengadakan pelatihan bagi *driver* Gojek juga dapat dilakukan dengan tujuan untuk membekali para driver dalam menghadapi pelanggan sehingga *driver* mampu meyakinkan pelanggan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk membantu mengatasi masalah yang dialami pelanggan. Pelatihan ini juga dapat membantu agar meningkatkan ketepatan dalam memberikan layanan sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan.
2. Perusahaan diharapkan selalu memperhatikan kualitas produk baik dari segi pelayanan maupun mutu sehingga pelanggan Gojek tetap setia dan terus menerus menggunakan aplikasi Gojek.
3. Pihak Gojek harus dapat mempertahankan penetapan harga dalam hal penetapan tarif nominal awal agar tetap bersaing dengan aplikasi ojol yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwi Danesty Deccasari. 2018 Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada jasa transportasi ojek online (Studi Kasus Pada Konsumen Gojek di Malang) (Doctoral dissertation, STIE MALANGKUCECWARA).
- Erica, D., & Al Rasyid, H. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Di Jakarta. *Jurnal Perspektif*, 16(2), 168-176.
- Kotler Philip, (2002), *manajemen pemasaran Edisi Milenium 1*, Penerbit PT.Prenhalindo, Jakarta.
- Lupiyoadi, H. (2006) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba empat.
- Rasyid, H. (2006). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-jek. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 200-214.
- Rasyid, H. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-jek. *Jurnal Ecodemica*, 210-223.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta
- Syahfitri, S. 2020. Pengaruh promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Go-jek di kota Medan (Doctoral dissertation).
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta; Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zeithaml VA, B. M. (2000). Understanding Customer Expectations And Perceptions Through Marketing Research. *Service Marketing*, 107-136.

Zulfianto, A. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan, Pemanfaatan Teknologi Informasi, E-Service Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Ojek Online Di Medan (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya). (Juliandi & Irfan, 2013, hal. 86)



KUESIONER

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GO-JEK MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kepada yang terhormat, Bapak/Ibu, Saudara/I responden, dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentingan ilmiah saya mohon kesediaannya untuk membantu mengisi dan menjawab dari beberapa pertanyaan dengan sebenarnya dari kuesioner yang diberikan di bawah ini. Atas kerjasama dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

I. DATA RESPONDEN

No.Responden:

1. Nama:
2. Jenis kelamin :
 - a. Pria b. Wanita

Email :

II. PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah salah satu jawaban anda serta beri tanda conteng/*checklist* (pada kolom yang tersedia sesuai jawaban yang tepat dengan menurut tanggapan anda.

Responden hanya dapat diperbolehkan untuk memilih satu jawaban.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju (diberi nilai 5)

S = Setuju (diberi nilai 4)

RR = Ragu – ragu (diberi nilai 3)

TS = Tidak Setuju (diberi nilai 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (diberi nilai 1)

III LAMPIRAN PERNYATAAN

Kualitas Layanan (X₁)	1. pengemudi gojek selalu menggunakan helm dan berhati-hati saat membawa penumpang
	2. pengemudi gojek menawarkan pergantian rute jika macet parah
	3. gojek memberikan jaminan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan
	4. pengemudi gojek online mengantarkan ketempat tujuan saya dengan baik
	5. saya bersedia untuk memberikan tip kepada pengemudi transportasi gojek
	6. perusahaan memberikan banyak promo potongan harga untuk mendapatkan tarif yang lebih murah
	7. saya merasa harga yang diberikan oleh perusahaan ojek online terlalu mahal
	8. pengemudi transportasi ojek online menawarkan untuk berhenti apabila hujan
	9. Ojek memberikan kenyamanan terhadap pelanggan
	10. Driver sesuai dengan aplikasi
Pemanfaatan Teknologi (X₂)	1. pengemudi transportasi ojek online datang tidak terlalu Lama
	2. pengemudi transportasi ojek online membantu setiap kebutuhan penumpang
	3. dengan menggunakan ojek online memungkinkan saya lebih mudah saat bepergian
	4. dengan menggunakan gojek saya lebih cepat untuk sampai ketujuan saya
	5. saya memilih menggunakan jasa transportasi online yang lain dari gojek
	6. saya akan tetap menggunakan transportasi online gojek karena pelayanannya baik

