



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 8082-8089

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Grabbike di Kabupaten Bogor

Roynaldi Arista¹, Arif Rahman^{2✉}, Fajri Ariandi³, Warsono⁴, Dani Chandra Utama⁵

Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Email: arifrahman2809@gmail.com^{2✉}

Abstrak

Pusat ekonomi Indonesia saat ini berada di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, yang mengalami pertumbuhan penduduk yang tinggi. Untuk mendukung aktivitas dengan mobilitas tinggi, diperlukan transportasi yang baik. Salah satu opsi transportasi yang efektif dan efisien adalah ojek online yang dapat mengantarkan langsung ke tempat kerja. Era pemanfaatan internet untuk membangun aplikasi pemesanan ojek online mengubah ojek berbasis lokal menjadi berbasis internet melalui aplikasi smartphone. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Grabbike di Kabupaten Bogor. Sampel dalam penelitian ini adalah 150 responden yang diambil menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda. Pengujian data dilakukan menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi harga memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan promosi dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil Uji F, persepsi harga, promosi, dan kualitas layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap layanan ojek online Grabbike di Kabupaten Bogor. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan hanya sebesar 65%, sedangkan 35% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Konsumen*

Abstract

The economic center of Indonesia is currently located in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi, which are experiencing high population growth. To support activities with high mobility, good transportation is needed. One effective and efficient transportation option is an online motorcycle taxi that can take you directly to your workplace. The era of utilizing the internet to build online motorcycle taxi booking applications has transformed local-based motorcycle taxis into internet-based ones via smartphone applications. This research aims to determine the influence of service quality and customer satisfaction on Grabbike customer loyalty in Bogor Regency. The sample in this study consists of 150 respondents selected using the Simple Random Sampling technique. Data collection was carried out using questionnaires. Prerequisite tests for analysis include normality tests, linearity tests, and multicollinearity tests. The data analysis method used is multiple linear regression. Data testing was conducted using SPSS version 26. The results of this research show that price perception has a positive but not significant effect on customer satisfaction, while promotion and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Based on the results of the F Test, price perception, promotion, and service quality together have a significant effect on consumer satisfaction with the Grabbike online motorcycle taxi service in Bogor Regency. Based on the results of multiple regression analysis, the influence of price perception, promotion, and service quality on customer satisfaction is only 65%, while the remaining 35% is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Consumer Loyalty

PENDAHULUAN

Sebagai pusat perekonomian Indonesia, wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi mengalami pertumbuhan penduduk yang cepat dengan mobilitas yang tinggi. Untuk mendukung aktivitas dengan mobilitas tinggi ini, diperlukan alat transportasi yang baik untuk menghindari kemacetan (Kadarisman, Gunawan, and Ismiyati 2016). Meskipun saat ini pemerintah telah berusaha memperbaiki transportasi publik dengan menambah unit dan mengintegrasikan jalur busway, KRL, MRT, LRT, Jak Lingko, dan lainnya, kemacetan masih tetap terjadi. Banyak pekerja dan karyawan masih menggunakan kendaraan pribadi untuk menuju tempat kerja (Aslamiyyah n.d.; Suprpto 2021).

Kabupaten Bogor adalah salah satu wilayah penyangga ibukota Jakarta dengan jumlah penduduknya lebih dari 7 juta jiwa dimana sebagian penduduknya pada siang hari banyak yang beraktifitas di Jakarta. Beragam aktifitas dilakukan antara lain bekerja, kuliah, sekolah, berdagang dan lain-lain. Salah satu alternatif transportasi yang efektif adalah ojek online dimana dapat mengantarkan ke tempat kerja langsung ataupun ke stasiun kereta *commuterline* secara lebih cepat dibandingkan angkutan umum lainnya. murah dibandingkan platform ojek online lainnya. Ojek sebagai salah satu bentuk transportasi

sehari-hari saat ini tidak bisa dipandang sebelah mata. munculnya layanan ojek online ditawarkan secara online, industri telah memasuki babak baru. Era memanfaatkan internet membangun aplikasi pemesanan ojek online mengubah ojek berbasis lokal menjadi berbasis internet melalui aplikasi smartphone.

