

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE* TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Program Studi Ekonomi Pembangunan*



Oleh:

Nama : Rheza Rendragraha  
NPM : 1305180028  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2017**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 02 November 2017, pukul 14.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

**MEMUTUSKAN**

Nama : RHEZA RENDRAGRAHA  
NPM : 1305180028  
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA TRANSPORTAS  
ONLINE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOTA  
MEDAN

Dinyatakan : (B) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

Tim Penguji

Penguji I

Penguji II

(Dra. Hj. LAILAN SAFINA HSB, M.Si)

(ROSWITA HAFNI, M.Si)

Pembimbing

(Dr. PRAWIDYA HARIANIRS)

Panitia Ujian

Ketua

Sekretaris

(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.)

(ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : RHEZA RENDRAGRAHA  
N.P.M : 1305180028  
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA  
TRANSPORTASI *ONLINE* TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DI KOTA MEDAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian  
mempertahankan skripsi.

Medan, Oktober 2017

Pembimbing Skripsi

  
(Dr. PRAWIDYA HARIANI RS)

Ketua Program Studi



(Dr. PRAWIDYA HARIANI RS)

Diketahui / Disetujui  
Dekan



(JANURI, SE, MM, M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : RHEZA RENDRAGRAHA  
N.P.M : 1305180028  
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN  
Alamat Rumah : JL. MADIO SANTOSO NO. 27  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA TRANSPORTASI  
ONLINE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOTA  
MEDAN

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
5/10-17	Bab III hm ditulis dan disesuaikan dgn arka pembacanya.		
9/10-17	Bab I & II hm ditulis sesuai aturan Men Kes dan Manajemen - spesifikasi umum behavior.		
14/10-17	Bab IV dibuat berdasarkan gambaran bagripsi dan Perum. Bk. Kom. Koperasi. + Perum. Koperasi.		
18/10-17	Konsep di mana 4 pengelompokan kepuasan konsumen, sly. akan Bab IV Cocokkan Um - Perum. Koperasi - Nahson dr. Oleh Datin. Ardiyana. pte		
27/10-17	All Bab sdy ditulis -> dicek! Cekpda + some ditentukan. Aec 4 di Si dan jua 1/1.		

Medan, Oktober 2017  
Diketahui /Disetujui  
Ketua Program Studi  
Ekonomi Pembangunan

Pembimbing Skripsi

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS

## SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : Rheza Randangraha  
NPM : 1305180028  
Konsentrasi : Ekonomi Pembangunan  
Fakultas : Ekonomi (Akuntansi/Perpajakan/Manajemen/IESP/  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha saya sendiri , baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut
  - Menjiplak /plagiat hasil karya penelitian orang lain
  - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identintas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing " dari Fakultas Ekonomi UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan 29.08.2017  
Pembuat Pernyataan

METERAI  
TEMPEL  
35DEEAEF627068502

6000  
ENAM RIBU RUPIAH

Rheza Randangraha

NB :

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.

## ABSTRAK

Rheza Rendragraha. NPM 1305180028. Pengaruh Layanan Jasa Transportasi Online Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Medan, 2017. Skripsi

Perkembangan teknologi seperti saat ini memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Bahkan sekarang dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi layanan transportasi dapat di akses.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel penentu kepuasan dengan tingkat kepuasan konsumen pengguna layanan jasa transportasi *online* di Kota Medan.

Dari 100 jumlah responden yang dipilih secara acak, terdapat 41% laki-laki dan 59% perempuan. Menurut klasifikasi usia responden, 15-18 tahun yaitu 15%, 19-24 tahun 55%, 25-40 tahun 20%, dan yang berusia 41-60 tahun 10%. Profesi sebagai pelajar/mahasiswa 70%, pegawai/karyawan 20%, wiraswata 10%. Pengguna jasa sebagai penumpang 70%.

Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa seluruh indikator variabel penentu kepuasan mendapatkan hasil yang berhubungan, yang berarti variabel penentu kepuasan saling berhubungan dan terikat dan yang paling dominan dan berkontribusi besar terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan jasa transportasi online yaitu pada variabel Assurance (X4) dengan indikator keamanan (X4.2) dengan hasil 55% yang berarti keamanan dari layanan transportasi online merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi layanan jasa transportasi online.

*Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Tangibility, Realibility, Responsiveness, Assurance.*

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan rasa Syukur kehadiran Allah Swt atas limpahan Rahmat dan Hidayah-nya yang selalu diberikan kepada hambanya yang selalu berusaha, Shalawat beriringan salam dihantarkan kepada Nabi Muhammad Saw, beserta keluarga dan para sahabat yang mana atas risalah beliau sehingga penulisan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Transportasi *Online* Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Medan**” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis berusaha menyajikan yang terbaik dengan seluruh kemampuan yang dimiliki oleh penulis, namun demikian penulis juga menyadari bahwa pengetahuan yang dimiliki masih sangat terbatas sehingga terwujudnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak yang telah membimbing penulis, baik moril materil dan ide-ide pemikiran.

Skripsi ini dipersembahkan terkhusus kepada Ayahanda Herry Ardhana dan Ibunda Elly Chrisda yang telah memberikan doa dan kasih sayang, moral dan material yang takkan pernah ternilai. Mereka mampu mendidik dan membesarkan anak-anaknya hingga kejenjang pendidikan yang lebih tinggi. Berkat doa dan restu mereka pula penulis mampu menyelesaikan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sekali lagi saya ucapkan beribu-ribu terima kasih.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah mendapat banyak sekali dukungan bimbingan, nasehat, serta petunjuk dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis tidak lupa menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. H. Agussani, MAP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bapak Januri. SE, MM, M.si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Ibu Dr. Prawidya Hariani R.S selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan sekaligus Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, mengarahkan, membimbing, dan mengajarkan berbagai macam ilmu yang bermanfaat.

4. Bapak/Ibu Ekonomi Pembangunan yang telah banyak memberikan berbagai macam masukan serta motivasi kepada penulis.
5. Saudara sekandung Rangga Panji Pradhana, Rifky Arnold S. kom, Filza Halwa yang senantiasa membeikan semangat kepada penulis dalam proses penulisan.
6. Teruntuk Sang Merpati Putih Parlina Utami A.md yang selalu setia menemani penulis dalam hal suka dan duka menjalani proses penulisan dan selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan berbagai hal.
7. Sahabat- sahabat seperjuangan yang berlandaskan tali persaudaraan, Afdilla Afriandy, Afrizal Ihsan Manurung, Agung Pratama Nugraha S.H, Amri Ilal Mahdi, Arif Budiman, Dede Kurniawan, Handi Astraatmaja, Irhas Syahputra S.E, Muhammad Al Akbar Husin, Naufady Surya Darma S.H, Robby Akbar, Yudi Sutrisna, yang selalu memberikan motivasi untuk membangkitkan semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Rekan seperjuangan Dian Kurniawan, Imam Sasri Tri Nugraha, Reva Hariwardana, yang setiap harinya selalu bertukar pikiran dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Keluarga kecil Teater Sisi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Cegung, Roni Sanjani Azli, Yassir Maulana yang selalu memberikan masukan moral ataupun moril kepada penulis.

10. Seluruh keluarga penulis yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

11. Seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Seluruh bantuan yang tidak ternilai ini tidak dapat saya balas satu persatu, semoga Allah Swt membalasnya sebagai amal ibadah dan akan menjadi manfaat yang sangat besar bagi kita semua. Amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena ini kritik maupu saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan kedepan.

*Amin Yaa Rabbal'Alamin*

*Wabillahi Taufiq Walhidayah*

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Medan, Oktober 2017

Penulis

Rheza Rendragraha



## DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan dan Rumusan Masalah .....	10
1. Batasan Masalah .....	10
2. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
1. Tujuan Penelitian .....	11
2. Manfaat Penelitian .....	11
a. Manfaat Akademik.....	11
b. Manfaat Non Akademik.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
A. Uraian Teoritis .....	12

1. Teori Perilaku Konsumen (Dalam Perspektif Ekonomi Mikro) .....	12
2. Teori Kepuasan Konsumen .....	16
a. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	16
b. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen .....	17
c. Teknik Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen.....	19
3. Pengertian, Karakteristik, dan Klasifikasi Jasa.....	21
a. Pengertian Jasa.....	21
b. Karakteristik Jasa .....	21
c. Klasifikasi Jasa.....	22
B. Penelitian Terdahulu .....	25
C. Kerangka Pemikiran.....	26
D. Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	29
B. Definisi Operasional Variabel .....	29
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	30
1. Lokasi Penelitian.....	30
2. Waktu Penelitian.....	30
D. Populasi dan Sampel .....	30
1. Populasi.....	30
2. Sampel.....	30
E. Jenis dan Sumber Data.....	31
1. Jenis Data .....	31

2. Sumber Data.....	31
F. Teknik atau Pengumpulan Data .....	31
1. Kuesioner .....	31
2. Wawancara.....	32
G. Teknik Analisis Data.....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
A. Deskripsi Data.....	33
1. Gambaran Umum Transportasi <i>Online</i> .....	33
2. Analisis Responden.....	36
B. Pembahasan Penelitian.....	40
1. Persentase Berdasarkan <i>Tangibility</i> (Bukti Fisik).....	40
2. Persentase Berdasarkan <i>Reability</i> (Kehandalan) .....	41
3. Persentase Berdasarkan <i>Responsiveness</i> (Cepat/Tanggap).....	42
4. Persentase Berdasarkan <i>Assurance</i> (Asuransi) .....	43
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>44</b>
A. Kesimpulan .....	44
B. Saran .....	45