	7. kemudahan penggunaan aplikasi gojek memudahkan Saya
	8. transportasi ojek online menjadi pilihan pertama ketika saya hendak beraktivitas
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. saya merasa tatacara pelayanan pengemudi transportasi ojek online diterapkan dengan baik
	2. pengemudi transportasi ojek online memilih milih penumpang yang ingin dilayani
	3. pengemudi transportasi ojek online menawarkan penutup kepala
	4. kualitas pelayanan transportasi ojek online yang baik membuat saya ingin berlangganan pada gojek
	5. saya akan kembali menggunakan transportasi ojek online saat membutuhkannya
	6. saya mengajak orang lain untuk menggunakan transportasi ojek online
	7. pengemudi transportasi ojek online yang datang sesuai dengan identitas yang tertera di aplikasi
	8. pengemudi transportasi ojek

Jawaban Variabel Kualitas Layanan (X₁)**X1.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	2	2.5	2.5	2.5
Valid 4.00	59	73.8	73.8	76.3
Valid 5.00	19	23.8	23.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4.00	52	65.0	65.0	65.0
Valid 5.00	28	35.0	35.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	2	2.5	2.5	2.5
4.00	58	72.5	72.5	75.0
5.00	20	25.0	25.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.3	1.3	1.3
3.00	3	3.8	3.8	5.0
4.00	61	76.3	76.3	81.3
5.00	15	18.8	18.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.3	1.3	1.3
3.00	2	2.5	2.5	3.8
4.00	54	67.5	67.5	71.3
5.00	23	28.8	28.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4.00	61	76.3	76.3	76.3
5.00	19	23.8	23.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	2	2.5	2.5	2.5
4.00	59	73.8	73.8	76.3
5.00	19	23.8	23.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.3	1.3	1.3
3.00	3	3.8	3.8	5.0
Valid 4.00	55	68.8	68.8	73.8
5.00	21	26.3	26.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3.00	1	1.3	1.3	1.3
Valid 4.00	57	71.3	71.3	72.5
5.00	22	27.5	27.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.3	1.3	1.3
3.00	3	3.8	3.8	5.0
Valid 4.00	57	71.3	71.3	76.3
5.00	19	23.8	23.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Jawaban Variabel Pemanfaatan Teknologi (X₂)

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.3	1.3	1.3
3.00	5	6.3	6.3	7.5
Valid 4.00	57	71.3	71.3	78.8
5.00	17	21.3	21.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	2	2.5	2.5	2.5
4.00	59	73.8	73.8	76.3
5.00	19	23.8	23.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.3	1.3	1.3
3.00	3	3.8	3.8	5.0
4.00	55	68.8	68.8	73.8
5.00	21	26.3	26.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	1	1.3	1.3	1.3
4.00	57	71.3	71.3	72.5
5.00	22	27.5	27.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.3	1.3	1.3
3.00	3	3.8	3.8	5.0
4.00	57	71.3	71.3	76.3
5.00	19	23.8	23.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.3	1.3	1.3
3.00	5	6.3	6.3	7.5
4.00	57	71.3	71.3	78.8
5.00	17	21.3	21.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4.00	52	65.0	65.0	65.0
5.00	28	35.0	35.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	2	2.5	2.5	2.5
4.00	58	72.5	72.5	75.0
5.00	20	25.0	25.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**Y.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	3	3.8	3.8	3.8
4.00	46	57.5	57.5	61.3
5.00	31	38.8	38.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.3	1.3	1.3
3.00	4	5.0	5.0	6.3
4.00	51	63.8	63.8	70.0
5.00	24	30.0	30.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.3	1.3	1.3
3.00	7	8.8	8.8	10.0
4.00	45	56.3	56.3	66.3
5.00	27	33.8	33.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	2	2.5	2.5	2.5
4.00	50	62.5	62.5	65.0
5.00	28	35.0	35.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	3	3.8	3.8	3.8
4.00	51	63.8	63.8	67.5
5.00	26	32.5	32.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	4	5.0	5.0	5.0
3.00	16	20.0	20.0	25.0
4.00	43	53.8	53.8	78.8
5.00	17	21.3	21.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.3	1.3	1.3
3.00	3	3.8	3.8	5.0
4.00	55	68.8	68.8	73.8
5.00	21	26.3	26.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	1	1.3	1.3	1.3
4.00	57	71.3	71.3	72.5
5.00	22	27.5	27.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Variabel Kualitas Layanan (X₁)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	46
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	45
5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	43
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	45
5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	46
4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	44