Ojek online yang mendominasi di kabupaten Bogor saat ini adalah Gojek, Grab dan Maxim. Walaupun sempat bermunculan berbagai jenis ojek aplikasi online tetapi banyak yang berhenti operasi karena persaingan yang ketat. Grab merupakan layanan transportasi berbasis aplikasi online yang masih eksis dan masih mampu bersaing hingga saat ini. Grab merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi berbasis online yang selalu meningkatkan kualitas layanannya dan harga yang ditawarkan juga cukup bersaing dengan penyedia jasa transportasi lain. Grab pun menyediakan layanan kebutuhan sehari-hari bagi para konsumen termasuk perjalanan, pesan antar makanan, dan pengiriman barang. Saat ini Grab menyediakan layanan di berbagai negara yaitu Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, Vietnam, Myanmar dan Kamboja. Grab, yang pada awal pendiriannya pada tahun 2012 di Singapura dikenal sebagai MyTeksi. Grab muncul di Indonesia sebagai salah satu pelopor taksi berbasis online di Indonesia yang kemudian berkembang dengan layanan-layanan lain seperti GrabBike, GrabCar, GrabHitch, GrabExpress, GrabFood. Selain itu juga ada GrabSewa dan GrabFresh serta GrabTaxi (<https://www.grab.com/id/>).

Saat ini konsumen angkutan umum dapat memilih opsi praktis menggunakan ojek dimana mereka memilih salah satu dari berbagai pilihan berdasarkan kebutuhan dan preferensi mereka (Ananda, Syofian, and Markoni 2023). Untuk mencapai loyalitas pelanggannya, perusahaan transportasi berbasis aplikasi yaitu Grab harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara berkesinambungan. Berdasarkan jumlah unduhan aplikasi tercatat di PlayStore, saat ini terdapat lebih 100 juta pengguna aplikasi tersebut. Hal itu menunjukkan bahwa banyak pelanggan yang loyal terhadap Grabbike sebagai sarana transportasinya. Menjadi sebuah problematika tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan Grabbike dan kepuasan pelanggannya berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Grabbike khususnya di wilayah kabupaten Bogor.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa ada tidaknya pengaruh dan jika ada seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen jasa ojek online Grabbike terhadap loyalitas pelanggannya di Kabupaten Bogor.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan metode kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen GrabBike di Kabupaten Bogor. Mengingat jumlah populasi tidak diketahui, maka dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan pengambilan sampel sebagai representasi populasi. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pelanggan ojek online di Kota Depok yang pernah menggunakan aplikasi GrabBike. Sampel menggunakan rumus Hair and Anderson (2014) jumlah indikator ($15 \times 10 = 150$), maka pada penelitian menggunakan sampel 150 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linear berganda. Teknik pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 26 untuk menghitung hasil uji variabel Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F, dan analisis determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji validitas tiap butir pertanyaan pada kuesioner yang telah dirancang. Suatu butir pertanyaan diaktakan valid apabila nilai korelasi (rhitung) dari butir pertanyaan tersebut $>$ rtabel. Diketahui nilai rtabel pada penelitian ini yaitu 0,1979 yang diperoleh berdasarkan tabel r (pearson product moment) dengan melihat pada kolom nilai N 150 dan kolom 2-tailed. Berdasarkan hasil penelitian seluruh nilai rhitung $>$ 0,1979 (rtabel). Sehingga disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan telah valid.

Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang telah memenuhi uji validitas, jadi jika tidak memenuhi syarat uji validitas maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas. Apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, maka kuesioner penelitian bersifat reliable. Diketahui pada hasil penelitian ini bahwa kuesioner bersifat reliabel, karena seluruh nilai Cronbach's Alpha dari ketiga variabel lebih besar lebih besar dari 0,60.

Tabel 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	33.957	5.785		5.679	.000
	Kualitas Pelayanan	.161	.082	.054	2.730	.004

Kepuasan Konsumen	.178	.069	.286	2.865	.007
----------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel 1. dapat di ketahui bahwa persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 32,853 + (-0,041) + 0,168$$

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai sign $0,004 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,730 > 1,982$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X1 terhadap variabel Y. Selanjutnya juga diketahui nilai sign $0,007 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,865 > 1,982$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X2 terhadap Y.

Tabel 2. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	1.206.375	25	48.255	4.223	.027 ^b
	Residual	1.571.875	125	12.575		
	Total	2.778.250	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 2 diketahui nilai sign $0,027 < 0,05$ dan nilai F hitung $4,223 > 3,10$ F tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y.