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Judul	
Tabel 1-1. Pertumbuhan Penduduk Menurut Kabupaten/Kota (%) 1980-2010 .....	2
Tabel 2-1. Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 4-1. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4-2. Persentase Responden Berdasarkan Usia .....	37
Tabel 4-3. Persentase Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan .....	38
Tabel 4-4. Persentase Responden Berdasarkan Kategori Pengguna Jasa .....	39
Tabel 4-5. Persentase Berdasarkan <i>Tangibility</i> (Bukti Fisik) .....	40
Tabel 4-6. Persentase Berdasarkan <i>Reability</i> (Kehandalan).....	41
Tabel 4-7. Persentase Berdasarkan <i>Responsiveness</i> (Cepat/Tanggap) .....	42
Tabel 4-8. Persentase Berdasarkan <i>Assurance</i> (Asuransi).....	43

## DAFTAR GAMBAR

Judul	Halaman
Gambar 2-1. Kurva Tingkat Kepuasan Konsumen Yang Menurun .....	13
Gambar 2-2. Kurva Indefrens Yang Saling Berpotongan .....	15
Gambar 2-3. Kurva Indefrens Yang Tidak Berpotongan .....	15
Gambar 2-4. Kerangka Pemikiran .....	27

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara di Asia bahkan di dunia yang memiliki jumlah penduduk yang cukup besar, terbesar keempat setelah Cina, India, dan Amerika Serikat. Indonesia memiliki penduduk 242.325.618 jiwa pada tahun 2012 (Badan Pusat Statistik Indonesia). Pertumbuhan penduduk bisa dibidang sebagai salah satu faktor pendukung pembangunan sebab dengan penambahan penduduk pertumbuhan tenaga kerja yang dapat meningkatkan produksi dan memperluas pasar.

Sementara di Provinsi Sumatera Utara jumlah penduduk berdasarkan dari data sensus penduduk tahun 2014 sebanyak 13.766.851 jiwa, yang mencakup di daerah perkotaan sebanyak 6.781.313 dan di daerah pedesaan sebanyak 6.985.538 jiwa. Dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 6.868.587 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 6.898.264 jiwa.

Dengan jumlah penduduk Sumatera Utara sebanyak 13.766.851 jiwa yang pertumbuhan penduduk di Sumatera Utara dari tahun ke tahun perlahan menaik. Tak heran tingkat pengangguran di Provinsi Sumatera Utara bisa dikatakan cukup tinggi. Terlihat dalam berikut, laju pertumbuhan penduduk Sumatera Utara sebagai berikut.

Tabel 1.1

## Pertumbuhan Penduduk Menurut Kabupaten/Kota (%) 1980-2010

Kabupaten/kota	1980-1990	1990-2000	2000-2010
<b>Kabupaten</b>			
01. N i a s	2,32	1,55	1,03
02. Mandailing Natal	1,94	1,60	1,20
03. Tapanuli Selatan	2,54	1,34	2,12
04. Tapanuli Tengah	2,52	1,37	2,46
05. Tapanuli Utara	0,12	0,04	1,02
06. Toba Samosir	0,29	0,51	-0,38
07. Labuhanbatu	2,97	1,47	1,95
08. A s a h a n	1,32	0,58	1,11
09. Simalungun	0,59	0,63	-0,46
10. D a i r i	1,37	0,58	0,59
11. K a r o	1,64	0,99	2,17
12. Deli Serdang	2,59	2,10	2,00
13. L a n g k a t	1,47	1,14	0,66
14. Nias Selatan	X	X	X
15. Humbang Hasundutan	X	X	X
16. Pakpak Bharat	X	X	X
17. Samosir	X	X	X
18. Serdang Bedagai	X	X	X
19. Batu Bara	X	X	X
20. Padang Lawas Utara	X	X	X
21. Padang Lawas	X	X	X
22. Labuhanbatu Selatan	X	X	X
23. Labuhanbatu Utara	X	X	X
24. Nias Utara	X	X	X
25. Nias Barat	X	X	X
<b>Kota</b>			
26. S i b o l g a	1,84	1,41	0,26
27. Tanjungbalai	9,95	2,11	1,56
28. Pematangsiantar	3,85	1,00	-0,29
29. Tebing Tinggi	2,40	0,71	1,52
30. M e d a n	2,30	1,00	0,97
31. B i n j a i	9,05	1,68	1,43
32. Padangsidempuan	X	X	0,26
33. Gunungsitoli	X	X	1,56
Sumatera Utara	2,06	1,20	1,22

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara

Keterangan: x) masih bergabung dengan kabupaten induk

Melihat tabel tersebut laju pertumbuhan penduduk kabupaten/kota di provinsi Sumatera Utara mengalami kenaikan disetiap tahunnya. Terlihat jelas pertumbuhan penduduk pada kabupaten Asahan pada tahun 1980-1990 penduduk di kabupaten Asahan 1,32% kemudian pada tahun 1990-2000 adanya kenaikan pertumbuhan penduduk sebesar 0,58% dan terjadi juga kenaikan pertumbuhan penduduk pada tahun 2000-2010 sebesar 1,11%. Dari tabel diatas berbagai kabupaten/kota lainnya juga mengalami kenaikan pertumbuhan di setiap tahunnya.

Dengan semakin melonjaknya pertumbuhan penduduk di provinsi Sumatera Utara, hal utama yang harus di perbaiki adalah pelayanan publik. Pelayanan publik merupakan suatu bentuk layanan yang diberikan pemerintah kepada masyarakat. Pelaksanaan pelayanan publik bermaksud untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang sesuai dengan keinginan dan harapan masyarakat. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan lainnya.

Salah satu pelayanan publik yang harus diberikan perhatian khusus adalah pelayanan transportasi umum. Transportasi merupakan bagian penting dalam hidup masyarakat. Transportasi berasal dari kata Latin yaitu *transportare*, di mana *trans* yang berarti seberang atau sebelah lain sedangkan *portare* berarti mengangkut atau membawa. Jadi, Transportasi berarti mengangkut atau membawa (sesuatu) kesebelah lain atau dari satu tempat ketempat yang lain. Dengan

demikian transportasi merupakan suatu jasa yang diberikan untuk mempermudah orang dan barang untuk berpindah dari tempat yang satu ketempat yang lainnya. Transportasi dapat diberik definisi sebagai usaha dan kegiatan mengangkut dan membawa penumpang ataupun barang dari satu tempat ketempat yang lainnya.

Salah satu pilihan transportasi adalah transportasi publik atau transportasi umum. Transportasi ini adalah jasa transportasi penumpang yang digunakan bersama-sama masyarakat umum. Dengan adanya sarana transportasi umum di masyarakat dapat melakukan aktivitas berpergian dengan cepat dan mudah, namun seiring dengan berkembangnya zaman, masyarakat tidak hanya ingin memenuhi kebutuhannay saja, tetapi juga membutuhkan kenyamanan maupun kepuasan atau jasa transpotasi yang ada sekarang ini.

Pentingnya transportasi bagi masyarakat Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor anatra lain, keadaan geografis indonesia yang terdiri dari ribuan pulau kecil dan besar. Hal ini tidak kalah pentingnya akan kebutuhan transportasi darat seperti bus, kereta api, transportasi laut dan transportasi udara seperti pesawat terbang dan pelayanan yang diberikan seperti kebutuhan kenyamanan, keamanan, dan kelancaran pengangkutan yang menunjang pelaksanaan pembangunan. Pada umumnya sebagian masyarakat sangat tergantung dengan angkutan umum untuk memenuhi kebutuhan mobilitasnya, kaena sebagian masyarakat memiliki tingkat ekonomi yang rendah atau sebagian besar tidak memiliki kendaraan pribadi untuk beraktivitas.

Mengingat banyaknya kelompok yang masih bergantung dengan angkutan umum ini tidak diimbangi dengan penyediaan angkutan umum yang memadai,

terutama jika dilihat dari kapasitas dan kenyamanan serta keamanan penumpang. Hampir semua angkutan umum yang tersedia terisi dan tingkat keamanannya juga sangat meragukan. Hal ini menyebabkan para penumpang berusaha memiliki alternatif angkutan lainnya yang dirasa lebih nyaman, efektif dan efisien meskipun dengan biaya yang cukup besar. Hal tersebut menunjukkan arti pentingnya transportasi di Indonesia sehingga pembangunan dan peningkatan kualitas pelayanan transportasi yang diperlukan. Namun, perkembangan sarana, transportasi perlu diimbangi dengan prasarana yang memadai seperti jalan raya dan jembatan yang mampu mendukung mobilitas perpindahan manusia, barang dan jasa serta mampu memberikan pelayanan terhadap peningkatan jumlah sarana transportasi.

Sebagai salah satu Provinsi terbesar, Sumatera Utara merupakan Provinsi keenam dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia. Melihat banyaknya jumlah penduduknya, seharusnya sarana dan prasarana yang tersedia dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Tetapi pada kenyataannya, sarana dan prasarana yang tersedia masih dikatakan belum dalam kondisi yang baik. Hal tersebut akan berdampak terhadap mobilitas perekonomian, terlebih dengan jumlah moda transportasi darat yang jumlahnya semakin bertambah pesat dari tahun ke tahun.