5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	43
5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	44
4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	44
5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	47
5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	47
5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	47
5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	47
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	43
4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	43
4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	43
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	36
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	43
4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	43
4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	43
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	37
5	4	5	1	1	5	5	1	5	1	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	47
5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Variabel Pemanfaatan Teknologi (X₂)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
4	4	4	4	5	4	5	4	34
4	5	4	4	4	4	5	5	35
4	5	5	5	4	4	5	5	37
5	5	5	4	5	5	5	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	5	4	4	4	4	5	5	35
5	4	5	5	4	5	5	5	38
5	5	4	4	5	5	4	4	36
4	5	5	4	4	4	5	4	35
4	4	5	4	4	4	5	5	35
4	5	5	5	4	4	5	4	36
4	4	5	5	4	4	5	5	36

5	5	4	4	5	5	4	4	36
4	5	4	4	5	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	4	5	5	5	38
4	4	5	5	4	4	5	4	35
5	5	5	4	5	5	4	4	37
5	5	5	4	5	5	4	4	37
5	5	5	4	5	5	4	4	37
5	5	5	4	5	5	4	4	37
5	4	5	4	5	5	4	4	36
5	4	4	4	5	5	4	4	35
5	4	4	4	5	5	4	4	35
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	4	4	5	4	4	5	4	34
4	4	4	5	4	4	5	4	34
4	4	4	5	4	4	5	4	34
4	4	4	5	4	4	5	5	35
4	4	4	5	4	4	5	5	35
4	4	4	5	4	4	5	5	35
4	4	4	5	4	4	5	4	34
4	4	4	5	4	4	4	5	34
3	4	4	4	4	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	3	4	4	3	4	4	4	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	4	4	3	4	3	27
3	4	4	4	4	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	3	3	3	4	3	26
4	5	4	5	5	4	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32

3	4	4	4	4	3	4	4	30
4	4	5	4	5	4	5	4	35
5	4	4	4	4	5	5	4	35
4	4	5	5	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	4	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	4	4	4	31
1	5	1	5	1	1	4	5	23
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	5	3	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total
4	5	5	5	5	5	4	4	37
4	5	5	5	5	4	4	4	36
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	4	3	5	5	4	5	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	5	5	4	4	4	35
5	5	5	5	4	5	4	4	37
5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	5	5	5	5	5	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	4	3	5	5	4	5	4	35
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	5	5	5	5	5	5	38

5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	5	5	5	5	3	4	4	36
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	4	5	4	5	4	5	4	36
5	4	5	4	5	4	5	4	36
5	4	5	4	5	4	5	4	36
5	4	5	4	5	4	5	4	36
5	4	5	4	5	4	4	4	35
5	4	4	4	5	4	4	4	34
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	5	4	4	4	4	4	5	34
4	5	4	5	4	4	4	5	35
4	5	4	5	4	4	4	5	35
4	5	4	5	4	4	4	5	35
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	1	1	4	4	3	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	5	4	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	4	4	4	2	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	3	4	3	3	3	26
5	4	4	4	4	3	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32

4	4	4	4	3	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	5	4	33
5	4	5	4	4	4	4	4	34
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	5	4	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	4	4	3	4	4	28
4	3	4	4	4	2	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	3	4	4	4	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	5	4	5	5	38
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32

Hasil Uji Validitas Data

No	Variabel	Butir	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	Kualitas Layanan (X_1)	X1.1	0.629	0.2706	Valid
2		X1.2	0.631	0.2706	Valid
3		X1.3	0.535	0.2706	Valid
4		X1.4	0.750	0.2706	Valid
5		X1.5	0.685	0.2706	Valid
6		X1.6	0.511	0.2706	Valid
7		X1.7	0.629	0.2706	Valid

No	Variabel	Butir	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
8		X1.8	0.734	0.2706	<i>Valid</i>
9		X1.9	0.473	0.2706	<i>Valid</i>
10		X1.10	0.644	0.2706	<i>Valid</i>
1	Pemanfaatan Teknologi (X₂)	X2.1	0.767	0.2706	<i>Valid</i>
2		X2.2	0.556	0.2706	<i>Valid</i>
3		X2.3	0.750	0.2706	<i>Valid</i>
4		X2.4	0.515	0.2706	<i>Valid</i>
5		X2.5	0.672	0.2706	<i>Valid</i>
6		X2.6	0.767	0.2706	<i>Valid</i>
7		X2.7	0.630	0.2706	<i>Valid</i>
8		X2.8	0.525	0.2706	<i>Valid</i>
17	Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0.624	0.2706	<i>Valid</i>
18		Y1.2	0.510	0.2706	<i>Valid</i>
19		Y1.3	0.717	0.2706	<i>Valid</i>
20		Y1.4	0.533	0.2706	<i>Valid</i>
21		Y1.5	0.538	0.2706	<i>Valid</i>
22		Y1.6	0.624	0.2706	<i>Valid</i>
23		Y1.7	0.524	0.2706	<i>Valid</i>
24		Y1.8	0.484	0.2706	<i>Valid</i>