Tabel 3. Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.290 ^a	.068	.065	3.64036

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Dari tabel 3. Model Summary dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,065 atau 65%. Hal ini dapat diartikan bahwa 0,065 atau 65%

Loyalitas Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Konsumen (X2) secara simultan dan kemungkinan sisanya sebesar 35% (100-65%) dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Grabbike di Kabupaten Bogor

Hasil pengujian pada hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pada penelitian ini tampak bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Grabbike di Kabupaten Bogor ($b = 0.054$, $p < 0.05$), maka hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) Grabbike di Kabupaten Bogor diterima. Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaianya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen (Darna and Muhidin 2020; Prasastono and Pradapa 2012)

Hasil penelitian ini sama dengan dua penelitian terdahulu, yakni Hapsari, Clemes, and Dean (2017) dan Ngo and Nguyen (2016) yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kualitas layanan juga dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap citra merek dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Hapsari et al. 2017). Setelah pelanggan mengalami layanan yang berkualitas baik pada dimensi-dimensi kualitas layanan, maka persepsi tentang merek tersebut meningkat dan pelanggan akan mempertimbangkan pembelian ulang atau penggunaan ulang layanan serta merekomendasikan kepada orang lain. Kualitas Layanan juga secara signifikan dan positif berhubungan dengan loyalitas pelanggan, yang ini berarti jika kualitas layanan semakin baik, maka pelanggan akan semakin loyal pada merek atau perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya Ngo and Nguyen (2016) menyimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu sumber untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Grabbike di Kabupaten Bogor

Hasil pengujian pada hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pada penelitian ini tampak

bahwa variabel kepuasan konsumen (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Grabbike di Kabupaten Bogor ($b = 0.286$, $p < 0.05$), maka hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Grabbike di Kabupaten Bogor diterima. Menurut Kotler & Keller (2016) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antar kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Grabbike di Kabupaten Bogor

Hasil pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas. Diketahui nilai sign $0,027 < 0,05$ dan nilai F hitung $4,223 > 3,10$ F tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis ketiga diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y. Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang menentukan kepuasan konsumen oleh karena itu jika pelayanan yang diberikan baik dan sesuai dengan keinginan konsumen maka akan ada kepuasan yang terjadi akan tetapi jika pelayanan yang diberikan tidak baik atau tidak sesuai keinginan konsumen maka tidak akan ada kepuasan konsumen. Dan jika kepuasan konsumen didapatkan sesuai dengan yang diharapkan maka akan terbentuk loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang diberikan Grabbike di kabupaten Bogor berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil perhitungan koefisien korelasi dan regresi. Kesimpulannya ada korelasi yang signifikan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan jasa ojek online Grabbike di kabupaten Bogor. Berdasarkan tabel Summary uji koefisien determinasi dapat diketahui nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,065 atau 65%. Hal ini dapat diartikan bahwa 0,065 atau 65% Loyalitas Pelanggan (Y) Grabbike di kabupaten Bogor dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Konsumen (X2) secara simultan dan kemungkinan sisanya sebesar 35% (100-65%) dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, diantaranya kedisiplinan driver, kemudahan aplikasi, jangkauan dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Bayu Putra, Syofian Syofian, and Markoni Markoni. 2023. "PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA OJEK ONLINE (MAXIM KOTA BENGKULU)." *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 6(2):370–80.
- Aslamiyyah, Suaibatul. n.d. "Perilaku Pengguna Mikrotrans Pasca Penerapan Sistem Jak Lingko (Studi Kasus Masyarakat Di Jakarta Selatan)."
- Darna, Nana, and Ali Muhidin. 2020. "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PD Sumber Rezeki Singaparna)." *Business Management and Entrepreneurship Journal* 2(2).
- Hair, Joseph F., and Barry J. Babin Rolph E. Anderson. 2014. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Ed. Pearson Education, Inc.
- Hapsari, Raditha, Michael D. Clemes, and David Dean. 2017. "The Impact of Service Quality, Customer Engagement and Selected Marketing Constructs on Airline Passenger Loyalty." *International Journal of Quality and Service Sciences* 9(1):21–40.
- Kadarisman, Muh, Aang Gunawan, and Ismiyati Ismiyati. 2016. "Kebijakan Manajemen Transportasi Darat Dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Masyarakat Di Kota Depok." *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTranslog)* 3(1):41–58.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*. 15th ed. Pearson Education, Inc.
- Ngo, Minh Vu, and Huan Huu Nguyen. 2016. "The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector." *Journal of Competitiveness*.
- Prasastono, Ndaru, and Sri Yulianto Fajar Pradapa. 2012. "Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi." *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata* 11(2).
- Suprpto, Firda Noviana. 2021. "Efektivitas Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Dalam Melaksanakan Program MRT (Mass Rapid Transit) Untuk Mengatasi Kemacetan Di Kota Jakarta".