Kota-kota di Indonesia berkembang dengan pesat dalam aktivitas sosial ekonomi juga luas wilayah perkotaannya, salah satunya Kota Medan, yang dimana Kota Medan adalah kota terbesar nomor tiga dari seluruh kota yang ada di Indonesia. Kota Medan sebagai ibukota Provinsi Sumatera Utara dan menjadi tujuan utama masyarakat di sekitar Kota Medan. Kini Kota Medan melaksanakan

pembangunan disegala bidang untuk menuju sebuah kota metropolitan. Segala kegiatan pemerintahan, perdagangan, perindustrian, pendidikan, dan sebagainya yang berkembang sedemikian pesatnya menuntut penyediaan sarana dan prasarana yang baik dan cukup demi menunjang segala aktifitas sebuah kota. Dengan semakin bertambahnya segala kegiatan tersebut maka bertambah pula intensitas pergerakan arus lalu lintas seiring dengan semakin bertambahnya pertumbuhan penduduk serta meningkatnya kesejahteraan hidup yang mendorong naiknya akriivitas dan kebutuhan perjalanan. Ini yang menyebabkan kebutuhan akan alat transportasi dari waktu ke waktu terus meningkat. Hal ini mengharuskan ketersediaan alat transportasi umum yang memenuhi syarat kelancaran, kenyamanan, dan keamanan.

Khususnya di Kota Medan, transportasi umum yang ada saat ini sudah seharusnya dijadikan suatu moda yang ditingkatkan dan diprioritaskan pelayanannya sehingga pengguna moda angkutan pribadi dapat beralih ke transportasi umum. Melihat transportasi umum yang ada di Kota Medan dapat diamati selama ini, dapat disimpulkan bahwa kondisi angkutan umum yang ada cukup memprihatinkan. Dengan tingkat pelayanan yang rendah dan kurang memadai. Keberadaan alat transportasi umum yang murah dan mudah dijangkau oleh masyarakat Kota Medan menjadi tujuan utama bagi masyarakat.

Keberadaan alat transportasi umum yang murah dan mudah dijangkau oleh masyarakat Kota Medan dirasa sangat penting. Melihat keberadaan ini, beberapa perusahaan transportasi berbasis online mulai bermunculan di Kota Medan. Memanfaatkan kecanggihan teknologi, transportasi berbasis online sekarang dengan mudah nya didapatkan. Perusahaan transportasi *online* muncul di Kota

Medan adalah salah satu upaya untuk meningkatkan pelayanan publik dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akibat meningkatnya populasi penduduk di Kota Medan. Transportasi *online* diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Kota Medan untuk melakukan kegiatan setiap harinya.

Berbagai macam pilihan transportasi *online* yang ada di Kota Medan. Antara lain, GO-JEK, GRAB, dan UBER. Ada berbagai macam fasilitas yang diberikan untuk pelanggannya. Tidak hanya sebagai jasa antar jemput penumpang, transportasi online juga memberikan fasilitas lainnya. Seperti, pelayanan untuk membelikan pelanggannya makanan, atau bahkan fasilitas pijat sekalipun. selain memberikan berbagai macam fasilitas, transportasi *online* juga memberikan tarif yang sangat terjangkau. Selain itu, tingkat keamanan dan kenyamanannya sangat bagus. Sehingga menjadikan transportasi *online* pilihan utama untuk berpergian. Tidak bisa dipungkiri, dengan keberadaan transportasi online di Kota Medan sedikit banyaknya membantu mempermudah aktivitas masyarakat.

Dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi, apa yang diinginkan dengan mudah nya didapatkan. Begitu juga dengan transportasi *online*, dengan sebuah *smartphone* pelanggan dapat menikmati pelayanan yang diberikan oleh transportasi *online*. Jika ingin menggunakan transportasi online, pastikan *smartphone* telah memiliki aplikasi yang diunduh melalui *Appstore* ataupun *Playstore*.

Melihat semakin banyaknya bermunculan transportasi *online* di Kota Medan, tentunya menimbulkan persaingan sesama perusahaan transportasi

*online*. Persaingan ini dapat dilihat dari banyaknya fasilitas yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggannya. Tentu ada perbedaan antara satu dengan yang lainnya. Ini dilakukan untuk bagaimana para konsumen untuk tetap berlangganan pada satu jasa transportasi *online*. Tentunya ini menjadikan pihak perusahaan lebih jeli lagi dalam memfasilitasi kebutuhan para konsumennya.

Tidak bisa dipungkiri, dengan banyaknya jasa transportasi *online* yang ada di Kota Medan, banyak yang tertarik untuk menjadi salah satu dari transportasi *online* tersebut. Yang awalnya hanya sebagai konsumen perlahan ingin mencoba menjadi driver. Ada berbagai macam faktor yang menjadikan kebanyakan orang untuk menjadi salah satu *driver* transportasi *online*, antara lain pendapatan perhari lebih dari cukup untuk menutupi kehidupan sehari-hari. Selain itu jam kerja yang fleksibel menjadi faktor penting mengapa banyak yang ingin menjadi *driver*.

Tak hanya persaingan sesama transportasi *online* saja yang terjadi. Masalah terbesar adalah persaingan antara transportasi *konvensional*. Dengan semakin banyaknya transportasi *online* di Kota Medan menimbulkan pro dan kontra. Keberadaan transportasi *online* dianggap menjadi persaingan terbesar transportasi konvensional. Adanya transportasi *online* mengakibatkan pendapatan transportasi konvensional menjadi menurun. Karena banyak konsumen sekarang beralih pada transportasi *online*. Bahkan tindakan kekerasan sering terjadi perihal persaingan antara transportasi *online* dan transportasi konvensional. Ini menjadi salah satu tugas pemerintah Kota Medan untuk mengatasi permasalahan ini. Agar kedepannya adanya kesetaraan dan tidak adanya kesenjangan pendapatan antara kedua belah pihak.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan oleh penulis, melihat banyaknya minat masyarakat terhadap pengguna jasa transportasi *online* dan berbagai macam masalah yang timbul akibatnya, jadi penulis tertarik untuk mengetahui dan menjadikan penelitian tentang transportasi online di Kota Medan yang di tuangkan dalam judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Transportasi *Online* Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Medan”**

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Dengan semakin naiknya jumlah pertumbuhan penduduk di Sumatera Utara setiap tahunnya, diyakini tingkat pengangguran di Sumatera Utara juga semakin tinggi.
2. Dilhat dari pelayanan yang tersedia hal yang menjadi fokus utama pemerintah kota Medan dan harus segera dibenahi adalah sektor penyediaan pelayanan publik yang memadai.
3. Adanya persaingan antara transportasi *online* dengan transportasi *konvensional*.
4. Berbagai macam perusahaan transportasi berbasis *online*, persaingan sesama transportasi *online* juga terjadi. Masing masing perusahaan transportasi *online* memberikan pelayanan yang menjadi andalannya untuk menarik konsumen agar tetap berlangganan.
5. Pemesanan transportasi berbasis *online* dilakukan dengan menggunakan smartphone yang memiliki aplikasi. Berdampak dengan keterbatasan masyarakat yang ingin mengakses ataupun menikmati transportasi *online*. Dan hanya kalangan tertentu yang dapat menggunakannya.

6. Timbunya kesenjangan pendapatan antara transportasi *online* dengan transportasi konvensional.

## **C. Batasan dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Untuk lebih memfokuskan dan memperkecil bahasan masalah sehingga tidak menyimpang dari yang diinginkan maka batasan masalah penelitian adalah kualitas jasa layanan transportasi *online* di Kota Medan.

### **2. Rumusan Masalah**

Dari penjelasan latar belakang di atas maka, dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti. Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi faktor utama munculnya transportasi online di Kota Medan?
2. Apa yang menjadi alasan konsumen lebih memilih transportasi online dari pada transportasi konvensional?
3. Apakah dampak positif maupun negatif yang timbul dengan adanya transportasi online di Kota Medan?

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui seberapa besar peranan transportasi *online* terhadap kehidupan masyarakat di Kota Medan
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi penentu konsumen memilih transportasi *online* dibandingkan transportasi konvensional
3. Untuk mengetahui faktor apa yang menyebabkan adanya kesenjangan pendapatan antara transportasi *online* dan transportasi konvensional

### **2. Manfaat penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

#### **1. Manfaat Akademik**

Dengan melakukan penelitian terhadap semua transportasi *online* yang ada di Kota Medan, maka diharapkan mampu menambah pengetahuan serta wawasan tentang apa saja yang menjadi tingkat layanan jasa transportasi online terhadap kepuasan konsumen.

#### **2. Manfaat Non Akademik**

Sebagai bahan acuan bagi pemerintah Sumatera utara untuk lebih meningkatkan pelayanan transportasi umum agar dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kota Medan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Uraian Teoritis

##### 1. Teori Perilaku Konsumen (Dalam Perspektif Ekonomi Mikro)

Teori ini beranggapan bahwa setiap konsumen akan berusaha memperoleh kepuasan maksimal. Mereka berupaya meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk apabila memperoleh kepuasan dari produk yang telah dikonsumsi, dimana kepuasan ini sebanding atau lebih besar dengan *marginal utility* yang diturunkan dari pengeluaran yang sama untuk beberapa produk yang lain.

###### a. Barang (Commodities)

Barang adalah benda dan jasa yang dikonsumsi untuk memperoleh manfaat atau kegunaan. Bila seseorang mengonsumsi lebih dari satu barang dan jasa, seluruhnya digabungkan dalam bundle barang (*commodities bundle*). Barang yang dikonsumsi mempunyai sifat semakin banyak dikonsumsi semakin besar manfaat yang diperoleh (*good*).