Hasil Uji Realibilitas Variabel

Variabel	Nilai Realibilitas	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0.756	Reliable
Pemanfaatan Teknologi (X_2)	0.765	Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.771	Reliable

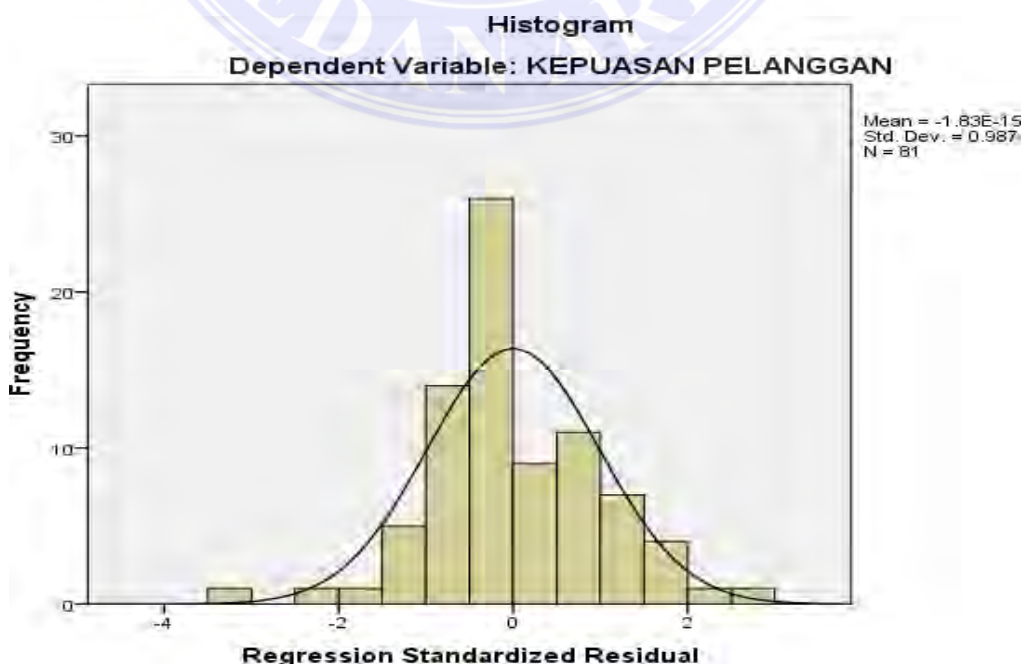
One-Sampel Kolmogorov-Sminorv Test

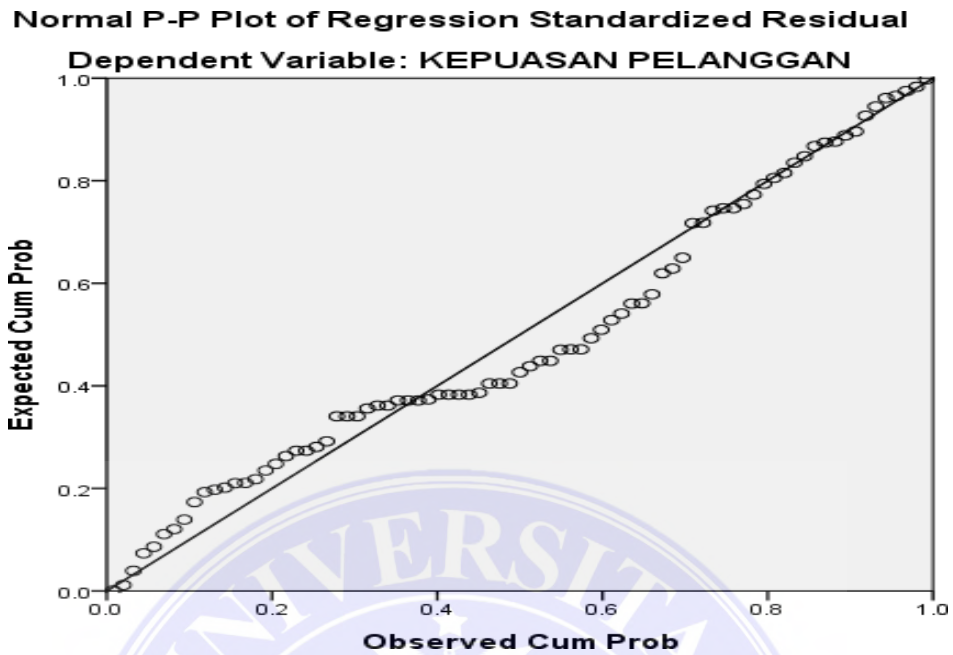
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.51218823
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.109
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.985
Asymp. Sig. (2-tailed)		.286

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

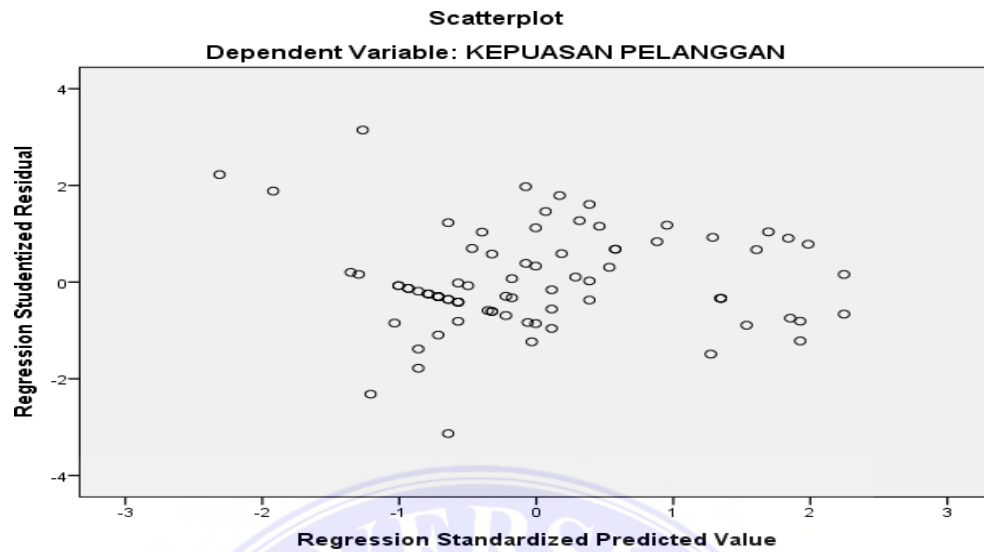




Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.248	3.751	2.199	.031		
	KUALITAS LAYANAN	.631	.109	5.773	.000	.906	1.104
	PEMANFAATAN TEKNOLOGI	.144	.075	1.910	.060	.906	1.104

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN



Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.248	3.751		2.199	.031
KUALITAS LAYANAN	.631	.109	.540	5.773	.000
PEMANFAATAN TEKNOLOGI	.144	.075	.179	1.910	.060

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.248	3.751		2.199	.031
KUALITAS LAYANAN	.631	.109	.540	5.773	.000
PEMANFAATAN TEKNOLOGI	.144	.075	.179	2.001	.060

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	312.693	2	156.347	24.154	.000 ^b
Residual	504.887	78	6.473		
Total	817.580	80			

a. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

b. Predictors: (Constant), PEMANFAATAN TEKNOLOGI, KUALITAS LAYANAN

Koefisien Determinasi**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 ^a	.622	.618	2.544

a. Predictors: (Constant), PEMANFAATAN TEKNOLOGI, KUALITAS LAYANAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN Nomor : 3400/UMA/B/01.7/VIII/2021

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Fadhilah Salsabila
No. Pokok Mahasiswa : 178320291
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Benar telah selesai Pengambilan Data di Universitas Medan Area dengan Judul skripsi
 “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan
 Pelanggan Go-Jek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Universitas Medan Area)”.

Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam
 penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Program Manajemen
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya.

Medan, 24 Agustus 2021.
 An. Rektor
 Wakil Rektor Bidang Administrasi



Dr. Henry Maharant Barus, SH, M.Hum

Tembusan :
 1. Mahasiswa Ybs
 2. File



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998
 Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 8226331
 Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id ekonomi@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 1646/FEB.1/06.5/VIII/2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area dengan ini menerangkan :

Nama : Fadhilah Salsabila
 Npm : 178320291
 Program Studi : Manajemen

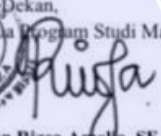
Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan pengambilan data/riset untuk penulisan skripsi dari fakultas ekonomi & bisnis yang berjudul :

"Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area)".

Selama melakukan pengambilan data/riset mahasiswa telah mengikuti arahan sesuai peraturan dan tetap berkelakuan baik. Surat keterangan ini dikeluarkan untuk mahasiswa memperoleh data.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dipergunakan seperluanya.

Medan, 16 Agustus 2021

Dekan,
 Ketua Program Studi Manajemen

 Wan Rizca Amelia, SE, M.Si

 Scanned with CamScanner