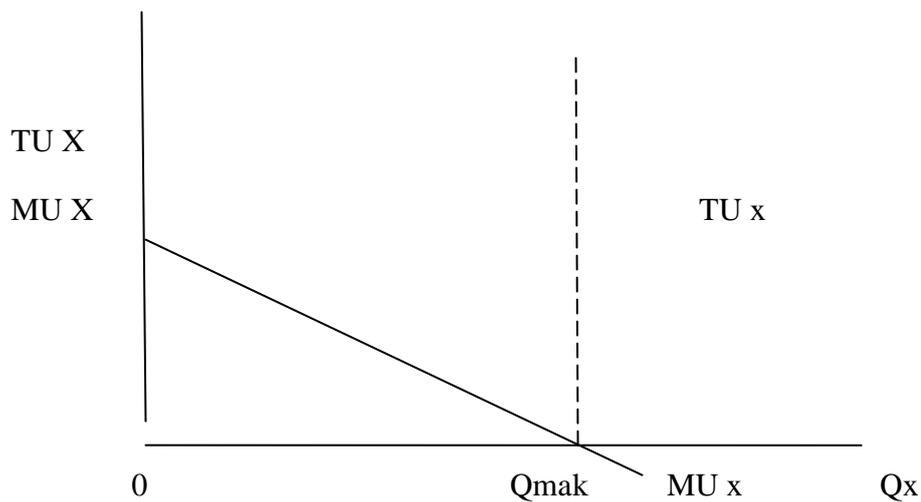
###### b. Utilitas (*Utility*)

Utilitas atau (*utility*) adalah manfaat yang diperoleh dari mengonsumsi suatu barang. Utilitas merupakan ukuran manfaat suatu barang dibanding dengan alternatif penggunaannya. Utilitas total (*total utility/TU*) adalah manfaat total yang diperoleh dari seluruh barang yang dikonsumsi. Utilitas marginal (*Marginal Utility/MU*) adalah tambahan manfaat yang diperoleh karena menambah konsumsi sebanyak satu unit barang.

c. *The Law Of Deminishing Return*

Hukum yang menyebutkan bahwa dengan bertambahnya konsumsi suatu barang maka pertambahan tingkat kepuasan (MU) akan semakin berkurang.

**Gambar 2-1 Kurva Tingkat Kepuasan Konsumen Yang Menurun**



Sumber: Dr. Tati Suhartati Joesron & M. Fathorrozi, S.E M.Si

Berdasarkan kurva diatas menunjukkan bahwa marginal utilitasnya juga dapat diturunkan. Pada awalnya penambahan konsumsi suatu barang akan memberikan tambahan utilitas yang besar, tetapi lama kelamaan dengan penambahan tersebut bukan hanya semakin menurun, bahkan menjadi negatif.

Pendekatan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang terbagi menjadi atas 2 bagian :

### **1. Pendekatan Kardinal**

Menurut pendekatan ini, daya guna dapat diukur dengan satuan uang atau util, dan tinggi rendahnya nilai atau daya tergantung kepada subjek uang menilai. Pendekatan ini juga mengandung anggapan bahwa semakin berguna suatu barang bagi seseorang, maka barang tersebut akan semakin diminati.

Ciri-ciri pendekatan utilitas menggunakan metode pendekatan kardinal adalah:

- a. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan satuan ukur atau nominal.
- b. Makin banyak barang yang dikonsumsi semakin tinggi kepuasan.
- c. Terjadi hukum *the law of deminishing marginal utility* pada penambahan kepuasan setiap satu satuan. Setiap penambahan kepuasan yang diperoleh dari setiap tambahan unit semakin kecil tingkatkepuasan yang semakin turun.
- d. Tambahan kepuasan untuk tambahan satu konsumsi dapat dihargai dengan uang. Sehingga semakin tinggi kepuasan semakin mahal harganya.

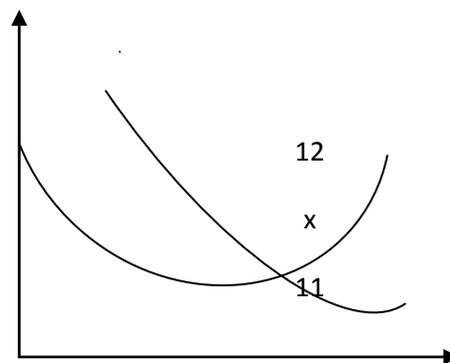
### **2. Pendekatan Ordinal**

Dalam pendekatan ini daya guna suatu barang tidak perlu diukur, cukup untuk diketahui dan konsumen mampu membuat urutan tinggi rendahnya daya guna yang diperoleh dari mengkonsumsi sekelompok barang.

Ciri-ciri kurva indeferens adalah:

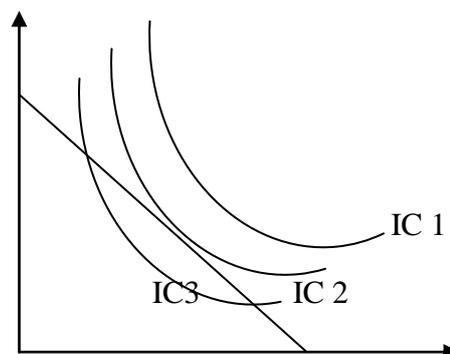
- a. Mempunyai kemiringan yang negatif (konsumen akan mengurangi konsumsi suatu barang apabila ingin menambah suatu barang yang lain untuk dikonsumsi)
- b. Tidak saling berpotongan
- c. Cembung ke arah titik orgin. Semakin jauh kurva indeferens semakin tinggi tingkat kepuasan.

**Gambar 2-2 Kurva indeferens yang saling berpotongan**



Sumber: Dr. Tati Suhartati Joesron & M. Fathorrozi, S.E M.Si

**Gambar 2-3 Kurva indeferens yang tidak berpotongan**



Sumber: Dr. Tati Suhartati Joesron & M. Fathorrozi, S.E M.Si

## **2. Teori Kepuasan Konsumen**

### **a. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Pelanggan adalah salah satu kunci kesuksesan sebuah perusahaan. Semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan pindah ke produk pesaing.

Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan kepada para pelanggannya. Berbicara tentang kepuasan pelanggan ada beberapa pendapat para ahli yang memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan diantaranya sebagai berikut,

Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk dengan hasil yang diinginkan (Kotler, 2005). Jadi kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sedangkan Jacobalis (dalam Suryo Suprpto, 1989) menyatakan bahwa kepuasan adalah rasa lega atau senang karena harapan tentang sesuatu terpenuhi.

Berdasarkan dua pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dandiharapkannya (Umar,2005:65).Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.Sedangkan menurut Tse dan Wilson (1998) dalam Lupiyoda

(2004:349) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung kembali mengonsumsi produk dan kembali menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002). Kepuasan pelanggan terpenuhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

#### **b. Faktor- faktor Kepuasan Konsumen**

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen ada lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain:

##### 1) Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas

2) Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan baik atau sesuai dengan yang diharapkan (khususnya untuk industri jasa)

3) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4) Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

5) Biaya

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau konsumen cenderung puas terhadap produk atau jasa.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas barang atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan konsumen setelah terjadi proses pembelian. (Kotler, 2005:59) “Apabila konsumen merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama, dan dia akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain”

Menurut Tjiptono (2007:21) adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Hubungan antara perusahaan dengan para pelanggannya menjadiharmonis
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan perusahaan
5. Reputasi perusahaan menjadi lebih baik dimata masyarakat
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat

**c. Teknik Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen**

Ada beberapa metode yang bisa digunakan setiap perusahaan untuk mengukur kepuasan pelanggan dan pelanggan pesaingnya. (Kotler, et al, dalam Fandy Tjiptono, 2007) mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggan nya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi yang didapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul

2) Survei kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan penelitian survey, baik melalui pos, telpon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

3) *Ghost shopping*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

4) *Lost customer analysis*

Perusahaan seharusnya menghubungi para pelanggannya yang telah berenti membeli atau telah pindah ke produk lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi.

### 3. Pengertian, Karakteristik, klasifikasi jasa

#### a. Pengertian Jasa

Menurut Lovelock (2007:5) mengemukakan bahwa jasa merupakan layanan yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak yang lain. Proses tersebut tidak terkait dengan produk fisik, jasa tidak berwujud, dan biasanya tidak menyebabkan kepemilikan dari salah satu faktor produksi.

Menurut Kotler dan Keller (2012:214) mengemukakan bahwa jasa merupakan setiap aktifitas, manfaat atau *performance* yang bersifat intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun dimana dalam produksinya dapat terikat maupun tidak dengan produk fisik.

#### b. Karakteristik Jasa

Karakteristik jasa merupakan sifat dari jasa yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang berfungsi untuk membedakan produk barang. Menurut Kotler & Armstrong (2012:223) mengemukakan bahwa empat karakteristik jasa, antara lain :

1) *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud, jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa tersebut diterima.

2) *Inseparability* (jasa tidak dapat dipisahkan)

Umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu bersamaan dengan partisipasi konsumen didalamnya.

3) *Variability* (bervariasi)

Jasa bersifat nonstandart dan sangat variable. Berbeda dengan kualitas produk fisik yang sudah berstandart, pada kualitas pelayanan jasa tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan, dimana, dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karna itulah jasa disebut bervariasi.

4) *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan. Nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh penerimanya. Karakteristik ini berbeda dengan barang berwujud yang dapat diproduksi terlebih dahulu, disimpan, dan dipergunakan di lain waktu.

**c. Klasifikasi jasa**

Sejauh ini telah banyak ahli yang mengemukakan skema klasifikasi jasa, dimana masing-masing ahli menggunakan dasar pembedaan yang disesuaikan dengan sudut pandangnya. Secara garis besar, klasifikasi jasa dapat dilakukan berdasarkan tujuh kriteria pokok (Lovelock, 1987, dikutip dalam Triptono, 2011:21)

1. Segmen pasar

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa yang ditujukan pada konsumen akhir seperti taksi, asuransi jiwa, pendidikan, dan jasa akuntansi dan perpajakan atau jasa konsultasi.

2. Tingkat perwujudan

Berdasarkan kriteria ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen, dan dapat dibedakan menjadi tiga macam:

- a. *Rented goods service* (konsumen menyewa dan menggunakan produk sesuai dengan ketentuan tarif dan jangka waktu)
- b. *Owen goods srvice* (produk-produk yang dimiliki oleh konsumen direparasi, diperbaiki, oleh perusahaan)
- c. *Non goods service* (merupakan jasa personal yang tidak berbentuk produk fisik yang ditawarkan kepada konsumen)

### 3. Keterampilan penyedia jasa

Berdasarkan tingkat keterampilan jasa terdapat dua tipe pokok jasa, yang pertama adalah *profesional service* (seperti Dosen, Dokter, Pengacara Akuntan, Konsultan perpajakan, Arsitek dan lainnya) yang kedua adalah *non profesional service* (seperti supir angkutan umum, tukang parkir, pengangkutan sampah, pembantu, dan lainnya).

### 4. Tujuan organisasi jasa

Berdasarkan tujuan organisasi jasa dapat diklasifikasikan menjadi *commercial service* atau *profit service* (seperti jasa penerbangan, bank, hotel) dan *non-profit service* (seperti sekolah, yayasan)

### 5. Regulasi

Dari aspek regulasi jasa dapat dibagi menjadi *regulated service* (seperti jasa pialang, media masa) dan *non-regulated service* (seperti jasa makelar, katering, kost, kantin sekolah).

### 6. Tingkat intensitas karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan atau keterlibatan tenaga kerja, jasa dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu *equitment-based service* (seperti cuci mobil otomatis, mesin atm, internet banking, dan lainnya) dan yang

kedua adalah *people-based service* (seperti pelatih sepak bola, satpam, dan lainnya).

#### 7. Tingkat kontak penyedia jasa dan pelanggan

Berdasarkan tingkat kontak ini secara umum jasa dapat dikelompokkan menjadi *high-contact service* (seperti universitas, bank, penata rambut) dan yang kedua adalah *low-contact service* (seperti bioskop, PLN, jasa layanan pos).

Secara garis besar, jenis-jenis jasa dapat dibedakan dalam beberapa macam, antara lain:

1. Jasa perumahan, seperti jasa penyewaan tempat tinggal. Contohnya hotel, apartemen, rumah kost dan lainnya,
2. Jasa usaha rumah tangga, seperti reparasi alat rumah tangga, air minum, jasa perawatan rumah atau perkebunan,
3. Jasa komunikasi, seperti telepon, computer, dan telegram
4. Jasa perawatan pribadi, seperti pakaian dan perawatan pribadi
5. Jasa rekreasi dan hiburan, seperti tempat pariwisata dan hiburan lainnya.
6. Jasa bisnis dan profesi lainnya, seperti jasa hukum, konsultasi atau jasa computer.
7. Jasa asuransi, bank dan finansial seperti, asuransi pribadi, jasa kredit, pinjaman atau pajak.
8. Jasa transportasi, seperti pelayanan jasa angkutan barang, penumpang atau penyewaan.

## A. Penelitian Terdahulu

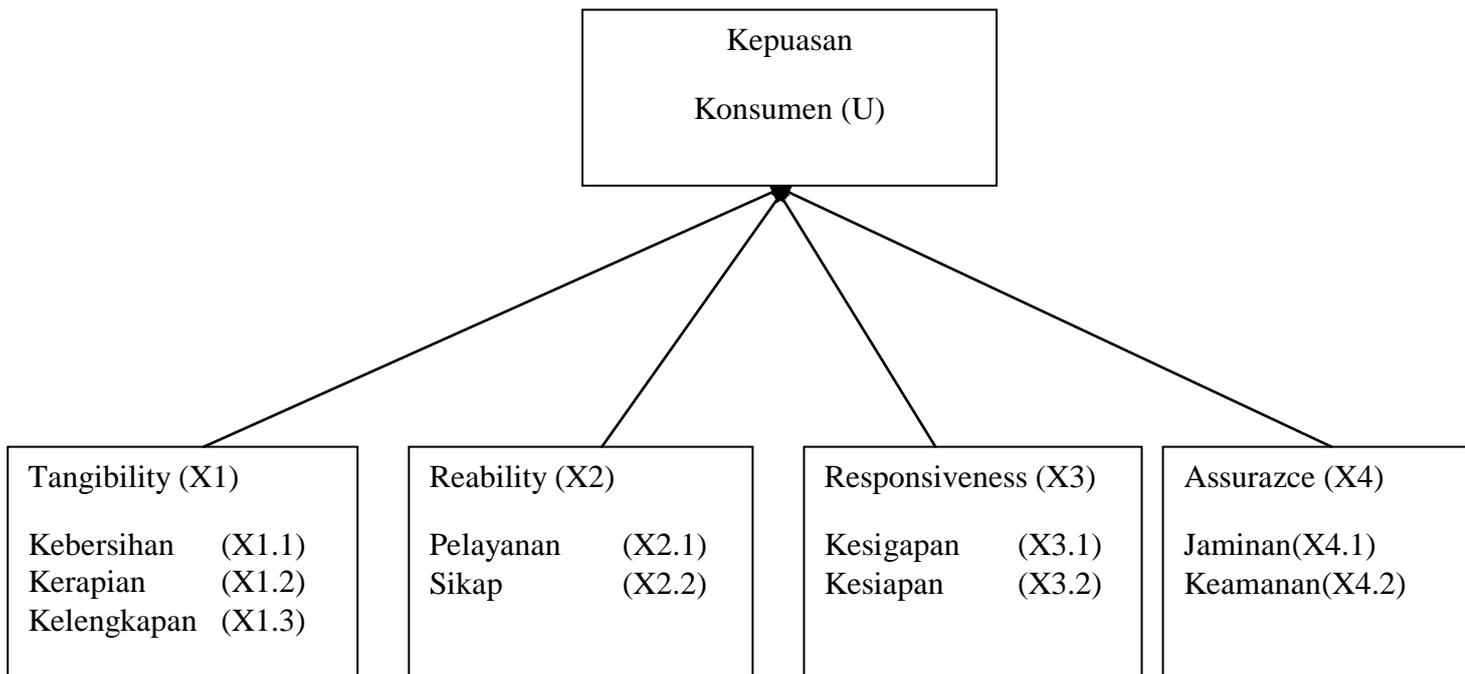
**Tabel 2-1**  
**Penelitian Terdahulu.**

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Variabel	Hasil Penelitian
Rifaldy (2016)	Pengaruh Kualitas layanan Transportasi Online Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/i Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta	Regresi Linier Sederhana	Dependen: Kepuasan Pelanggan  Independen: <i>Tangibility, Reliability, Recessiveness,</i>	Tangibility, Reliability, respsiveness, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
Nafisa Choirul Mar'ati (2016)	Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Pada Konsumen Gojek di Surabaya)	Regresi Linier Berganda	Dependen: Tangibility, Reliability, Recessiveness, Assurance, Empathy  Independen: Kualitas pelayanan	Tangibility, Reliability, Recessiveness, Assurance, Empathy berpengaruh terhadap kualitas pelayanan konsumen
Maulida Syofiani (2017)	Analisis Faktor-faktor Yang Menentukan Kepuasan Konsumen Pengguna Barang Publik (Studi Kasus Pengguna Bus Mebidang)	Regresi Linier Berganda	Dependen: Kepuasan Konsumen  Independen: Kualitas pelayanan	Tangibility, Reliability, Recessiveness, Assurance berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

## **B. Kerangka Pemikiran**

Kepuasan konsumen merupakan satu hal yang sangat penting untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk dengan hasil yang diinginkan (Kotler, 2005). Jadi kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini, kerangka berpikir memacu pada pendapat, Parasuraman, Zeithmol dan Berry dalam Ferrinadewi (2005) tentang kualitas jasa yang meliputi lima dimensi kualitas jasa berdasarkan persepsi konsumen yaitu: tangibles, reliability, reponsiveness, assurance, dan empathy yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan lima dimensi tersebut, penulis mempersempit menjadi empat variabel yaitu: pelayanan, aksesibilitas, sarana, dan ketepatan waktu. Disusun dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2-4**  
**Kerangka Pemikiran**



Faktor yang terdapat didalam kerangka pemikiran yaitu Tangibility (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), faktor (X1) yaitu tangibility (bukti fisik) dimana terdapat tiga indikator didalamnya seperti kebersihan (X1.1), kerapian (X1.2), kelengkapan (X1.3). Faktor (X2) Reliability (kehandalan) dimana terdapat dua indikator didalamnya seperti pelayanan (X2.1), sikap (X2.2). Faktor (X3) yaitu Responsiveness (daya tanggap) dimana didalamnya terdapat indikator seperti kesigapan (X3.1), dan kesiapan (X3.2). Faktor (X.4) yaitu Assurance (jaminan) dimana terdapat dua indikator didalamnya seperti jaminan (X4.1) dan keamanan (X4.2).

### C. Hipotesis

Berdasarkan pada kerangka pemikiran yang telah dirumuskan diatas, maka dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Diduga terdapat hubungan yang positif (+) antara variabel *tangibility* terhadap kepuasan konsumen, maka pengujian dilakukan dengan hipotesisnya adalah one tailed dimana  $H_0=0$  dan  $H_a>0$
2. Diduga terdapat hubungan yang positif (+) antara variabel *reliability* terhadap kepuasan konsumen, maka pengujian dilakukan dengan hipotesisnya one tailed dimana  $H_0=0$  dan  $H_a>0$
3. Diduga terdapat hubungan yang positif (+) antara variabel *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen, maka pengujian dilakukan dengan hipotesisnya adalah one tailed dimana  $H_0=0$  dan  $H_a>0$
4. Diduga terdapat hubungan yang positif (+) antara variabel *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen, maka pengujian dilakukan dengan hipotesisnya adalah one tailed dimana  $H_0=0$  dan  $H_a>0$

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian adalah pemikiran yang sistematis mengenai beerbagai jenis masalah yang pemecahnya memerlukan pengumpulan dan penafsiran fakta-fakta.

#### A. Pendekatan Penelitian

Agar penelitian lebih terarah serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan, maka penulis menggunakan pendekatan kualitatif yaitu data yang bukan merupakan bilangan, tetapi berupa ciri-ciri, sifat, keadaan, atau gambaran dari kualitas objek yang diteliti. Data ini biasanya menjelaskan karakteristik atau sifat.

#### B. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Tangibility* (X1)

Kemampuan dalam menunjukkan kepada para konsumen penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana. Yang meliputi fasilitas fisik seperti kelayakan kendaraan yang digunakan, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan *driver*.

2. *Reability* (X2)

Kemampuan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan apa yang menjadi ketentuan dari perusahaan. Kinerja harus sesuai dengan yang diharapkan seperti ketepatan waktu, kepuasan pelayanan tanpa ada perbedaan satu dengan yang lain.

3. *Responsiveness* (X3)

Kemampuan untuk selalu bersedia membantu konsumen dan memberikan layanan. Dan ketersediaan menjawab pertanyaan konsumen dengan sopan.

4. *Assurance* (X4)

Pengetahuan sopan santun dan kemampuan untuk menimbulkan rasa keamanan dan kenyamanan konsumen.

### **C. Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **1. Lokasi Penelitian**

Dalam penyusunan penelitian ini, maka penulis melakukan penelitian kawasan transportasi *online*.

#### **2. Waktu Penelitian**

Proses waktu penelitian direncanakan dari bulan september 2017 sampai dengan selesai.

### **D. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Dalam penelitian ini populasinya adalah 100 repondenyang menggunakan jasa transportasi *online* di Kota Medan

#### **2. Sampel**

Sampel adalah suatu himpunandari unit populasi (Mudrajat Koncoro 2013). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel nonprobalitas. Karena tidak ada upaya untuk melakukan genaralisasi berdasarkan sampel dengan desain sampel semacam ini, masalah *representasi*(keterwakilan), tidak dipermasalahkan.

## **E. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan adalah jenis data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Pada umumnya data kualitatif yang bersifat data ordinal yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kategori, namun posisi data tidak sama dengan derajatnya. Serta data menurut waktu, penelitian ini menggunakan data *cross-section*.

### **2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang dilakukan dengan melakukan penelitian langsung berupa menyebarkan kuesioner dan wawancara langsung kepada pengguna jasa transportasi *online* di Kota Medan.

## **F. Teknik atau Pengumpulan Data**

Sebagai pelengkap dalam pembahasan ini maka diperlukan adanya data atau informasi baik dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Peneliti memperoleh data dengan menyebarkan angket (kuesioner) dan wawancara.

### **1. Kuesioner**

Metode kuesioner adalah salah satu cara pengumpulan data yang memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Suharsimi Arikunto 2006:151). Penelitian ini menggunakan 4 opsi:

1 = sangat tidak puas                      3 = puas  
2 = tidak puas                              4 = sangat puas

Skala ini dipakai untuk penelitian yang berfokus pada responden dan objek jadi penelitian.

## **2. Wawancara**

Menurut Sutrisno Hadi (1989:192) wawancara adalah proses pembekalan verbal, dimanadua orang atau lebih untuk menangani secara fisik, orang dapat melihat dan mendengarkan suara secara langsung.

## **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisa deskriptif kualitatif menggunakan data sekunder dan data primer. Berikut teknik analisis data:

1. Mengumpulkan data yang berkaitan dengan Transportasi *Onlinedi* Kota Medan
2. Mengentri data yang diperoleh dari berbagai sumber dab obesrvasi lapangan untuk melihat perkembangan dan pertumbuhan yang diteliti serta melakukan analisis.
3. Memberikan kuesioner sederhana kepada pengguna transportasi *onlinedi* Kota Medan.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. DESKRIPSI DATA

##### 1. Gambaran umum Transportasi *Online*

Di masa modern pada saat ini, berbagai perusahaan jasa layanan bermunculan. Tak terkecuali jasa transportasi. Kebanyakan masyarakat sekarang ini lebih mengutamakan kecepatan selalu menginginkan yang praktis. Ditambah lagi transportasi umum yang disediakan pemerintah sampai saat ini masih jauh dari yang diinginkan masyarakat. Berbagai macam tindak kejahatan di transportasi umum masih sering terjadi. Sehingga masyarakat berpikir ulang untuk menggunakan transportasi umum.

Semakin bertambah besarnya segala kegiatan maka bertambah pula intensitas pergerakan arus lalu lintas seiring dengan semakin bertambahnya pertumbuhan penduduk serta meningkatnya kesejahteraan hidup yang mendorong naiknya aktifitas dan kebutuhan untuk melakukan perjalanan. Seiring dengan meningkatnya mobilitas penduduk, maka dituntut tersedianya sarana transportasi umum yang memenuhi syarat kelancaran, kenyamanan, dan keamanan.

Melihat hal tersebut, berbagai macam perusahaan transportasi *online* mulai bermunculan di kota Medan. Memanfaatkan kecanggihan teknologi diharapkan dapat mempermudah aktifitas masyarakat. Dengan adanya transportasi *online* di kota Medan, diharapkan bisa menekan kemacetan lalu lintas yang semakin. Selain itu,

kehadiran transportasi online di kota Medan juga sebagai alat transportasi umum yang murah dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Transportasi *online* muncul di kota Medan pada tanggal 15 November 2015. Yang jumlah driver nya diperkirakan 1.500 orang. Dengan hanya menggunakan smartphone yang memiliki aplikasi transportasi *online*, segala aktivitas masyarakat dapat menggunakan layanan jasa transportasi *online* tersebut.

Transportasi *online* menggunakan kendaraan pribadi. Selain itu jam kerja yang fleksibel banyak masyarakat ingin menjadi *driver*. Penghasilan *driver* transportasi *online* perhari nya dapat mencapai Rp.200.000 – Rp. 300.000. selain menjadikan pekerjaan pokok, ada beberapa orang menjadikan ini sebagai penghasilan sampingan mereka. Dengan melihat hal tersebut, tentu saja banyak masyarakat yang menginginkan menjadi driver transportasi *online*. Tentu saja dengan keberadaan transportasi *online* data mengurangi jumlah pengangguran yang ada di kota Medan.

Sebagai salah satu provinsi terbesar, Sumatera Utara provinsi keenam berpenduduk terbanyak di Indonesia, maka dapat diperhitungkan jumlah populasi penduduk di daerah Sumatera Utara khususnya kota Medan jumlah penduduknya pada tahun 2015 mencapai 2.210.000 jiwa dan kepadatan penduduknya mencapai 8324 jiwa/km (BPS Sumatera Utara tahun 2015). Dengan ini keberadaan transportasi online sangat dibutuhkan oleh masyarakat kota Medan yang dimana adanya transportasi online sebagai salah satu sasaran untuk memperbaiki semua infrastruktur yang ditunjukkan oleh pemerintah provinsi Sumatera Utara.

Keberadaan transportasi *online* sebagai alat transportasi umum yang murah, nyaman, dan mudah untuk dijangkau membuat antusiasme masyarakat terhadap pengguna jasa transportasi *online* menjadi salah satu transportasi publik yang banyak diminati masyarakat. Bisa dilihat setiap harinya, banyaknya transportasi online lalu lalang di jalanan kota Medan. Semakin banyak masyarakat menggunakan layanan transportasi *online*, tentu saja dapat mengurangi kemacetan di kota Medan.

Tak hanya di kota Medan, di kota-kota besar lainnya juga sudah banyak masyarakatnya menggunakan jasa transportasi online. Seperti Ibukota Jakarta, masyarakatnya rata-rata menggunakan transportasi online untuk membantu melakukan aktifitas mereka. Cepatnya pelayanan yang diberikan jasa transportasi *online* sangat cocok untuk masyarakat yang ingin menghindari untuk tidak terkena macet.

Kota-kota besar lainnya juga sudah banyak yang menggunakan jasa transportasi *online*. Seperti di Yogyakarta, Semarang, Palembang, dan Balikpapan. Bahkan pada tanggal 17 april 2017 salah satu transportasi berbasis online mulai muncul di 10 kota besar di Indonesia. 10 kota tersebut seperti Sidorjo, Gresik, Pekanbaru, Sukabumi, Bandar Lampung, Padang, Pontianak, Banjarmasin, Mataram. Hal ini menunjukkan keberadaan transportasi online sangat diminati masyarakat. Bisa saja dalam beberapa tahun kedepan, layanan jasa transportasi online menyebar keseluruh Indonesia karena permintaan masyarakat akan transportasi yang aman, nyaman, murah dan mudah dijangkau.

## 2. Analisis Responden

Total sampel yang disebar sebanyak 100 orang responden. Keseluruh responden adalah pengguna jasa transportasi online di kota Medan.

### A. Identitas Responden

Identitas responden disajikan pada tabel-tabel berikut menurut jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, usia, kategori pengguna jasa. Jawaban responden berdasarkan angket yang disebar kepada pengguna jasa transportasi *online* di Kota Medan.

#### a. Jenis Kelamin

Pada tabel di bawah dapat dilihat bahwa jumlah reponden berjenis kelamin perempuan sedikit lebih banyak dari reponden berjenis kelamin laki-laki yaitu jumlah responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 59% dan reponden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 41%.

**Tabel 4-1**

**Persentase reponden berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	41	41
2	Perempuan	59	59
<b>Jumlah</b>		100	100

### b. Usia Responden

Para responden memiliki tingkat usia yang berbeda dan dikelompokkan atas empat (4) kategori yaitu 15-18 tahun, 19-24 tahun, 25-40 tahun, 41-60 tahun.

**Tabel 4-2**

**Persentase responden berdasarkan usia**

No	Umur/usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	15-18 tahun	15	15
2	19-24 tahun	55	55
3	25- 40 tahun	20	20
4	41-60 tahun	10	10
<b>Jumlah</b>		100	100

Dari tabel diatas diperoleh gambaran mengenai jumlah responden berdasarkan usia pengguna jasa transportasi *online*. Responden terbanyak adalah responden yang berusia diantara 19-24 tahun yaitu sebanyak 55% kemudian disusul oleh responden berusia 25-40 tahun yaitu sebanyak 20% kemudian responden yang berusia 15-18 tahun yaitu sebanyak 15%, dan responden terkecil adalah responden yang berusia 41-60 tahun sebanyak 10%.

### c. Pekerjaan Responden

Penelitian ini memasukkan kategori pekerjaan dari para pengguna jasa layanan jasa transportasi online yang bertujuan untuk mengetahui status pekerjaan dalam penggunaan layanan jasa transportasi *online*.

Tabel 4-3

Tabel Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan

No	Profesi/pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/mahasiswa	70	70
2	Pegawai/karyawan	20	20
3	Wiraswasta	10	10
4	Lain-lain	-	-
<b>Jumlah</b>		100	100

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa berdasarkan profesi atau pekerjaan responden yang masuk dalam kategori sampel pada penelitian ini, profesi sebagai pelajar/mahasiswa memiliki persentase terbesar yaitu 70%, pegawai/karyawan sebesar 20%, wiraswasta sebesar 10%. Berdasarkan dari jumlah pengguna layanan jasa transportasi *online* yang banyak menggunakan jasa transportasi *online* berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 70%.

#### d. Kategori Pengguna Jasa

Peneliti mengelompokkan pengguna jasa transportasi *online* menjadi 5 kategori berdasarkan apa yang menjadi tujuan responden transportasi *online* yaitu sebagai penumpang, pengantaran barang, penjemputan, layanan kebersihan, antar makanan.

**Tabel 4-4**  
**Persentase kategori pengguna jasa**

No	Kategori pengguna jasa	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Penumpang	70	70
2	Pengantaran barang	-	-
3	Penjemput	-	-
4	Layanan kebersihan	5	5
5	Antar makanan	25	25
<b>Jumlah</b>		100	100

Dari tabel diatas menunjukkan pengguna jasa transportasi *online* dengan pengguna jasa sebagai penumpang sebesar 70%, memakai layanan kebersihan sebesar 5%, pengguna jasa antar makanan sebesar 25%, dan pengantaran barang dan penjemput sebesar 0%.

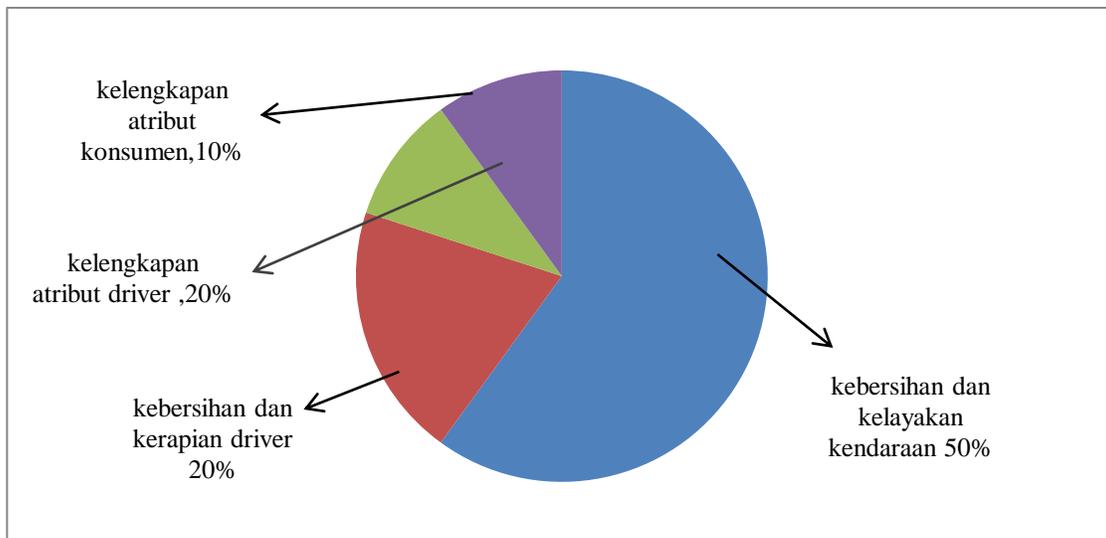
### 3. Pembahasan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa hubungan antar variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance* terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan jasa transportasi *online*.

#### 1. *Tangibility* (Bukti Fisik)

Tabel 4-5

Persentase berdasarkan *Tangibility* (bukti fisik)



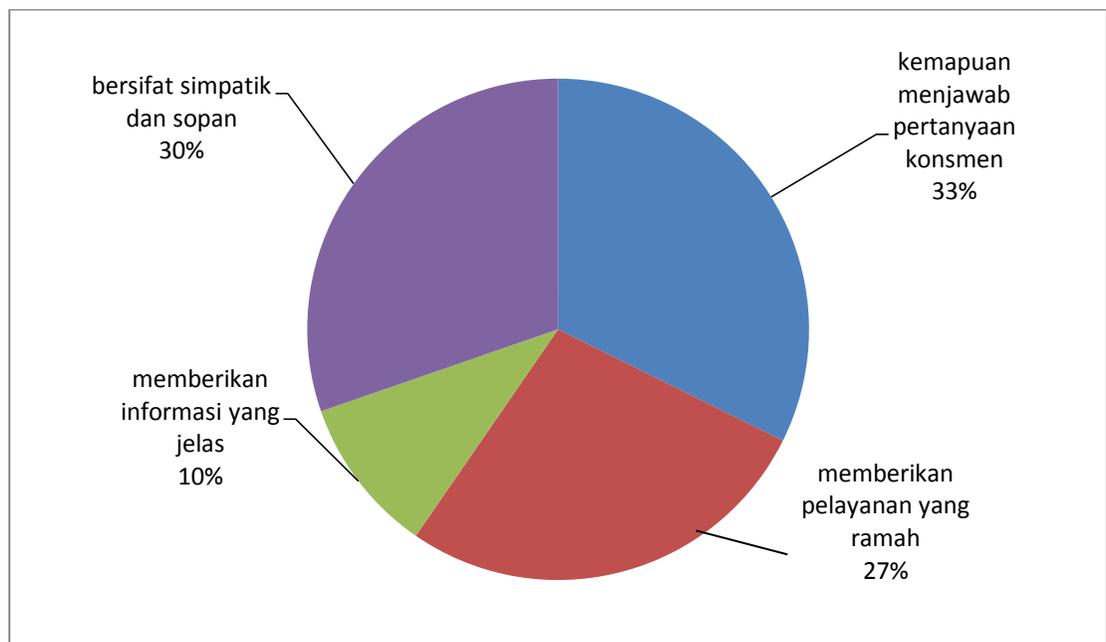
Berdasarkan hasil persentase tersebut, maka diperoleh hasil faktor *tangibility* (X1) dengan indikator (X1.1) kebersihan, (X1.2) kerapian, (X1.3) kelengkapan yang diartikan bahwa bukti fisik yang ada pada layanan jasa transportasi *online* sangat menentukan terhadap kepuasan konsumen. Dimana dari ketiga indikator yang terbesar adalah kebersihan (X1.1) dengan nilai 50%. Kebersihan dalam hal ini meliputi dalam kebersihan kendaraan yang selalu

dirawat dan dijaga oleh *driver* nya, dan juga kelayakan kendaraan yang siap menempuh beban maupun jarak sebesar apapun.

## 2. *Reability* (Kehandalan)

**Tabel 4-6**

**Persentase berdasarkan *Reability* (Kehandalan)**

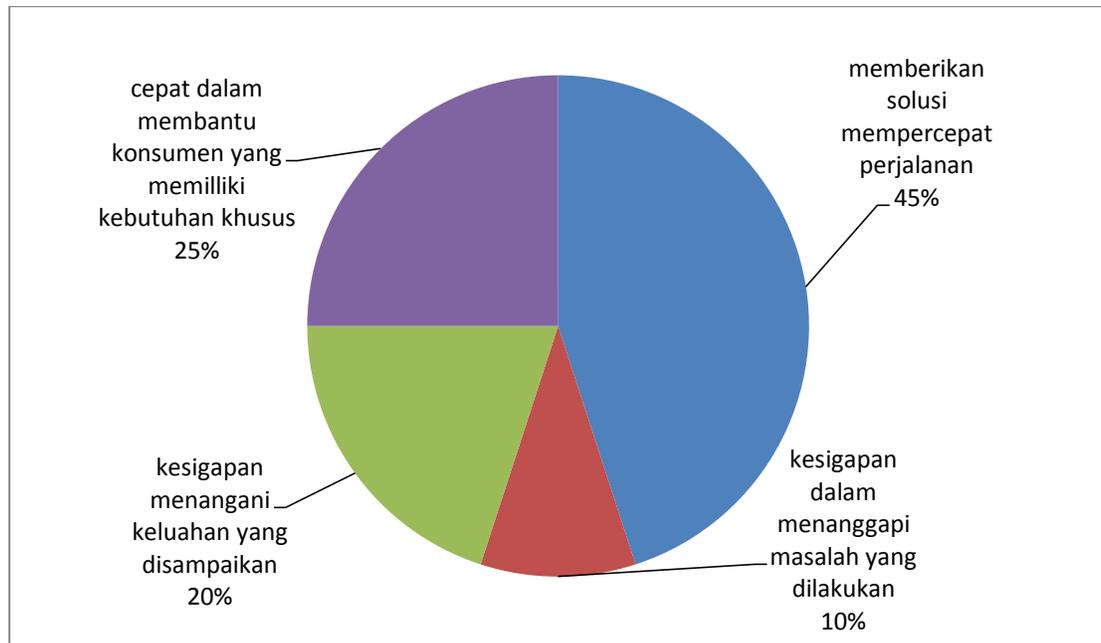


Berdasarkan hasil persentase tersebut maka diperoleh hasil dari faktor *Reability* (X2) dengan indikator (X2.1) pelayanan, (X2.2) sikap, yang diartikan bahwa kehandalan yang ada pada layanan jasa transportasi *online* salah satu faktor menentukan terhadap kepuasan konsumen. Dimana kedua faktor tersebut yang terbesar adalah sikap (X2.2) dengan nilai 33%. Sikap dalam hal ini adalah sikap seorang *driver* kepada konsumen yang selalu mampu menjawab dengan sabar pertanyaan-pertanyaan dari konsumen.

### 3. *Responsiveness* (Cepat/Tanggap)

Tabel 4-7

#### Persentase berdasarkan *Responsiveness* (Cepat/Tanggap)

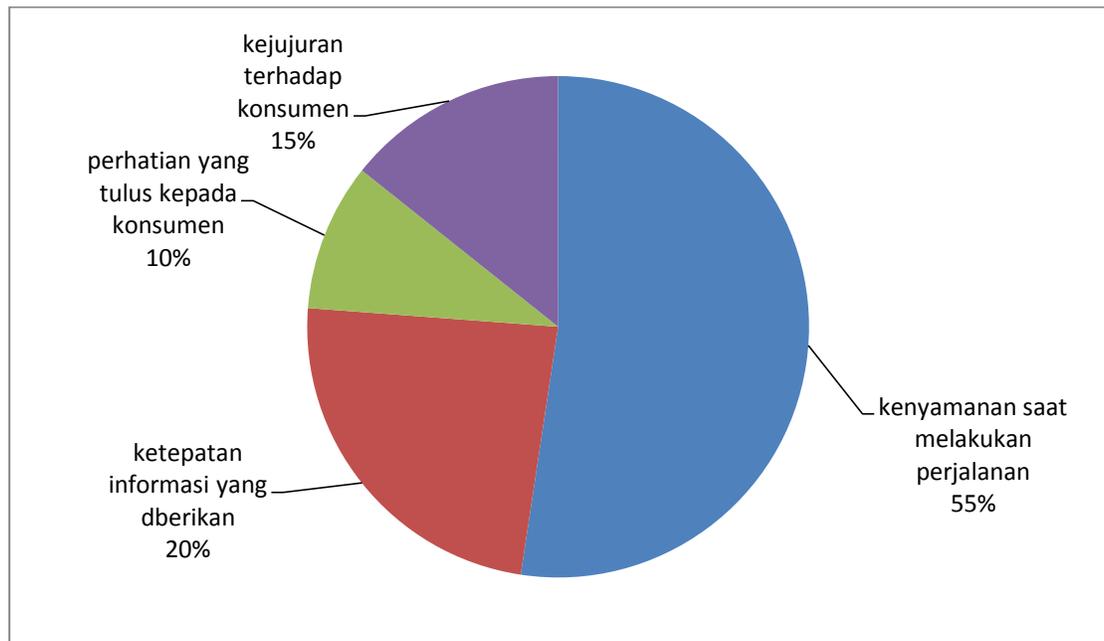


Berdasarkan hasil persentase tersebut, maka diperoleh hasil faktor *Responsiveness* (X.3) dengan indikator (X3.1) kesigapan dan (X.3.2) kesiapan yang diartikan bahwa cepat/tanggap yang ada pada layanan jasa transportasi online menjadi salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen. Dimana dari kedua indikator tersebut indikator yang terbesar adalah kesigapan (X3.1) dengan nilai 45%. Dalam hal ini kesigapan seorang *driver* dalam mencari solusi dalam perjalanan ketika terjadi kemacetan menjadi salah satu mengapa konsumen memilih untuk menggunakan layanan jasa transportasi *online*.

#### 4. Assurance (Asuransi)

Tabel 4-8

Persentase berdasarkan Assurance (Asuransi)



Berdasarkan hasil tabel diatas, maka diperoleh hasil persentase yang menjadi faktor Assurance dengan indikator (X4.1) jaminan dan (X4.2) keamanan yang diartikan asuransi yang ada pada layanan jasa transportasi online menjadi salah satu faktor yang menentukan terhadap kepuasan konsumen. Dimana dar jedula indikator tersebut indikator yang terbesar adalah (X4.2) keamanan dengan nilai 55%. Keamanan dalam hal ini adalah konsumen sangat merasa aman dan nyaman ketika melakukan perjalanan dengan menggunakan transportasi *online*.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil pada penelitian ini yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, secara umum dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen pengguna layanan jasa transportasi online sebagai berikut :

1. Variabel seperti *Tangibility*, *Reability*, *Responsiveness*, dan *Assurance* memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel yaitu kepuasan konsumen pengguna layanan jasa transportasi online di Kota Medan.
2. Hipotesis diterima bahwa terdapat hubungan yang positif (+) antara variabel seperti *Tangibility*, *Reability*, *Responsiveness*, dan *Assurance* terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa layanan transportasi *online* di Kota Medan.
3. Faktor yang paling dominan dalam memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan jasa transportasi online di Kota Medan yaitu faktor *Assurance* (X.4) dengan indikator seperti keamanan (X4.2) dengan persentase 55%. Dengan system keamanan yang terkontrol langsung dengan bantuan GPS yang terpasang disemua aplikasi layanan jasa transportasi *online*, maka keamanan konsumen dapat terjaga.
4. Dengan adanya jasa layanan transportasi online di Kota Medan, dapat mengurangi kemacetan, sehingga masyarakat tidak lagi menggunakan angkutan pribadi. Selain itu tingkat pengangguran di Sumatera Utara juga semakin menurun.

## B. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian ini, maka peneliti mencoba memberikan beberapa saran yang terkait pada penelitian ini.

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti dalam skripsi ini adalah :

### 1. Bagi Pemerintah

Agar kedepannya layanan jasa transportasi *online* diberikan jaminan keselamatan. Sebab sudah banyak terjadi kesalah pahaman antara transportasi *online* dan transportasi konvensional. Dalam dilihat dari hasil penelitian ini, bahwa masyarakat lebih banyak memilih untuk menggunakan jasa transportasi *online*. Dikarenakan tingkat keamanan dan kenyamanan lebih dapat dicegah.

### 2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini menggunakan instrument kuesioner sehingga data yang diperoleh hanya terbatas pada pengukuran variabel yang tercantum pada kuesioner. Oleh itu dalam rangka pengembangan penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menggali data lebih mendalam melalui wawancara dengan responden.

## Daftar Pustaka

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineck Cipta

Badan Pusat Statistik Indonesia. 2012

Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. 2010

Fandy. T. 2007. *Manajemen Jasa. Edisi Kedua*. Yogyakarta : Andi Offset

Fandy T. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Bayu Media

Ferrinadewi. 2005. *Pengaruh Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. Jakarta

Kotler, P dan Amstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga

Lupiyadi. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat

Mudrajad, K. 2013. *Meode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Edisi Keempat. Jakarta : Erlangga

Rangkuti. 2002. *Manajemen Strategi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Umum

Suhartati, J dan Fathorrozi. 2003. *Teori Ekonomi Mikro*. Edisi Pertama. Jakarta : PT. Salemba Empat

Umar. 2005. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum