

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PEMANFAATAN  
TEKNOLOGI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK  
( STUDI KASUS MAHASISWA SEM VIII MANAJEMEN  
BISNIS SYARIAH FAI UMSU )**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi  
Manajemen Bisnis Syariah*

**Oleh:**

**MUHAMMAD FAJRI**  
**NPM: 1801280090**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2023**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PEMANFAATAN  
TEKNOLOGI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK  
( STUDI KASUS MAHASISWA SEM VIII MANAJEMEN  
BISNIS SYARIAH FAI UMSU )**

*SKRIPSI*

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi  
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh :

**MUHAMMAD FAJRI**  
**NPM: 1801280090**

*Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Pembimbing



Khairunnisa S.E. I,M.M

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2023**

# **PERSEMBAHAN**

**Karya ilmiah ini dipersembahkan kepada kedua orangtuaku tersayang**

**Ayahanda Sudirman Mr**

**Ibunda Indrawati**

**teman-teman seperjuangan stambuk 18 jurusan MBS kelas B**

**dan untuk sahabat saya Hida Yati yang turut membantu dan memberi motivasi**



PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PEMANFAATAN  
TEKNOLOGI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK  
( STUDI KASUS MAHASISWA SEM VIII MANAJEMEN  
BISNIS SYARIAH FAI UMSU )**

Oleh :

**MUHAMMAD FAJRI**  
**NPM: 1801280090**

*Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah  
skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk  
dipertahankan dalam ujian skripsi*

Medan, 3 Agustus 2023

Pembimbing



Khairunnisa S.E. I.M.M

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fajri  
NPM : 1801280090  
Jenjang Pendidikan : S1 (Starata Satu)  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Sem VIII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU)" merupakan karya asli saya. jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiarisme maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan, 7 September 2023

  
Muhammad Fajri  
NPM:1801280090

Medan, 2 Agustus 2023

Nomor : Istimewa  
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar  
Hal : Skripsi a.n, Hida yati  
Kepada Yth : **Bapak Dekan Fakultas Agama Islam**  
**Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**  
**Di**  
**Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Muhammad Fajri** yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Sem VIII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU)*". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Ilmu Pendidikan pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

**Pembimbing**



**Khairunnisa S.E. I.M.M**

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Muhammad Fajri  
NPM : 1801280090  
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Sem VIII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU)

Medan, 4 September 2023

Pembimbing

Khairunnisa S.E. I.M.M

DI SETUJUI OLEH:  
KETUA PROGRAM STUDI

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Dekan,



Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : Muhammad Fajri  
NPM : 1801280090  
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan  
Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek  
(Studi Kasus Mahasiswa Sem VIII Manajemen  
Bisnis Syariah FAI UMSU)

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan  
skripsi

Medan 4 September 2023

Pembimbing

Khairunnisa S.E. I.M.M

DI SETUJUI OLEH:  
KETUA PROGRAM STUDI

Isra Hayati, S.Pd, MS.i

Dekan



Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN**

**KEPUTUSAN BERSAMA**

**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**REPUBLIK INDONESIA**

**Nomor : 158 th. 1987**

**Nomor : 0453bJU/1987**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya.

**1. Konsonan**

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

| Huruf Arab | Nama | Huruf latin        | Nama                        |
|------------|------|--------------------|-----------------------------|
| ا          | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan          |
| ب          | Ba   | B                  | be                          |
| ت          | Ta   | T                  | te                          |
| ث          | Ša   | Š                  | es (dengan titik di atas)   |
| ج          | Jim  | J                  | Je                          |
| ح          | Ḥa   | Ḥ                  | ha (dengan titik di bawah)  |
| خ          | Kha  | Kh                 | Ka dan ha                   |
| د          | Dal  | D                  | de                          |
| ذ          | Žal  | Ž                  | zet (dengan titik di atas)  |
| ر          | Ra   | R                  | er                          |
| ز          | Zai  | Z                  | zet                         |
| س          | Sin  | S                  | es                          |
| ش          | Syin | Sy                 | es dan ye                   |
| ص          | Šad  | Š                  | es (dengan titik di bawah)  |
| ض          | Ḍad  | Ḍ                  | de (dengan titik di bawah)  |
| ط          | Ṭa   | Ṭ                  | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ          | Ža   | Ž                  | zet (dengan titik di bawah) |
| ع          | „ain | „                  | Koma terbalik (di atas)     |
| غ          | Gain | G                  | ge                          |

|   |        |   |          |
|---|--------|---|----------|
| ف | Fa     | F | ef       |
| ق | Qaf    | Q | qi       |
| ك | Kaf    | K | ka       |
| ل | Lam    | L | el       |
| م | Mim    | M | em       |
| ن | Nun    | N | en       |
| و | Waw    | W | we       |
| ه | Ha     | H | ha       |
| ء | Hamzah | ' | apostrof |
| ي | Ya     | Y | ye       |

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

| Tanda | Nama   | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| َ     | Fathah | A           | a    |
| ِ     | Kasrah | I           | i    |
| ُ     | Dammah | U           | u    |

### b. Huruf Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

| Tanda dan Huruf | Nama   | Gabungan Huruf | Nama    |
|-----------------|--------|----------------|---------|
| َـِ             | Fathah | Ai             | a dan i |
| َـِـُ           | Fathah | Au             | a dan u |

Contoh :

- kataba : كَتَبَ
- fa'ala : فَعِمَ
- kaifa : كَيْفَ

### c. Madadah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

| Huruf dan Tanda | Nama                    | Huruf dan Tanda | Nama                |
|-----------------|-------------------------|-----------------|---------------------|
| ا-              | Fathah dan alif atau ya | ā               | a dan garis di atas |
| ي-              | Kasrah dan ya           | ī               | i dan garis di atas |
| و-              | Dammah dan waw          | ū               | u dan garis di atas |

Contoh :

- قَم : qāla
- زو : ramā
- قَم : qīla

### d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua :

#### 1) Ta marbūtah hidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dammah transliterasinya (t).

#### 2) Ta marbūtah mati

Ta marbūtah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata terpisah, maka ta marbūtah itu di transliterasikan dengan ha (h)

Contoh :

- رَوْضَاتُ الْاِفْئَالِ - raudatul afāl : رَوْضَاتُ الْاِفْئَالِ
- al-Madīnah al-munawwarah : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ
- طَهَتْ : طَهَتْ

#### e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid transliterasinya ini tanda tasydid tersebut dilambangkan dengan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

- Rabbanā : رَبُّنَا
- nazzala : نَزَّلَ
- al-birr : اَلْبِرُّ
- al-hajj : اَلْحَجُّ
  
- nu''ima : نُومِي

#### d. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: اَلْ namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

##### 1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu

##### 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

- ar-rajulu : اَلرَّجُلُ

- as-sayyidatu : انضدة
- asy-syamsu : انشش
- al-qalamu : الزه ي

**e. Hamzah**

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- ta"khuzūna : تبحرؤ
- an-nau" : انيء
- syai"un : شياء
- inna : ائ
- umirtu : ايبث
- akala : اكم

**f. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

**g. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD. diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- Wa mamuhammadunillarasul

- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallažibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-lazunzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh :

- Narummunallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami''an
- Lillahi-amrujami''an
- Wallahubikullisyai''in „alim

#### **h. *Tajwid***

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu *tajwid*.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan pelanggan PT. Gojek dengan studi kasus mahasiswa semester VIII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 105 orang (pelanggan), penggunaan sampel dalam penelitian ini adalah 51 responden. Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang di peroleh dengan menyebarkan *Google Form* kepada responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji kualitas data, uji asumsi klasis, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis yang di lakukan dengan menggunakan software SPSS versi 25. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan pelanggan secara statistik pengujian ini membuktikan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. GO-JEK dan nilai kualitas layanan berpengaruh secara persial dan signifikan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ), karena nilai  $t_{tabel} > t_{hitung}$  ( $4,021 > 2,010$ ), yang artinya ada alasan kuat pada  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi ( $0.000 < 0.05$ ). variabel pemanfaatan teknologi terhadap variabel kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. GO-JEK. Hasil penelitian menunjukkan nilai pemanfaatan teknologi tidak berpengaruh secara persial dan signifikan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ), karena nilai nilai  $t_{tabel} < t_{hitung}$  ( $0,002 < 2,010$ ), yang artinya ada alasan kuat pada  $H_2$  ditolak. Secara simultan (uji F) yang menunjukkan bahwa Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  diperoleh  $8,148 > 3,190$  artinya positif. Sementara nilai p-value diperoleh pada kolom sig  $0.000 < 0.05$  artinya signifikan.

**Kata Kunci : Kualitas Layanan, Pemanfaatan Teknologi, Kepuasan Pelanggan, PT. GO-JEK Indonesia**

## **ABSTRACT**

*This study aims to empirically prove the effect of service quality and technology utilization on PT. Gojek with a case study of Semester VIII Islamic Business Management FAI UMSU. This study uses a quantitative approach. The population in this study amounted to 105 people (customers), the sample used in this study was 51 respondents. The data source used in this study is primary data obtained by distributing Google Forms to respondents. Data analysis techniques in this study were data quality testing, classic assumption testing, multiple linear regression analysis and hypothesis testing which was carried out using SPSS version 25 software. The results of this test prove that the service quality variable on customer satisfaction variables statistically this test proves that service quality variables affect customer satisfaction PT. GO-JEK and service quality scores have a partial and significant effect (X1) on customer satisfaction (Y), because the value of  $t_{table} > t_{count}$  ( $4.021 > 2.010$ ), which means that there are strong reasons for H1 to be accepted and H0 to be rejected. This is reinforced by the significance value ( $0.000 < 0.05$ ). technology utilization variable on customer satisfaction variable does not affect customer satisfaction at PT. GO-JEK. The results showed that the value of technology utilization had no partial and significant effect (X2) on customer satisfaction (Y), because the  $t_{table}$  value  $< t_{count}$  ( $0.002 > 2.010$ ), which means that there is a strong reason for H2 to be rejected. Simultaneously (F test) which shows that the value of  $F_{count} > F_{table}$  is obtained  $8.148 > 3.190$  which means it is positive. While the p-value obtained in the sig column  $0.000 < 0.05$  means significant..*

**Keywords: Service Quality, Technology Utilization, Satisfaction Customer, PT. GO-JEK Indonesia**

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat, Hidayah dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam penulis sanjungkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan ke alam yang berilmu pengetahuan. Semoga dengan memperbanyak shalawat kepada Nabi Muhammad SAW, kita kelak mendapat syafa'at di yaumul mahsyar, Aamiin.

Penyusunan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam mengerjakan skripsi pada program Starata-1 (S1) dari program studi Manajemen Bisnis Syariah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayah Sudirman Mr dan Ibu Indrawati yang telah memberikan dukungan serta doa selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zailani, S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Isra Hayati, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Bapak Syahrul Amsari, S.E.,Sy., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Khairunnisa S.E.I.,M.M selaku Dosen Pembimbing yang sudah bersedia mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi.
9. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Agama Islam UMSU yang telah memberikan pengetahuan yang sangat-sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
10. Saudari Hida Yati yang selalu mendukung serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan, sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lebih lanjut.

Medan, 31 Juli 2023

Penulis,

**Muhammad Fajri**  
**NPM. 1801280090**

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>ABSTRAK</b> .....                              | <b>i</b>    |
| <b>ABSTRACT</b> .....                             | <b>ii</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                       | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                           | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                         | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                        | <b>ix</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                    | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang Masalah .....                   | 1           |
| B. Identifikasi Masalah .....                     | 4           |
| C. Rumusan Masalah .....                          | 5           |
| D. Tujuan Penelitian .....                        | 5           |
| E. Manfaat Penelitian .....                       | 6           |
| F. Sistematika Penulisan .....                    | 6           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORETIS</b> .....             | <b>8</b>    |
| A. Kajian Pustaka.....                            | 8           |
| 1. Kualitas Pelayanan .....                       | 8           |
| a. Pengertian Kualitas Pelayanan .....            | 8           |
| b. Indikator Kualitas Pelayanan .....             | 9           |
| c. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan.....        | 11          |
| 2. Pemanfaatan Teknologi .....                    | 12          |
| a. Pengertian Pemanfaatan Teknologi .....         | 12          |
| b. Faktor-Faktor Pemanfaatan Teknologi .....      | 13          |
| c. Indikator Pemanfaatan Teknologi .....          | 14          |
| 3. Kepuasan Pelanggan .....                       | 15          |
| a. Pengertian Kepuasan pelanggan .....            | 15          |
| b. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan... | 16          |
| c. Indikator Kepuasan Pelanggan .....             | 17          |
| d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....            | 18          |
| e. Dimensi Kepuasan Pelanggan .....               | 19          |
| f. Strategi Kepuasan Pelanggan .....              | 20          |

|   |           |
|---|-----------|
| B. Kajian Penelitian Terdahulu.....                           | 21        |
| C. Kerangka Pemikiran.....                                    | 25        |
| D. Hipotesis.....   | 25        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                    | <b>27</b> |
| A. Pendekatan Penelitian .....                                | 27        |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....                          | 27        |
| C. Populasi Dan Sampel .....                                  | 28        |
| D. Variabel Penelitian Dan Defenisi Operasional Variabel..... | 29        |
| E. Teknik Pengumpulan Data.....                               | 31        |
| F. Instrumen Penelitian.....                                  | 31        |
| G. Uji Prasyarat.....   | 32        |
| H. Teknik Analisis Data.....                                  | 33        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>           | <b>38</b> |
| A. Hasil Penelitian .....                                     | 38        |
| 1. Gambaran Umum PT. GO-JEK Indonesia .....                   | 38        |
| 2. Deskripsi Penelitian .....                                 | 39        |
| a. Karakteristik Responden .....                              | 40        |
| b. Deskripsi Variabel .....                                   | 41        |
| c. Teknik Analisis Data .....                                 | 48        |
| 1) Uji Validitas .....  | 48        |
| 2) Uji Reabilitas .....                                       | 52        |
| d. Uji Asumsi Klasik .....                                    | 53        |
| 1) Uji Normalitas .....                                       | 53        |
| 2) Uji Multikolinieritas .....                                | 53        |
| 3) Uji Heterokondensitas .....                                | 54        |
| 4) Uji Autokorelasi .....                                     | 56        |
| e. Analisis Linear Berganda .....                             | 56        |
| f. Uji Hipotesis .....  | 57        |
| 1) Uji Parsial (F) .....                                      | 57        |
| 2) Uji R <sup>2</sup> (Determinasi) .....                     | 58        |

|   |           |
|---|-----------|
| B. Pembahasan.....  | 59        |
| 1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan<br>Pelanggan ..... | 59        |
| 2. Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan ....          | 60        |
| 3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi .          | 60        |
| <b>BAB V    KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                        | <b>62</b> |
| A. Kesimpulan .....   | 62        |
| B. Saran .....  | 62        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                       | <b>64</b> |

## DAFTAR TABEL

| <b>Nomor</b> | <b>Judul Tabel</b>                                       | <b>Halaman</b> |
|--------------|--|----------------|
| Tabel 2.1    | Penelitian Terdahulu .....                               | 16             |
| Tabel 3.1    | Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian.....              | 22             |
| Tabel 3.2    | Definisi Operasional .....                               | 24             |
| Tabel 3.3    | Instrumen Skala Likert .....                             | 26             |
| Tabel 4.1    | Pengukuran Skala Likert .....                            | 33             |
| Tabel 4.2    | Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                | 34             |
| Tabel 4.3    | Responden Berdasarkan Usia.....                          | 34             |
| Tabel 4.4    | Responden Berdasarkan Pengguna Aplikasi.....             | 35             |
| Tabel 4.5    | Skor Variabel Kualitas Layanan .....                     | 35             |
| Tabel 4.6    | Skor Variabel Pemanfaatan Teknologi .....                | 37             |
| Tabel 4.7    | Skor Variabel Kepuasan Pelanggan .....                   | 39             |
| Tabel 4.8    | Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas layanan .....      | 41             |
| Tabel 4.9    | Hasil Uji Validitas Variabel Pemanfaatan Teknologi ..... | 41             |
| Tabel 4.10   | Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....     | 42             |
| Tabel 4.11   | Hasil Uji Realibilitas Variabel.....                     | 43             |
| Tabel 4.12   | Hasil Uji Multikolinearitas .....                        | 45             |
| Tabel 4.13   | Hasil Uji Autokorelasi .....                             | 46             |
| Tabel 4.14   | Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....                  | 47             |
| Tabel 4.15   | Hasil Uji Simultan .....                                 | 48             |
| Tabel 4.16   | Hasil Uji $R^2$ .....                                    | 49             |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Nomor</b> | <b>Judul Tabel</b>                         | <b>Halaman</b> |
|--------------|--|----------------|
| Gambar 2.1   | Kerangka Pemikiran.....                    | 19             |
| Gambar 4.1   | Uji Normalitas .....                       | 44             |
| Gambar 4.2   | Multivariate Standardized Scatterplot..... | 45             |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Memasuki era modern, masyarakat Indonesia banyak melakukan adopsi teknologi dari luar negeri. Teknologi informasi pertama di Indonesia yang tercatat adalah radio, Peresmian radio pertama Indonesia itu terjadi pada 16 Juni 1925, Itu terjadi lima tahun setelah stasiun radio pertama di Amerika dan tiga tahun setelah di Inggris dan Uni Soviet (Herdyanto,2020). Pengaruh budaya luar berhasil meningkatkan perkembangan teknologi transportasi di Indonesia. Penemuan mesin uap di Eropa di masa revolusi industri mampu menggantikan fungsi hewan menjadi transportasi utama di Indonesia. Adapun beberapa jenis perkembangan transportasi di Indonesia yaitu transportasi laut, udara, dan darat. Pertama transportasi laut yang sudah terdapat pada masa kerajaan Hindu-Buddha. Sekitar abad ke-8 Masehi, kerajaan Mataram kuno Sudah memakai perahu. Kedua transportasi udara tidak dapat dilepaskan asal kiprah Nurtanio Pringgoadisuryo dan Wiweko Supomo mereka berhasil menerbangkan pesawat kursi tunggal yang diberi nama ‘si kumbang’(Prabowo, 2020). Ketiga Transportasi darat pada awalnya, transportasi darat yang digunakan di Indonesia menggunakan tenaga hewan sebagai tenaga penggeraknya dan hal ini masih bisa kita nikmati dengan menggunakan delman. Hingga pada tahun 1842, Belanda yang kala itu berada di Indonesia membangun jalur kereta api yang menghubungkan beberapa daerah di Jawa Tengah. Pembangunan jalur kereta api ini mendorong kegiatan perdagangan yang terjadi hingga pembangunan jalur kereta api mulai dilakukan secara massal. Pada tahun 1894, Pakubuwono X mendatangkan mobil dari Jerman, yaitu Benz Phaeton dan hal ini juga membuat mobil tersebut menjadi mobil pertama yang masuk ke Indonesia (Nailufar, 2020).

Seiring dengan berkembangnya kebutuhan yang semakin bertambah, terciptalah sebuah peluang bisnis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat luas salah satunya yaitu bisnis jasa transportasi. Transportasi umum masyarakat Indonesia pada umumnya adalah angkutan kota, taksi dan ojek. Pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang memberikan inovasi baru terhadap perkembangan transportasi salah satunya mengkolaborasikan kegiatan yang dilakukan secara konvensional dengan sistem elektronik seperti ojek *online* (Aswari, 2018). Diawali kehadiran perusahaan PT Gojek Indonesia pada tahun 2010, sebuah layanan antar jemput dengan ojek modern berbasis pesan. Pada tahun 2015 Gojek berkembang dari sebuah aplikasi *mobile* baru menjadi sebuah layanan besar, yang kemudian mendapat perlawanan dari Grabtaxi yang sekarang berganti nama menjadi Grab dengan layanan GrabBike. Persaingan pun menjadi semakin sengit dengan masuknya layanan asal Amerika Serikat yaitu Uber yang hadir sejak tahun 2014. Memasuki tahun 2016 ketiga Platform terus bersaing memberikan kualitas pelayanan baik dan memberikan fitur yang membantu aktivitas para konsumen (Aziah & Adawia, 2018). Go-jek, Uber, dan Grab terus berinovasi demi menjadi layanan terdepan di tanah air. persaingan ketiga startup tersebut justru bertambah sengit. Grabtaxi mengubah namanya menjadi Grab, dan berusaha menyaingi Go-jek di bisnis pengantaran makanan dengan membuat layanan Grabfood. ketika Go-jek meluncurkan Go-pay, Grab pun turut meluncurkan fitur serupa dengan nama Grabpay Credits, Tak berhenti sampai di situ, Go-jek pun turut memperkuat layanan mereka, seperti Go-send, Go-clean, dan Go-massage selain itu Gojek menghadirkan layanan baru berupa layanan perbaikan dan cuci kendaraan Go-auto, layanan isi pulsa Go-pulsa, serta layanan pengiriman obat Go-med. Go-jek merupakan startup yang menghadirkan layanan paling banyak dari beberapa Platform tersebut (Deddo, 2017).

Kemajuan yang sangat pesat dalam dunia teknologi informasi menuntut para pelaku usaha untuk dapat memahami serta memanfaatkannya dalam kegiatan bisnis sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing. Meningkatnya jumlah pemakai internet secara drastis setiap tahunnya, serta perilaku konsumen yang menginginkan informasi

cepat dan transaksi yang dapat dilakukan selama 24 jam, disinyalir menjadi faktor pendorong berkembangnya bisnis berbasis teknologi informasi. Ojek *online* merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dibidang transportasi darat yang memanfaatkan sarana teknologi informasi di dalam memasarkan jasa yang dihasilkan perusahaannya. Sarana teknologi informasi tersebut digunakan perusahaan dalam mendukung strategi guna memenangkan kompetisi di bidang usaha yang saat ini dilakukan oleh perusahaan. Apabila pelanggan puas terhadap kualitas layanan serta pemanfaatan teknologi informasi yang diberikan perusahaan, maka akan menimbulkan kesetiaan konsumen sehingga minat pemakaian jasa meningkat dan membuat konsumen loyal terhadap produk perusahaan. Namun penurunan jumlah konsumen kemungkinan terjadi berkaitan dengan beralihnya konsumen ke perusahaan pesaing disebabkan oleh ketidakpuasan konsumen (Saipurrohman, 2019).

Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan. Kualitas layanan akan menjadi hal utama untuk menciptakan kepuasan konsumen, semakin tinggi kualitas layanan juga semakin tinggi kepuasan konsumen, kinerja keuangan, biaya produksi, kesetiaan pelanggan dan keberhasilan pemasaran. Melalui kualitas layanan perusahaan dapat mencapai tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi dan dapat mempertahankan keunggulan kompetitif secara konstan. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, sejalan dengan Tjiptono diantaranya: hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan, dan laba yang diperoleh meningkat (Cahyani, 2016).

Gojek telah menjadi transportasi alternatif di kalangan mahasiswa dalam memenuhi berbagai aktivitas seperti, mengurus pakaian, penyiapan pangan, olahraga, kesehatan dan juga kegiatan perkuliahan yang disiplin menuntut mahasiswa hadir tepat waktu. Sebagai pengguna gojek *online* aktif, setidaknya terdapat tiga keuntungan yang dapat dirasakan sebagai mahasiswa yang lebih memilih gojek *online* dibanding

transportasi umum lainnya yaitu gojek *online* harganya relatif terjangkau, gojek *online* lebih nyaman dan transparan, gojek *online* lebih cepat dan efisien (Zulva, 2022). Dalam penelitian yang dilakukan (Taslimah, 2019) di Universitas Muhammadiyah Surakarta didapati beberapa fenomena dari konsumen yang menyatakan driver gojek sering mengalami kendala saat melakukan tugas. *Driver* sering mengalami kendala ketika keadaan jalan yang padat, sehingga dalam mengantarkan pesanan dan menjemput konsumen terkesan lama, bahkan beberapa konsumen yang tidak sabar membatalkan pesanan. Memang tidak dapat dipungkiri bahwa jalanan memiliki jam-jam padat seperti jam berangkat kerja dan jam pulang kerja, walaupun jarak yang dituju dekat namun dengan kondisi yang padat akan mempengaruhi waktu untuk sampai ke tujuan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut, dimana banyak Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang menggunakan jasa transportasi Gojek. Untuk mengetahui tentang kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi apakah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ***“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Sem VIII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU)”***

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah pada penelitian ini adalah :

1. Persaingan *Platform* transportasi *online* yang semakin ketat
2. Platform lain sejenis Gojek terus bersaing dalam menciptakan fitur-fitur yang mengakomodir kebutuhan pelanggan dalam rangka meningkatkan kualitas layanan
3. Konsumen menginginkan informasi cepat dan transaksi sepanjang waktu
4. Pelanggan akan memilih Platform transportasi *online* yang memiliki fitur pemanfaatan teknologi yang mudah serta kualitas pelayanan terbaik
5. Mahasiswa membutuhkan jasa transportasi *online* yang cepat dan efisien serta harga terjangkau

### **C. Rumusan Masalah**

Adapun yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Go-jek pada mahasiswa Semester VIII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan Go-jek pada mahasiswa Sem VIII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU?
3. Apakah kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Go-jek pada mahasiswa Semester VIII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan ruang lingkup masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh layanan teknologi terhadap kepuasan pelanggan Gojek. 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.

### **E. Manfaat Penelitian**

Dalam penulisan untuk penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan dua manfaat yaitu :

### 1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dan digunakan sebagai tambahan referensi kepustakaan karya ilmiah bagi peneliti selanjutnya.

### 2. Manfaat Praktis

#### a) Bagi Peneliti

Sebagai metode untuk penerapan teori-teori yang diperoleh selama dibangku perkuliahan sehingga peneliti dapat menambah pengetahuan secara praktis terkait masalah-masalah yang dihadapi.

#### b) Bagi Dunia Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi, informasi, wawasan, serta diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi peneliti lainnya.

#### c) Bagi Gojek Online

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berupa saran dan sambungan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Gojek.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pemahaman dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I : Pendahuluan**

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah terkait judul yang akan diteliti, identifikasi masalah berupa masalah yang muncul dari uraian latar belakang masalah, rumusan masalah atau dapat juga disebut fokus penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang berisikan rencana dari isi skripsi secara menyeluruh.

**BAB II : Landasan Teoritis**

Pada bab ini berisi tentang kajian pustaka yang membahas teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini, serta mencantumkan kerangka berpikir terjadinya fenomena yang akan diteliti dan kajian penelitian terdahulu yang relevan.

**BAB III : Metodologi Penelitian**

Pada bab ini berisi tentang rancangan penelitian yang membahas mengapa memilih pendekatan kuantitatif, lokasi dan waktu penelitian pada saat melakukan penelitian, kehadiran peneliti, tahapan penelitian yaitu menguraikan proses aktivitas pelaksanaan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pemeriksaan keabsahan temuan.

**BAB IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Pada bab ini berisi tentang deskripsi penelitian yang mendeskripsikan tentang lokasi penelitian terkait dengan topik penelitian yang diajukan, temuan penelitian terkait dengan upaya menjawab fokus penelitian dan membahas yang memuat gagasan peneliti.

**BAB V : Penutup**

Pada bab ini berisi tentang simpulan serta saran-saran yang dianggap perlu berkaitan dengan penelitian untuk menjadi lebih baik lagi.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Kualitas Pelayanan**

###### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas layanan merupakan segala sesuatu yang diharapkan konsumen agar dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan pelanggan sehingga mendapat kepercayaan dari pelanggan (Tresiya & Subagyo, 2018). Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan (Saipurrohman, 2019).

Kualitas pelayanan mengacu pada sejauh mana suatu organisasi atau individu memenuhi atau melebihi harapan dan kebutuhan pelanggan atau penerima layanan. Ini melibatkan berbagai aspek yang mencakup responsifitas, kehandalan, kecepatan, keamanan, empati, dan komunikasi yang efektif dalam berinteraksi dengan pelanggan atau penerima layanan. Kualitas pelayanan juga dapat diukur dari perspektif pengalaman pelanggan serta sejauh mana pelayanan tersebut memenuhi standar atau norma yang telah ditetapkan. Beberapa elemen yang penting dalam penilaian kualitas pelayanan meliputi: responsifitas, kehandalan, kecepatan, keamanan, empati, komunikasi efektif, penyesuaian dengan kebutuhan, tangibles, ketepatan. Kualitas pelayanan yang baik dapat memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, dan citra positif perusahaan atau individu yang memberikan layanan. Oleh karena itu, organisasi dan individu perlu berupaya untuk terus meningkatkan dan memelihara standar kualitas pelayanan yang tinggi agar tetap kompetitif dan relevan di pasar.

Konsep kualitas pelayanan berasal dari berbagai riset dibidang pemasaran. Konsep mengenai kualitas pelayanan itu sendiri dipahami secara berbeda yaitu antara harapan pengguna dengan persepsi dari pengguna dan persepsi dari kinerja

pelayanan. Kualitas pelayanan menurut persepsi pengguna adalah anggapan pengguna mengenai baik buruknya pelayanan yang diterima oleh pengguna. Sedangkan kualitas pelayanan menurut persepsi dari kinerja pelayanan adalah memberikan pelayanan yang terbaik/pelayanan prima dari sumber daya yang dimiliki oleh penyedia layanan (Rahmawati, 2010). Kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen (Hijrayati, 2018).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah hasil penilaian pelanggan atas layanan sesuai seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan dari suatu layanan yang mereka terima dari penyedia jasa layanan (perusahaan), baik penilaian itu secara sebagian maupun secara keseluruhan. Apabila persepsi yang diterima pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka pelayanan atas penyedia jasa tersebut dinilai baik dimana konsumen/pelanggan. Namun, jika persepsi konsumen/pelanggan atas layanan tidak sesuai yang diharapkan maka kualitas pelayanan dinyatakan buruk dan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

#### **b. Indikator Kualitas Pelayanan**

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 Zeithaml, Berry, dan Parasuraman dalam Fandy Tjiptono, untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi yaitu: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* (Tjiptono, 2005). Lima dimensi mengenai kualitas jasa sebagai berikut:

- 1) Bukti Langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, pelengkapan pegawai dan sarana komunikasi. *Tangibles* banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam rangka untuk meningkatkan *imaginya*, memberikan kelancaran kualitas kepada para pelanggan.
- 2) Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dalam pengertian yang lebih luas *reliability* dapat di artikan bahwa perusahaan menyampaikan janji-janjinya mengenai penyampaian jasa, prosedur pelayanan, pemecahan masalah dan penentuan harga. Para pelanggan biasanya ingin sekali melakukan kerja sama dengan perusahaan yang bias memenuhi janji-janjinya terutama sesuatu yang berhubungan dengan jasa.
- 3) Daya Tangkap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap. Dimensi ini menekankan pada perhatian penuh dan kecepatan dalam melakukan hubungan dengan para pelanggan baik itu permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah – masalah.
- 4) Jaminan (*Assurance*), mencangkup pengetahuan, kemampuan kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang di miliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan-raguan. Merupakan dimensi terpenting dalam dari suatu pelayanan dimana para pelanggan harus dari bahaya resiko yang tinggi atau bebas dari keraguan-keraguan dan ketidakpastian.
- 5) Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Hal terpenting dari empati adalah cara menyampaikan baik secara

*personal* atau biasa. Para pelanggan dianggap orang yang penting dan khusus. Kelima dimensi tersebut dapat dipenuhi dengan sebaik-baiknya dalam memberikan pelayanan untuk menciptakan kualitas pelayanan yang baik.

### c. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Dalam menciptakan gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan untuk menyempurnakan kualitas, perusahaan bersangkutan harus mampu mengimplementasikan enam prinsip utama yang berlaku bagi perusahaan. Keenam prinsip tersebut bermanfaat dalam membentuk dan mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh para pemasok, karyawan, dan konsumen. Enam prinsip tersebut yaitu: Kepemimpinan, Pendidikan, Perencanaan, *Review*, Komunikasi, dan penghargaan dan pengakuan (Saipurrohman, 2019).

- 1) Kepemimpinan, Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.
- 2) Pendidikan, Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan pendidikan mengenai kualitas. Aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan antara lain konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas.
- 3) Perencanaan Strategik, Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya. Perencanaan strategi merupakan faktor terpenting bagaimana jalannya perusahaan kedepannya.
- 4) Ulasan, Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini

menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran kualitas.

- 5) Komunikasi, Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, maupun stakeholder. Komunikasi yang baik dapat membangun sikap positif dan semangat menjalankan aktivitas.
- 6) Penghargaan dan Pengakuan, Setiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui. Dengan cara seperti ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki setiap anggota organisasi dapat meningkat, yang berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan profitabilitas bagi perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan (Saipurrohman, 2019).

Laju pertumbuhan perekonomian khususnya di bidang transportasi semakin bersaing ketat, perusahaan-perusahaan transportasi terkhusus transportasi online semakin banyak mengeluarkan produk-produk layanan baru yang menjadi unggulan, bahkan dalam sebuah perusahaan melakukan diversifikasi layanan dengan mengeluarkan jenis-jenis dan keunggulan yang berbeda-beda. Perilaku masyarakat yang membutuhkan dan menginginkan layanan kualitas, harga serta dengan keunggulan yang ditawarkan pada tingkat harga yang kompetitif merupakan potensi yang harus diperhatikan produsen untuk mempengaruhi Loyalitas pelanggan pelanggan. Untuk maju dan berkembang dalam konsep pemasaran perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, dimana kepada merekalah nantinya produk tersebut akan dipasarkan (Farisi dan Siregar, 2020).

## **2. Pemanfaatan Teknologi**

### **a. Pengertian Pemanfaatan Teknologi**

Pemanfaatan teknologi informasi merupakan segala bentuk penggunaan teknologi yang diterapkan untuk dapat memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik dimana tingkat kegunaannya dapat diukur berdasarkan kedalaman pemanfaatan, tingkat pemanfaatan dan jumlah aplikasi yang digunakan. Pada

umumnya pengguna teknologi akan memiliki persepsi positif terhadap teknologi yang disediakan. Persepsi negatif akan muncul sebagai dampak dari penggunaan teknologi tersebut. Artinya persepsi negatif berkembang setelah pengguna pernah mencoba teknologi tersebut atau pengguna berpengalaman buruk terhadap penggunaan teknologi tersebut. Model TAM dapat digunakan sebagai dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna melalui persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi (Erica & Rasyid, 2018)

Pemanfaatan teknologi informasi menurut (Rasyid, 2017) teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik. 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.

#### **b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan Teknologi**

Investasi organisasi pada teknologi informasi membutuhkan dana yang besar dan berisiko. Untuk membuat keputusan yang lebih informatif, maka pengembangan sistem perlu memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan teknologi informasi menurut Thomson et al., (1991) seperti yang dikutip oleh Sabihaini (2006:5) yaitu sebagai berikut:

- 1) Faktor sosial, Merupakan internalisasi kultur subyektif kelompok dan persetujuan interpersonal tertentu yang dibuat individual dengan yang lain dalam situasi sosial tertentu. Kultur subyektif berisi norma (*norm*) dan nilai-nilai (*value*).
- 2) *Affect*, Dapat diartikan sebagai perasaan individu atas pekerjaan, apakah menyenangkan atau tidak menyenangkan, rasa suka atau tidak suka dalam melakukan pekerjaan individu dengan menggunakan teknologi informasi.
- 3) Kompleksitas, Sebagai tingkat inovasi yang dipersepsikan sebagai sesuatu yang relatif sulit untuk diartikan dan digunakan.

- 4) Kesesuaian tugas, Dapat di ukur dengan mengetahui apakah individu percaya bahwa pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja individu yang bersangkutan. Hubungan yang positif antara kesesuaian tugas dengan pemanfaatan teknologi informasi telah dibuktikan hasil penelitian.
- 5) Konsekuensi jangka panjang, Konsekuensi jangka panjang dari keluaran yang dihasilkan apakah mempunyai keuntungan dimasa yang akan datang dan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan saat ini.
- 6) Kondisi yang memfasilitasi, Dalam konteks pemanfaatan teknologi informasi, kondisi yang memfasilitasi dapat dimasukkan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pemanfaatan teknologi informasi.

### c. Indikator Pemanfaatan Teknologi

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 (Rasyid, 2017) 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 bidangnya.

### **3. Kepuasan Pelanggan**

#### **a. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Pada era persaingan yang begitu ketat saat ini, kepuasan konsumen menjadi hal yang paling utama yang harus diberikan oleh perusahaan. Kepuasan konsumen menjadi faktor kunci keberhasilan dalam suatu usaha. Setiap perusahaan berlomba - lomba untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen dari segala sisi guna menciptakan kepuasan konsumen. Semakin berkualitas produk atau jasa yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang pada akhirnya dapat menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Pengertian kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan dalam bentuk barang atau jasa yang sesuai dengan harapannya (Asrizal Efendy Nasution & Nasution, 2021)

Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang yang muncul dari diri seseorang dikarenakan kebutuhan atau keinginannya dapat terpenuhi, meskipun untuk mendapatkannya diperlukan suatu usaha atau pengorbanan. Kepuasan yang didapatkan pelanggan merupakan hasil dari evaluasi atau penilaian atas fitur produk atau jasa yang mereka gunakan dalam pemenuhan kebutuhan, yang mana kinerjanya sesuai atau bahkan melebihi harapan (Saipurrohman, 2019).

Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari bagaimana harapan para konsumen tentang sebuah produk dan pelayanan, sebuah produk harus bisa untuk menarik dan memberi kepuasan kepada pelanggan dengan berbagai macam cara agar perusahaan dapat mencapai penjualan dengan untung yang meningkat. *Queenncollection* ini

masih terdapat kendala karena kurangnya tenaga kerja berakibat tidak dapat memenuhi permintaan pelanggan. Cara untuk perusahaan memberi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan harus bisa menjual barang sesuai kualitas yang bagus dengan harga yang layak, harga yang lumayan tinggi juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena target pasar dari remaja hingga orang dewasa, maka untuk para pelajar harga hijab yang ditentukan lumayan tinggi menurut para pelajar (Dahrani dan Syahfitri, 2022).

Membangun kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Kepuasan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara hasil kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai. Sebaliknya, apabila hasil kerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan akan meningkat (Hayati, 2019). Berdasarkan beberapa definisi kepuasan pelanggan diatas dapat disimpulkan bahwa 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.

#### **b. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Kualitas Produk, pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Harga Produk, yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk jasa lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- 3) Kualitas Pelayanan, pada industri mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan.
- 4) Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan

bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk dengan merk tertentu yang membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena dari produk, tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

- 5) Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa (pengorbanannya semakin kecil). Cenderung puas terhadap produk atau jasa.

### c. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut (Gelu & Foeh, 2022) indikator pembentuk kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

- 1) Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk atau jasa yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi : produk atau jasa yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan harapan, pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi harapan, fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi harapan.
- 2) Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap produk atau jasa tersebut yang meliputi : berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan sangat memuaskan, berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk atau jasa tersebut, berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- 3) Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga yang meliputi menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan, menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai, menyarankan teman atau

kerabat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.

#### **d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2005; 210) ada empat metode yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Sitem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan bisa berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, website dan lain-lain. Dimana metode ini dapat memberikan ide atau masukan yang berharga kepada perusahaan.

2) *Ghost shopping* (pembelajaan misteri)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang Ghost Shoppers (pembelajaan misterius ) untuk berperan atau berpura - pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Para pembelaja misterius akan diminta untuk mengamati secara seksama dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan. Hal tersebut dilakukan sebagai cara untuk melakukan penilaian terhadap kinerja karyawan perusahaan.

3) Analisis pelanggan yang berhenti

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4) Survey kepuasan pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan

menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, internet, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

#### e. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Pelanggan merasa puas bila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas bila harapan pelanggan terlampaui. Menurut Irawan (2004 : 37), ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu :

1) *Price* (harga)

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

2) Kualitas layanan

*Service quality* sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan *attitude* dan *behaviour* yang seiring dengan keinginan perusahaan bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, *training* dan budaya kerja.

3) Kualitas produk

Pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk yang baik.

4) *Emotional factor*

*Emotional Factor* ditunjukkan oleh konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk/jasa yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri.

5) Kemudahan

Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan.

#### **f. Strategi Kepuasan Pelanggan**

Melalui strategi kepuasan pelanggan, perusahaan berharap dapat meningkatkan pangsa pasar, penjualan dan jumlah pelanggannya. Berikut strategi kepuasan pelanggan yang dapat diterapkan pada perusahaan jasa menurut Tjiptono (2005; 216):

1) Strategi manajemen ekspektasi pelanggan

Ekspektasi pelanggan dibentuk dan didasarkan pada sejumlah faktor, seperti pengalaman berbelanja dimasa lalu, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji - janji perusahaan dan para pesaingnya.

2) Relasi pemasaran dan manajemen

Relasi pemasaran dan manajemen merupakan cara berpikir mengenai pelanggan, pemasaran, dan penciptaan nilai, bukan sekedar serangkaian alat, teknik dan taktik. Dengan kata lain, relasi pemasaran dan manajemen merupakan ancangan integratif atau holistik yang memperkokoh kompetensi pemasaran perusahaan.

3) After marketing (setelah pemasaran)

Tahap ini menekankan pentingnya aktivitas pemasaran dan komunikasi setelah transaksi pembelian. Khususnya dalam rangka memberikan keyakinan setelah tahap pembelian (agar konsumen yakin bahwa keputusan pembelian yang dilakukannya benar – benar bijaksana) dan membangun loyalitas merek.

4) Strategi retensi pelanggan

Strategi retensi pelanggan difokuskan pada teknik – teknik yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan agar pelanggan tidak beralih pada pemasok atau perusahaan jasa yang lain.

- 5) Pelayanan pelanggan superior  
Pelayanan pelanggan superior diwujudkan dengan cara menawarkan layanan yang lebih baik dibandingkan para pesaing.
- 6) Strategi pemasukan atau infusi teknologi  
Teknologi bisa dimanfaatkan secara efektif untuk meningkatkan dan memuaskan pengalaman layanan kepuasan pelanggan.
- 7) Sistem penanganan komplain secara efektif  
Di dalam industri yang sama - sama bergerak dibidang jasa, wajib untuk menanggapi komplain dari para pelanggannya, agar dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Pada hakikatnya ada dua tujuan utama pelanggan menyampaikan komplain. Pertama, untuk menutupi kerugian ekonomis, dan kedua adalah untuk memperbaiki citra diri (self-image).
- 8) Strategi pemulihan layanan  
Dalam perusahaan jasa, seberapa kerasnya usaha penyedia jasa, tetap saja kekecewaan atau tidak kepuasan pelanggan tidak terhindarkan. Maka dari itu, taktik - taktik pemulihan layanan sangat dibutuhkan guna memberikan dampak yang positif terhadap nilai kepuasan pelanggan, minat pembelian ulang, loyalitas dan komitmen pelanggan, juga persepsi pelanggan terhadap keadilan pelayanan jasa.

## **B. Kajian Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan penulis mengenai “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Sem VIII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU)”, bukan penelitian pertama, melainkan telah banyak penelitian terdahulu hanya saja berbeda pada studi kasus . Penelitian ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penulis mengangkat beberapa rujukan peneliti dari penelitian terdahulu antara lain sebagai berikut:

Table 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

| No | Nama Penulis                       | Judul Penelitian   | Hasil Penelitian   |
|----|------------------------------------|--|--|
| 1. | Harum Al Rasyid<br>Dan Denny Erica | Pengaruh Kualitas layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online di Jakarta. Pada Tahun 2018 dan merupakan jurnal Perspektif | Kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi ditemukan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga memiliki dampak positif dan berdampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian akhir juga dapat menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan terhadap hubungan kausal kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. (Erica & Rasyid, 2018) |
| 2. | Harun Al Rasyid                    | Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. Pada Tahun 2017 dan merupakan Jurnal Ecodemica   | Terdapat pengaruh yang signifikan pada hubungan kausal kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Adapun kebaruan pada penelitian ini, selain kualitas layanan didapatkannya juga pengaruh positif atas pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini tentu saja menjadi pertimbangan bagi setiap pelaku usaha (gojek khususnya) untuk   |

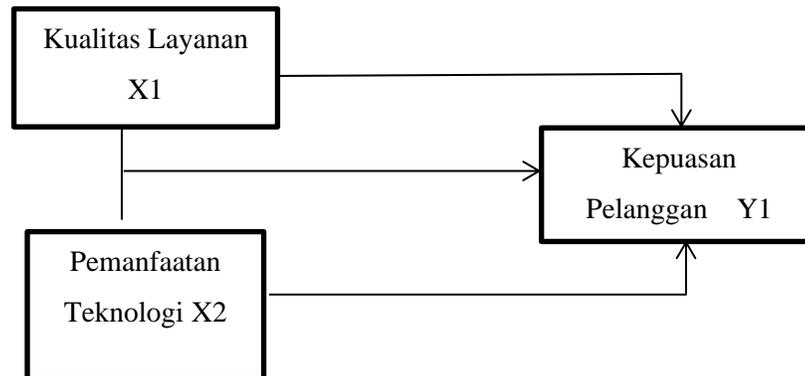
|   |                                   |   |  |
|---|-----------------------------------|---|--|
|   |                                   |   | lebih memanfaatkannya guna meningkatkan daya saing(Rasyid, 2017)   |
| 3 | Santo Igno Gelu Dan John Ehj Foeh | Pengaruh Kualitas Layanan, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Customer Value terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online (Literature Review Manajemen Sumber Daya Manusia) Pada Tahun 2022 dan Merupakan Jurnal Ilmu Manajemen Terapan. | Mutu layanan dan penggunaan teknologi didapati berdampak positif maupun krusial bagi kepuasan konsumen. Turut pula menghasilkan bila kepuasan konsumen berdampak positif maupun krusial bagi loyalitas konsumen, customer value berdampak positif maupun krusial bagi kepuasan konsumen, customer perceived value berdampak positif namun tidak krusial bagi loyalitas konsumen. Berikutnya, hasil kajian akhir pun memperjelas bila kualitas pelayanan, penggunaan teknologi, dan penilaian pelanggan berdampak krusial dan berhubungan kausal dengan loyalitas melalui kepuasan konsumen(Gelu & Foeh, 2022). |
| 4 | Achmad Zulfianto                  | Pengaruh Kualitas Layanan, Pemanfaatan Teknolgi Informasi, E-servis Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Ojek Online Di Medan. Pada Tahun 2019 merupakan Artikel Ilmiah  | Kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun eservice berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ini tentu saja pertimbangan   |

|   |                    |   |  |
|---|--------------------|---|--|
|   |                    |   | bagi setiap penyedia jasa untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan memimpin lebih baik dari transportasi lainnya. Jadi ojek online adalah pilihan utama masyarakat dalam memilih transportasi (Zulfianto, 2019).   |
| 5 | Fadhilah Salsabila | Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area). Pada Tahun 2022. | Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Dimana taraf signifikan $\alpha$ 5% nilai nilai thitung 5,773 > ttable 1,991 dan nilai <i>p-value</i> 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 $\alpha$ 5% nilai nilai thitung 2,001 > ttable 1,991 dan nilai <i>p-value</i> 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<br>Area (Salsabila, 2022) |
|--|--|--|--|

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Komponen utama pada kerangka pemikiran dikembangkan adalah *independent variabels* (variabel bebas), *dependent variabels* (variabel terikat) 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:



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

### D. Hipotesis

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

H1: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan gojek terhadap Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Sem VIII FAI UMSU

H2: Pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Sem VIII FAI UMSU

H3 : Kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi berpengaruh positif secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan Go-jek pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Sem VIII FAI UMSU.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Winarni, 2018). Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan maupun subjek, sampel serta langkah-langkah penelitian, dan memiliki sumber data yang sudah jelas dan nyata (Sugiyono, 2017). Metode ini dipakai untuk mengetahui Pengaruh kualitas Pelayanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek.

#### **B. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

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

Penelitian ini penulis laksanakan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara bertepatan pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jalan Kapten Muchtar Basri, Kecamatan Medan Timur, Medan-Sumatera Utara).

## 2. Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian

| No | Kegiatan           | Bulan      |   |   |           |   |              |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |
|----|--------------------|------------|---|---|-----------|---|--------------|---|---|---------------|---|---|---|---------------|---|---|---|--------------|---|---|---|---------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|
|    |                    | Maret 2022 |   |   | Juli 2022 |   | Agustus 2022 |   |   | November 2022 |   |   |   | Desember 2022 |   |   |   | Januari 2023 |   |   |   | Februari 2023 |   |   |   | Maret 2023 |   |   |   | April 2023 |   |   |   |
|    |                    | 1          | 2 | 3 | 1         | 2 | 1            | 2 | 3 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1            | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 |            |   |   |   |
| 1  | Pengajuan Judul    | ■          | ■ | ■ |           |   |              |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |
| 2  | Penyusunan Skripsi |            |   |   | ■         | ■ |              |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |
| 3  | Bimbingan Skripsi  |            |   |   |           |   | ■            | ■ | ■ | ■             | ■ | ■ | ■ | ■             | ■ | ■ | ■ |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |
| 4  | Seminar Skripsi    |            |   |   |           |   |              |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   | ■            | ■ |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |
| 5  | Pengumpulan Data   |            |   |   |           |   |              |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   | ■             | ■ | ■ | ■ |            |   |   |   |            |   |   |   |
| 6  | Bimbingan Skripsi  |            |   |   |           |   |              |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   | ■          | ■ | ■ | ■ | ■          | ■ | ■ | ■ |
| 7  | Sidang Meja Hijau  |            |   |   |           |   |              |   |   |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   | ■ |

## C. Populasi Dan Sampel

## 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 Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Prodi Manajemen Bisnis Syariah Sem VIII diketahui sebanyak 105 orang.

## 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.

Kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini, yaitu : Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang menggunakan aplikasi Go-jek. Menentukan jumlah sampel dari populasi dapat menggunakan rumus Slovin, seperti berikut:

Dari jumlah populasi 105 orang ini maka digunakan rumus Slovin menentukan jumlah sampel sebagai berikut:

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

Dimana n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

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

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah

$$\begin{aligned} n &= \frac{105}{1 + (105(0.1)^2)} \\ &= 51,21 = 51 \text{ Responden} \end{aligned}$$

## D. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel

### 1. Variabel Penelitian

Pada dasarnya variabel penelitian merupakan sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi serta hasil pada penelitian, kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Maka dari itu, pada

penelitian kali ini peneliti mengelompokkan variabel menjadi dua. Variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Variabel bebas (*independent variabel*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau variabel penyebab berubahnya atau timbulnya variabel dependent. Variabel independent di penelitian ini adalah (X).
- b. Variabel terikat (*dependent variabel*) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent. Variabel independent pada penelitian ini adalah (Y).

## 2. 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 Defenisi Operasional**

| No | Variabel                   | Defenisi   | Indikator   | Skala        |
|----|----------------------------|--|---|--------------|
| 1  | Kualitas Layanan (X1)      | Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan.   | a. Bukti fisik<br>b. Kehandalan<br>c. Ketanggapan<br>d. Jaminan<br>e. Keamanan<br>f. Kredibilitas<br>g. komunikasi  | Skala likert |
| 2  | Pemanfaatan Teknologi (X2) | Penggunaan yang dilakukan oleh pengguna sistem informasi dalam menjalankan tugas nya dimana pegukuran nya berdasarkan pada intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan dan jumlah aplikasi terhadap perangkat lunak yang dimanfaatkan. | a. Terkendali<br>b. Jelas dan dapat dimengerti<br>c. Fleksibel<br>d. Mudah digunakan<br>e. Intensitas pemanfaatan<br>f. Prekuensi pemanfaatan<br>g. Efisiensi | Skala likert |

|   |                        |   |  |              |
|---|------------------------|---|--|--------------|
| 3 | Kepuasan Pelanggan (Y) | Kepuasan merupakan perasaan diri seseorang karena merasa puas dengan terpenuhi kebutuhan mereka. Kepuasan didapat merupakan hasil dari penilaian atas produk atau jasa yang mereka gunakan. | a. Sikap<br>b. Kualitas layanan<br>c. Loyal<br>d. Popularitas yang baik<br>e. Pelayanan yang diberikan<br>f. Harga jasa/produk<br>g. Kemudahan mengakses jasa/produk | Skala likert |
|---|------------------------|---|--|--------------|

### E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### 1. Kuisisioner

Kuisisioner adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang dibuat berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian yang diberikan kepada responden (Widodo, 2015). Penyebaran kuisisioner dilakukan secara langsung ataupun melalui angket yang sudah disediakan oleh peneliti agar di jawab oleh Mahasiswa Fakultas Agama Islam universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Prodi manajemen Bisnis Syariah Sem VIII.

#### 2. Observasi

Observasi yaitu teknik atau cara mengumpulkan data yang sistematis terhadap obyek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung (Juliandi, 2014).

### F. Instrumen Penelitian

Pada umumnya penelitian kuantitatif menggunakan data alat ukur untuk mendapatkan data yang benar. Agar memudahkan pengumpulan data penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert adalah beberapa pertanyaan guna mengumpulkan data dan mengukur pengetahuan seseorang dengan merespon pertanyaan tersebut. Dan mengukur pengetahuan seseorang dengan merespon pertanyaan dari lima pilihan jawaban seperti sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju dan sangat setuju (Budiaji, 2013).

**Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert**

| <b>PERNYATAAN</b>         | <b>BOBOT</b> |
|---------------------------|--------------|
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1            |
| Tidak Setuju (TS)         | 2            |
| Kurang Setuju (KS)        | 3            |
| Setuju (S)                | 4            |
| Sangat Setuju (SS)        | 5            |

### **G. Uji Prasyarat**

Teknik analisis data dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji statistik. Sebelum menguji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat yaitu:

#### **1. Uji Normalitas**

Tujuan uji normalitas data adalah untuk mengetahui kondisi data yang didapatkan berdistribusi normal atau sebaliknya. Pengujian ini dilakukan terhadap data supervisi kepala sekolah, iklim organisasi dan kinerja pendidik. Untuk uji kenormalan dari sampel dapat dilakukan dengan bantuan uji Shipiro-Wilk, Kolmogrov - Smirnov dan Liliefors serta gambar normal Probability Plots. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai Sig (Signifikansi) atau nilai probalitas  $< 0,05$ , maka data berdistribusi tidak normal.
- b. Jika nilai Sig (Signifikansi) atau nilai probalitas  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal. (Widiyanto, 2015)

Ho: sampel berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha: sampel tidak berasal dari populasi berdistribusi normal

Hal ini bermakna  $H_0$  diterima jika data berdistribusi normal dengan indikasi jika Asymptotic Significance lebih besar dari taraf nyata  $\alpha = 0.05$ . tetapi sebaliknya  $H_0$  ditolak jika distribusi data tidak normal.

## 2. Uji Homogenitas

Tujuan uji homogenitas sampel adalah untuk mengetahui kondisi data sampel yang diperoleh merupakan sampel berasal dari populasi bervariasi homogen atau tidak homogen. Pengujian homogenitas data dari sampel menggunakan teknik uji analisis One - Way Anova. Kriteria uji homogenitas data dari sampel adalah jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka variansi setiap sampel homogen dan ( $H_a$ ) ditolak, dan jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka variansi setiap sampel tidak homogen dan ( $H_0$ ) diterima. Hipotesis yang diuji adalah:

$H_0$ : Varian populasi homogen

$H_a$ : Varian populasi adalah tidak homogen

## 3. Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dalam penelitian ini untuk melihat apakah ada hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap variabel pelanggan Gojek ( $Y$ ) dan hubungan antara variabel Pemanfaatan Teknologi ( $X_2$ ) terhadap variabel pelanggan Gojek ( $Y$ ). Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika nilai probabilitasnya  $> 0.05$ , maka dikatakan hubungan antara variabel  $X$  dengan  $Y$  adalah linier.
- b. Jika nilai probabilitasnya  $< 0.05$ , maka dikatakan hubungan antara variabel  $X$  dengan  $Y$  adalah tidak linier.

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah analisis data asosiatif, dengan teknik analisis data sebagai berikut :

## 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengertian regresi linier berganda menurut (Sugiyono, 2012) adalah analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependent, bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya). Dapat disimpulkan bahwa analisis regresi linier berganda berguna untuk mengukur antara pengaruh variabel bebas yang lebih dari satu, terhadap variabel terikat.

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

Keterangan :

a : Konstanta atau besarnya koefisien masing-masing variabel sama dengan no 1

Y : Kepuasan Pelanggan

X1 : Variabel Kualitas Pelayanan

X2 : Variabel Pemanfaatan Teknologi

b1 : Besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan

b2 : Pengaruh Pemanfaatan Teknologi

e : Faktor Pengganggu

## 2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang berguna untuk mengetahui apakah data yang digunakan telah memenuhi ketentuan dalam model regresi, pengujian ini meliputi:

### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat model regresi variabel, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau

grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Pada uji multikolinieritas menguji korelasi antar variabel bebas (motivasi dan komitmen) pada model regresi. Uji Multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen haruslah terbebas dari gejala multikolinieritas. Berikut ini kriteria untuk uji multikolinieritas, sebagai berikut:

- 1) Bila nilai Tolerance > 0,1 dan nilai VIF (Variance Inflation Factors) < 10, disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi.
- 2) Bila nilai Tolerance < 0,1 dan nilai VIF > 10, disimpulkan bahwa terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji model regresi terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Bila varians dari residual satu pengamatan kepada pengamatan lainnya tetap, dapat disebut homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Scatterplot*.

3. Uji Regresi Sederhana

Uji regresi sederhana merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Tujuan dari uji regresi sederhana ini ialah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat memiliki nilai positif atau negatif serta signifikan atau tidak signifikan. Rumus regresi sederhana yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel Kepuasan Pelanggan

X = Variabel Pemanfaatan Teknologi Dan Kualitas Layanan

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (t-test)

Setelah melakukan uji normalitas data, maka dilakukan pengujian statistik untuk menguji hipotesis. Jika data berdistribusi normal, maka uji statistik parametrik yang digunakan adalah *t-test*.

Langkah-langkah uji *T-Test* sebagai berikut :

- 1) Menentukan *level of significance* ( $\alpha = 5\%$ ) dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $n-1$ .
- 2) Menentukan *t* table berdasarkan derajat keyakinan sebesar 5%.
- 3) Membandingkan probabilitas ( $p$ ) thitung dan  $\alpha = 5\%$ .

Penarikan kesimpulan pada uji ini didasarkan pada :

- a) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , atau nilai probabilitas pada kolom *sig.(2-tailed)*  $< 0,05$ , maka  $H_a$  diterima.
- b) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , atau nilai probabilitas pada kolom *sig.(2-tailed)*  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak.

##### b. Uji Secara Simultan (Uji F test)

Uji F atau disebut juga dengan uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

- 1)  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $\text{sig F} < 0,05$  artinya variabel independen bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2)  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $\text{sig F} > 0,05$  artinya variabel independen bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen

##### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Sugiyono, 2016). Apabila  $R^2$  sama dengan 0, maka variasi variabel

independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel independen. Jika  $R^2$  sama dengan 1, maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.

Rumus untuk menghitung koefisien determinasi sebagai berikut :

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

Sumber : (Sugiyono, 2016)

Keterangan :

D = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Koefisien Korelasi Variabel Bebas dengan Variabel Terikat

100 % = Persentase Kontribusi

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum PT. GO-JEK Indonesia**

PT. GO-JEK Indonesia bermula ditahun 2010 didirikan oleh Nadiem Makarim sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon, GO-JEK kini telah tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistic, pembayaran, layan-antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya. GO-JEK adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja diberbagai sektor informal di Indonesia. GO-JEK bermitra dengan para pengendara ojek yang berpengalaman. Kegiatan GO-JEK bertumpu pada 3 nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial.

Para *driver* GO-JEK mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra dengan mendapatkan akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi kami. Mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, akses kepada lembaga keuangan dan asuransi, cicilan otomatis yang terjangkau, serta berbagai fasilitas yang lain. GO-JEK telah resmi beroperasi di 25 kota besar di Indonesia, termasuk Medan, Batam, Palembang, Pekanbaru, Jambi, Padang, Bandar Lampung, Jabodetabek, Bandung, Sukabumi, Yogyakarta, Semarang, Pontianak, Banjarmasin, Manado, Makassar, Denpasar, Mataram dengan rencana pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang. Adapun layanan yang diberikan oleh PT. GO-JEK Indonesia, yaitu GO-RIDE, GO-CAR, GO-FOOD, GO-BLUEBIRD, GO-SEND, GO-PULSA, GO-WIN, GO-SHOP, GO-MART GO-TIX, GO-BOX, GO-MASSAGE, GO-CLEAN, GO-GLAM, GO-MED, GOBUS.

Visi PT. GO-JEK Indonesia membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan kegiatan

sehari-hari seperti pengiriman dokumen, belanja harian dengan menggunakan jasa kurir, serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia.

Misi PT. GO-JEK Indonesia adalah sebagai berikut:

- Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
- Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan
- Membuka lapangan kerja selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia.
- Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial
- Menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait dengan usaha ojek online

## 2. Deskripsi Penelitian

Berdasarkan sampel dari penelitian ini, penulis melakukan penelitian kepada mahasiswa MBS (Manajemen Bisnis Syariaah) Semester VIII Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang menggunakan jasa transportasi GO-JEK. Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengelolaan data dalam bentuk kuesioner 11 pernyataan kualitas layanan (X1), 11 pernyataan pemanfaatan teknologi (X2) dan 11 pernyataan untuk kepuasan pelanggan GO-JEK yang disebarakan kepada 101 Responden dan yang menjawab google form dari mahasiswa MBS sebanyak 51 orang dan menjadi sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert.

### a. Karakteristik Responden

Dibawah ini peneliti akan menguraikan penyajian data dalam berbagai karakteristik.

- 1) Penyajian data berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|--------|------------|
| Laki-Laki     | 15     | 29,41%     |

|           |    |        |
|-----------|----|--------|
| Perempuan | 36 | 70,58% |
| Total     | 51 | 100%   |

Sumber : Data Primer yang diolah 2023

Berdasarkan hasil tabel di atas maka dapat dilihat bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 15 orang dengan presentase 29,41%, sedangkan perempuan berjumlah 36 orang dengan presentase sebesar 70,58%. Ini dapat diartikan bahwa pelanggan GO-JEK lebih dominan berjenis kelamin perempuan.

## 2) Penyajian data berdasarkan usia

**Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia**

| Usia      | Jumlah | Persentase |
|-----------|--------|------------|
| 21 Tahun  | 2      | 3,92%      |
| 22 Tahun  | 36     | 70,58%     |
| 23 Tahun  | 12     | 23,52%     |
| >24 Tahun | 1      | 1,96%      |
| Total     | 51     | 100%       |

Sumber : Data Primer yang diolah 2023

Berdasarkan hasil tabel di atas maka dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan usia 21 tahun berjumlah 2 orang dengan presentase 3,92%, usia 22 tahun berjumlah 36 orang dengan presentase 70,58% dan usia >24 tahun berjumlah 1 orang dengan presentase 1,96%. Dengan demikian tingkat usia yang paling potensial adalah usia 22 tahun.

## 3) Penyajian data berdasarkan pengguna aplikasi

**Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pengguna Aplikasi**

| <b>Aplikasi</b> | <b>Jumlah</b> |
|-----------------|---------------|
| GO-JEK          | 45            |
| GRAB            | 36            |
| MAXIM           | 5             |

Sumber : Data Primer yang diolah 2023

Berdasarkan hasil tabel di atas maka dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menggunakan aplikasi GO-JEK adalah sebanyak 45 orang, akan tetapi setiap yang menggunakan aplikasi GO-JEK responden juga mempunyai aplikasi yang seperti GRAB maupun dengan aplikasi yang baru seperti MAXIM dan Indriver.

#### **b. Deskripsi Variabel**

Untuk menerangkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian maka dilakukan analisis terhadap tanggapan yang diberikan oleh responden berkaitan dengan pernyataan yang disebarkan terdiri dari 33 item pernyataan yaitu 11 pernyataan kualitas pelayanan (X1), 11 pemanfaatan teknologi (X2) dan 11 item pernyataan kepuasan pelanggan GO-JEK di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Semester VIII.

##### **1) Kualitas Layanan (X1)**

**Tabel 4.5 Skor Variabel Kualitas Layanan**

| <b>Alternatif Jawaban</b> |            |          |           |          |           |          |          |          |           |          |               |          |
|---------------------------|------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|----------|-----------|----------|---------------|----------|
| <b>No Item</b>            | <b>STS</b> |          | <b>TS</b> |          | <b>KS</b> |          | <b>S</b> |          | <b>SS</b> |          | <b>Jumlah</b> |          |
|                           | <b>F</b>   | <b>%</b> | <b>F</b>  | <b>%</b> | <b>F</b>  | <b>%</b> | <b>F</b> | <b>%</b> | <b>F</b>  | <b>%</b> | <b>F</b>      | <b>%</b> |
| 1                         | 0          | 0%       | 2         | 3,92%    | 8         | 15,68%   | 27       | 52,94%   | 14        | 27,45%   | 51            | 100%     |

|    |   |       |   |       |    |        |    |        |    |        |    |      |
|----|---|-------|---|-------|----|--------|----|--------|----|--------|----|------|
| 2  | 1 | 1,96% | 0 | 0%    | 10 | 19,60% | 24 | 47,05% | 16 | 31,37% | 51 | 100% |
| 3  | 0 | 0%    | 2 | 3,92% | 15 | 29,41% | 27 | 52,94% | 8  | 15,68% | 51 | 100% |
| 4  | 0 | 0%    | 2 | 3,92% | 12 | 23,52% | 32 | 62,74% | 5  | 9,80%  | 51 | 100% |
| 5  | 1 | 1,96% | 3 | 5,88% | 10 | 19,60% | 29 | 56,86% | 9  | 17,64% | 51 | 100% |
| 6  | 1 | 1,96% | 3 | 5,88% | 13 | 25,49% | 27 | 52,94% | 9  | 17,64% | 51 | 100% |
| 7  | 0 | 0%    | 0 | 0%    | 9  | 17,64% | 21 | 41,17% | 21 | 41,17% | 51 | 100% |
| 8  | 0 | 0%    | 1 | 1,96% | 14 | 27,45% | 21 | 41,17% | 15 | 29,41% | 51 | 100% |
| 9  | 0 | 0%    | 5 | 9,80% | 12 | 23,52% | 24 | 47,05% | 11 | 21,56% | 51 | 100% |
| 10 | 0 | 0%    | 5 | 9,80% | 6  | 11,76% | 29 | 56,86% | 11 | 21,56% | 51 | 100% |
| 11 | 0 | 0%    | 2 | 3,92% | 14 | 27,45% | 18 | 35,29% | 17 | 33,33% | 51 | 100% |

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka data diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawab responden tentang GO-JEK menggunakan kendaraan yang baik, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 52,94% yaitu sejumlah 27 orang.
- 2) Jawab responden tentang GO-JEK melengkapi atribut kendaraan sesuai standar Kepolisian Republik Indonesia, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 47,05% yaitu sejumlah 24 orang.
- 3) Jawab responden tentang GO-JEK meberikan atribut kepada pelanggan atau penumpang seperti helm dan jas hujan, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 52,94% yaitu sejumlah 27 orang.
- 4) Jawab responden tentang Driver GO-JEK memiliki keterampilan dan handal dalam berkendara, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 62,74% yaitu sejumlah 32 orang.



|    |   |       |    |        |    |        |    |        |    |        |    |      |
|----|---|-------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|------|
| 1  | 0 | 0%    | 0  | 0%     | 3  | 5,88%  | 23 | 45,08% | 25 | 49,01% | 51 | 100% |
| 2  | 0 | 0%    | 0  | 0%     | 12 | 23,52% | 23 | 45,08% | 16 | 31,37% | 51 | 100% |
| 3  | 0 | 0%    | 1  | 1,96%  | 15 | 29,41% | 23 | 45,08% | 12 | 23,52% | 51 | 100% |
| 4  | 0 | 0%    | 14 | 27,45% | 9  | 17,64% | 19 | 37,25% | 9  | 17,64% | 51 | 100% |
| 5  | 1 | 1,96% | 4  | 7,84%  | 8  | 15,68% | 23 | 45,08% | 14 | 27,45% | 51 | 100% |
| 6  | 1 | 1,96% | 3  | 5,88%  | 11 | 21,56% | 27 | 52,94% | 9  | 17,64% | 51 | 100% |
| 7  | 0 | 0%    | 0  | 0%     | 8  | 15,68% | 20 | 39,21% | 23 | 45,08% | 51 | 100% |
| 8  | 0 | 0%    | 1  | 1,96%  | 8  | 15,68% | 22 | 43,13% | 20 | 39,21% | 51 | 100% |
| 9  | 0 | 0%    | 4  | 7,84%  | 12 | 23,52% | 23 | 45,08% | 12 | 23,52% | 51 | 100% |
| 10 | 0 | 0%    | 1  | 1,96%  | 10 | 19,60% | 24 | 47,05% | 16 | 31,37% | 51 | 100% |
| 11 | 0 | 0%    | 3  | 5,88%  | 4  | 7,84%  | 17 | 33,33% | 27 | 52,94% | 51 | 100% |

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka data diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawab responden tentang Aplikasi GO-JEK mudah dipahami, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 45,08% yaitu sejumlah 23 orang.
- 2) Jawab responden tentang Pemesanan cukup menggunakan handphone, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 45,08% yaitu sejumlah 23 orang.
- 3) Jawab responden tentang Aplikasi GO-JEK yang digunakan akurat dalam pembacaan lokasi penjemputan dan lokasi pengantaran pelanggan, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 45,08% yaitu sejumlah 23 orang.
- 4) Jawab responden tentang Driver dan pelanggan dapat berkomunikasi dengan aplikasi GO-JEK, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 37,25% yaitu sejumlah 19 orang.

- 5) Jawab responden tentang Pembayaran dapat dilakukan dengan via dana, ovo dan mata uang digital lainnya, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 45,08% yaitu sejumlah 23 orang.
- 6) Jawab responden tentang Transfortasi GO-JEK menjadi pilihan pertama ketiak saya hendak beraktivitas, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 52,94% yaitu sejumlah 27 orang.
- 7) Jawab responden tentang Saya akan tetap menggunakan GO-JEK karena pelayanan yang baik, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 45,08% yaitu sejumlah 23 orang.
- 8) Jawab responden tentang Saya memilih menggunakan tranportasi GO-JEK daripada aplikasi lainnya, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 43,13% yaitu sejumlah 22 orang.
- 9) Jawab responden tentang Dengan menggunakan GO-JEK memungkinkan saya lebih mudah beraktivitas, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 45,08% yaitu sejumlah 23 orang.
- 10) Jawab responden tentang Driver GO-JEK tidak terlalu lama datang menjemput penumpang, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 47,05% yaitu sejumlah 24 orang.
- 11) Jawab responden tentang Driver GO-JEK mengantarkan penumpang sesuai dengan titik yang ada di maps alikasi GO-JEK, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 52,94% yaitu sejumlah 27 orang.

### 3) Kepuasan Pelanggan (Y)

**Tabel 4.7 Skor Variabel Kepuasan Pelanggan**

| Alternatif Jawaban |     |    |    |    |    |       |    |        |    |        |        |      |
|--------------------|-----|----|----|----|----|-------|----|--------|----|--------|--------|------|
| No<br>Item         | STS |    | TS |    | KS |       | S  |        | SS |        | Jumlah |      |
|                    | F   | %  | F  | %  | F  | %     | F  | %      | F  | %      | F      | %    |
| 1                  | 0   | 0% | 0  | 0% | 4  | 7,84% | 22 | 43,13% | 25 | 49,01% | 51     | 100% |

|    |   |       |   |       |    |        |    |        |    |        |    |      |
|----|---|-------|---|-------|----|--------|----|--------|----|--------|----|------|
| 2  | 0 | 0%    | 0 | 0%    | 12 | 23,52% | 23 | 45,08% | 16 | 31,37% | 51 | 100% |
| 3  | 1 | 1,96% | 4 | 7,84% | 17 | 33,33% | 19 | 37,25% | 10 | 19,60% | 51 | 100% |
| 4  | 0 | 0%    | 3 | 5,88% | 12 | 23,52% | 25 | 49,01% | 11 | 21,56% | 51 | 100% |
| 5  | 0 | 0%    | 1 | 1,96% | 14 | 27,45% | 28 | 54,90% | 8  | 15,68% | 51 | 100% |
| 6  | 1 | 1,96% | 3 | 5,88% | 13 | 25,49% | 25 | 49,01% | 9  | 17,64% | 51 | 100% |
| 7  | 0 | 0%    | 2 | 3,92% | 11 | 21,56% | 20 | 39,21% | 18 | 35,29% | 51 | 100% |
| 8  | 0 | 0%    | 1 | 1,96% | 8  | 15,68% | 25 | 49,01% | 17 | 33,33% | 51 | 100% |
| 9  | 0 | 0%    | 0 | 0%    | 10 | 19,60% | 27 | 52,94% | 14 | 27,45% | 51 | 100% |
| 10 | 0 | 0%    | 1 | 1,96% | 14 | 27,45% | 21 | 41,17% | 9  | 17,64% | 51 | 100% |
| 11 | 0 | 0%    | 1 | 1,96% | 6  | 11,76% | 18 | 35,29% | 26 | 50,98% | 51 | 100% |

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka data diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawab responden tentang Saya berkeinginan untuk menggunakan jasa transportasi Go-Jek lagi, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 49,01% yaitu sejumlah 25 orang.
- 2) Jawab responden tentang Saya merasa puas dengan pelayanan driver Go-Jek yang ramah, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 45,08% yaitu sejumlah 23 orang.
- 3) Jawab responden Saya akan merekomendasikan transportasi Go-Jek kepada orang terdekan dan olrang lain, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 37,25% yaitu sejumlah 19 orang.
- 4) Jawab responden tentang Saya merasa puas aka komunikasi driver jika terjadi masalah pemesanan, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 49,01% yaitu sejumlah 25 orang.

- 5) Jawab responden tentang Saya merasa aman dan nyaman ketika jadi penumpang karena menggunakan sefti yang baik, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 54,90% yaitu sejumlah 28 orang.
- 6) Jawab responden tentang Saya merasa puas dengan aplikasi GO-JEK yang mudah dimengerti, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 49,01% yaitu sejumlah 25 orang.
- 7) Jawab responden tentang Saya terbantu dengan keberadaan GO-JEK di sekitar UMSU, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 35,29% yaitu sejumlah 18 orang.
- 8) Jawab responden tentang Saya merasa puas dengan kondisi kendaraan yang digunakan GO-JEK, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 49,01% yaitu sejumlah 25 orang.
- 9) Jawab responden tentang Saya membutuhkan GO-JEK dalam aktivitas sehari-hari, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 52,94% yaitu sejumlah 27 orang.
- 10) Jawab responden tentang Pengadara GO-JEK selalu mengutamakan keselamatan pelanggan dalam berkendara, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 41,17% yaitu sejumlah 21 orang.
- 11) Jawab responden tentang GO-JEK selalu memberikan diskon pada hari-hari besar, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 50,98% yaitu sejumlah 26 orang.

### **c. Teknik Analisis Data**

#### **1) Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuesioner atau skala yang ingin diukur valid atau tidaknya. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, jika  $r_{hitung} <$

$r_{\text{tabel}}$  atau nilai signifikan  $< 0,05$  maka pertanyaan dikatakan valid dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah  $0,05$  dengan  $N=51$ . Sedangkan untuk mendapatkan  $r_{\text{tabel}}$  dilakukan dengan melihat tabel *product moment* dengan  $df=N-2$ . Dalam penelitian ini jumlah responden 95 sehingga  $df= 51-2= 49$ , maka besar  $r_{\text{tabel}}$  adalah  $0,232$ .

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas layanan (X1)**

| Variabel                 | Pernyataan  | $r_{\text{hitung}}$ | $r_{\text{tabel}}$ | Keterangan |
|--------------------------|-------------|---------------------|--------------------|------------|
| Kualitas Layanan<br>(X1) | Indikator 1 | 0,533               | 0,232              | Valid      |
|                          | Indikator 2 | 0,753               |                    | Valid      |
|                          | Indikator 3 | 0,723               |                    | Valid      |
|                          | Indikator 4 | 0,593               |                    | Valid      |
|                          | Indikator 5 | 0,693               |                    | Valid      |
|                          | Indikator 6 | 0,675               |                    | Valid      |
|                          | Indikator 7 | 0,381               |                    | Valid      |
|                          | Indikator 8 | 0,413               |                    | Valid      |
|                          | Indikator 9 | 0,588               |                    | Valid      |

|  |              |       |  |       |
|--|--------------|-------|--|-------|
|  | Indikator 10 | 0,361 |  | Valid |
|  | Indikator 11 | 0,380 |  | Valid |

Sumber : Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas atas kualitas layanan, bahwa dari 11 item yang diteliti, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid sebab memiliki nilai *corrected item total correlation* diatas dari 0,232.

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Validitas Variabel Pemanfaatan Teknologi (X2)**

| Variabel                      | Pernyataan  | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|-------------------------------|-------------|--------------|-------------|------------|
| Pemanfaatan<br>Teknologi (X2) | Indikator 1 | 0,414        | 0,232       | Valid      |
|                               | Indikator 2 | 0,487        |             | Valid      |
|                               | Indikator 3 | 0,631        |             | Valid      |
|                               | Indikator 4 | 0,704        |             | Valid      |
|                               | Indikator 5 | 0,373        |             | Valid      |
|                               | Indikator 6 | 0,533        |             | Valid      |
|                               | Indikator 7 | 0,617        |             | Valid      |

|  |              |       |  |       |
|--|--------------|-------|--|-------|
|  | Indikator 8  | 0,626 |  | Valid |
|  | Indikator 9  | 0,655 |  | Valid |
|  | Indikator 10 | 0,459 |  | Valid |
|  | Indikator 11 | 0,384 |  | Valid |

Sumber : Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas atas pemanfaatan teknologi, bahwa dari 11 item yang diteliti, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid sebab memiliki nilai *corrected item total correlation* diatas dari 0,232.

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

| Variabel               | Pernyataan  | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|------------------------|-------------|--------------|-------------|------------|
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Indikator 1 | 0,341        | 0,232       | Valid      |
|                        | Indikator 2 | 0,393        |             | Valid      |
|                        | Indikator 3 | 0,491        |             | Valid      |
|                        | Indikator 4 | 0,539        |             | Valid      |
|                        | Indikator 5 | 0,552        |             | Valid      |

|  |              |        |  |       |
|--|--------------|--------|--|-------|
|  | Indikator 6  | 0,416  |  | Valid |
|  | Indikator 7  | 0,598  |  | Valid |
|  | Indikator 8  | 0,505  |  | Valid |
|  | Indikator 9  | 0, 646 |  | Valid |
|  | Indikator 10 | 0,552  |  | Valid |
|  | Indikator 11 | 0,415  |  | Valid |

Sumber : Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas atas kepuasan pelanggan, bahwa dari 11 item yang diteliti, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid sebab memiliki nilai *corrected item total correlation* diatas dari 0,232.

## 2) Uji Reabilitas

Dalam mengukur reabilitas penelitian ini menggunakan koefisien alpha atau *Cronbach'S Alpha* atau koefisien internal diantara item-item pertanyaan dalam sebuah instrumen. Menurut Sugiono (2008) dalam suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 dan apabila hasil tersebut sebaliknya, maka dinyatakan tidak *reliable*. Berikut hasil uji reabilitas pada setiap variabel yang dilakukan peneliti :

**Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas Variabel**

| <b>Variabel</b>       | <b><i>Cronbach'S<br/>Alpha</i></b> | <b><i>N of Item</i></b> | <b><i>Alpha</i></b> | <b>Keterangan</b> |
|-----------------------|------------------------------------|-------------------------|---------------------|-------------------|
| Kualitas Layanan      | 0.775                              | 11                      | 0,60                | Reliabel          |
| Pemanfaatan Teknologi | 0.734                              | 11                      | 0,60                | Reliabel          |
| Kepuasan Pelanggan    | 0.717                              | 11                      | 0,60                | Reliabel          |

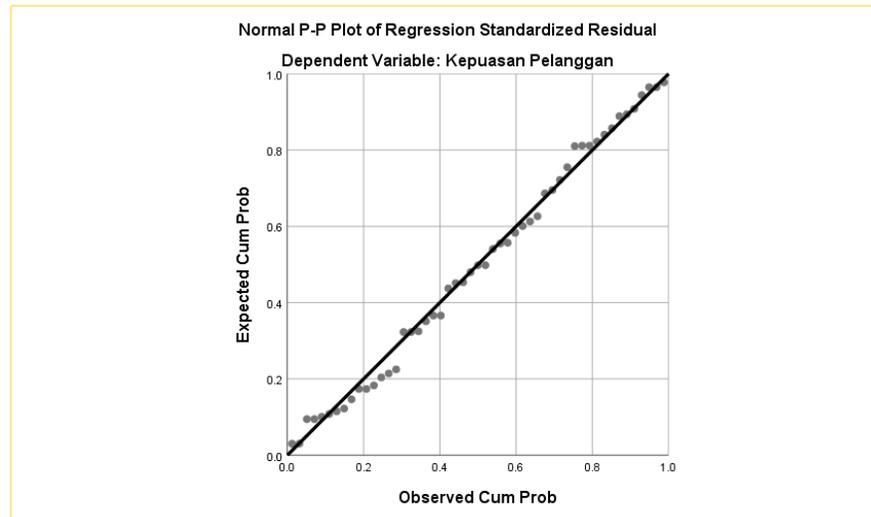
*Sumber : Data diolah penulis 2023*

Berdasarkan tabel 4.10 nilai *cronbach Alpha* pada variabel kualitas layanan (X1) adalah 0,775 dan pemanfaatan teknologi (X2) adalah 0,734, dan nilai *cronbach Alpha* pada variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah 0,692. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X dan Y reliabel.

#### **d. Uji Asumsi Klasik**

##### **1) Uji Normalitas**

Menurut Imam Ghozali (2011) model regresi berdistribusi normal jika data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Dapat disimpulkan dengan melihat gambar dibawah ini data yang digunakan berdistribusi normal.



Sumber : Data diolah penulis 2023

**Gambar 4. 1 Uji Normalitas**

## 2) Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Cara medeteksi adanya multikolinieritas adalah dnegan mengamati nilai *Variace Inflation Factro* (VIF) dan Tolerance. Batas VIF adalah 10 dan nilai dari dari Tolerance adalah 0,1. Jika nila VIF lebih besar dari 10 dan nilai Tolerance kurang dari 0,1 maka terjadi multikolinieritas maka variabel tersebut harus dikeluarkan dari model penelitian (Ghozali, 2011). Berikut merupakan tabel hasil dari hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS (Statitital Pogram for Social Science) versi 25 Statistic :

**Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas**

| Coefficients <sup>a</sup> |                       |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                     |                       | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |                       | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)            | 9.440                       | 4.120      |                           | 2.291 | .026 |                         |       |
|                           | Kualitas Layanan      | .387                        | .117       | .401                      | 3.318 | .002 | .684                    | 1.462 |
|                           | Pemanfaatan Teknologi | .365                        | .106       | .416                      | 3.439 | .001 | .684                    | 1.462 |

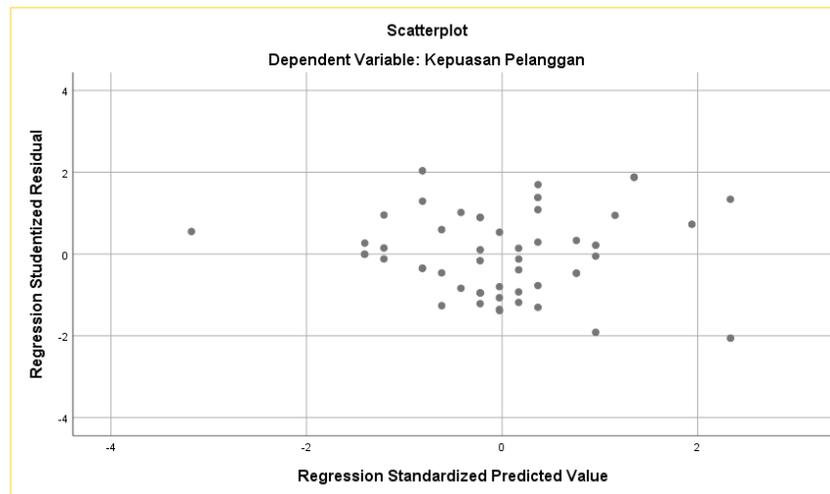
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah penulis 2023

Melihat tabel 4.12 dapat diketahui bahwa variabel penelitian tersebut nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model tersebut tidak terdapat multikolinieritas.

### 3) Uji Heterokondensitas

Mendeteksi adanya heterokedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik regresi. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y atau sumbu vertikal, maka model regresi bersifat homogen atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan pada gambar 4.2 diatas dibawah bahwa data yang menyebar secara acak dan dapat disimpulkan bahwa tidak adanya terjadi heteroskedastisitas. Menurut Imam Ghozali (2011) tidak terjadi heterokondensitas, jika tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) pada gambar scatterplot, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Dapat disimpulkan bahawa tidak terjadi heterokondensitas dengan melihat gambar dibawah ini.



Sumber : Data Spss diolah Penulis 2023

**Gambar 4.2 Multivariate Standardized Scatterplot**

Suatu model regresi dikatakan baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi sebuah heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Secara grafis dapat dilihat apakah terjadi problem heteroskedastisitas atau tidak yakni dengan melihat dari *Multivariate Standardized Scatterplot*.

#### 4) Uji Autokorelasi

**Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | .503 <sup>a</sup> | .253     | .222              | 3.837                      | 1.407         |

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Teknologi, Kualitas Layanan  
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Spss diolah Penulis 2023

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai untuk Durbin Watson adalah 1,407, sesuai dengan ketentuan bahwa,

1. Jika  $d < dL$ , maka ini terjadi autokorelasi positif.
2. Jika  $dU < d < 4-dU$ , maka ini tidak terjadi autokorelasi.
3. Jika  $4-dL < d$ , maka ini terjadi autokorelasi negative.

Seperti yang diketahui bahwa nilai dari Durbin Watson adalah 1,407 dan hasil dari Durbin Watson ditemukan  $dU = 1,625$ , dan  $dL = 1.456$  dengan  $n = 51$  dan jumlah variable bebas ( $k=2$ ). Karena Durbin Watson terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU) = 1,456 < 1.625 < 2,593$ , maka dapat disimpulkan bahwa kita tidak bisa menolak  $H_0$  (gagal tolak  $H_0$ ), yang artinya Tidak Ada Autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negative pada data yang diuji.

#### e. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu persamaan yang menggambarkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Atau digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau parsial antara independen (X) dan variabel dependen (Y). Dan berikut hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini yang menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 25 Statistic :

**Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                       |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                     |                       | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |                       | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)            | 25.482                      | 7.311      |                           | 3.485 | .001 |                         |       |
|                           | Kualitas Layanan      | .431                        | .107       | .503                      | 4.021 | .000 | .992                    | 1.008 |
|                           | Pemanfaatan Teknologi | .000                        | .117       | .000                      | .002  | .998 | .992                    | 1.008 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pada hasil penelitian bahwa yang ditetapkan dalam derajat kebebasan  $df = (n-k-2)$ ,  $df = (51-2-1) = 48$  dengan taraf tingkat signifikan 5% (0.05), maka nilai  $t_{tabel}$  adalah sebesar 2,010 berikut ini hasil uji t atau uji secara parsial :

1) Kualitas Layanan ( $X_1$ )

Kualitas Lelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y), karena nilai  $t_{tabel} > t_{hitung}$   
(4,021 > 2,010)

2) Pemanfaatan Teknologi ( $X_2$ )

Pemanfaatan teknologi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y), karena nilai nilai  
 $t_{tabel} > t_{hitung}$  (0,002 < 2,010)

Berdasarkan analisis regresi berganda didapat hasil faktor yang mempunyai pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah kualitas layanan ( $X_1$ ) sedangkan yang tidak mempengaruhi variabel Y adalah pemanfaatan teknologi ( $X_2$ ).

**f. Uji Hipotesis**

**1) Uji Parsial (F)**

Hipotesis adalah ada pengaruh antara variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) dan variabel pemanfaatan teknologi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Secara bersama-sama mempunyai pengaruh variabel X (kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ditetapkan  $df_1 = 2$ ,  $df_2 = 51$  dan tingkat taraf signifikan 5% (0,05), maka nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,190. Berikut ini merupakan hasil uji F (Simultan) :

**Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |       |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
| 1                  | Regression | 239.904        | 2  | 119.952     | 8.148 | .001 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 706.606        | 48 | 14.721      |       |                   |
|                    | Total      | 946.510        | 50 |             |       |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
b. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Teknologi, Kualitas Layanan

Sumber : Data diolah Penulis dengan SPSS 2023

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 8,148, sedangkan hasil  $F_{tabel}$  distribusi dengan tingkat signifikan 5% (0,05) adalah sebesar 3,190 Hal ini berarti  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $8,148 > 3,190$ ), maka ada alasan yang kuat bahwa pada  $H_3$  diterima yang berarti terdapat pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan terhadap  $Y$ .

## 2) Uji $R^2$ (Determinasi)

Uji  $R^2$  digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga dihitung koefisien determinasi ( $k_d$ ) dengan asumsi-asumsi faktor lain diluar variabel dan dianggap konstan atau tetap. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil dapat diartikan bahwa kemampuan variabel bebas (kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi) dalam menjelaskan variabel terikat (kepuasan pelanggan) tergolong terbatas. Begitupun sebaliknya nilai yang mendekati satu diartikan variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

Tabel 4.16 Hasil Uji R<sup>2</sup>

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | .722 <sup>a</sup> | .521     | .501              | 2.924                      | 1.458         |

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Teknologi, Kualitas Layanan  
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah Penulis dengan SPSS 2023

Dilihat dari tabel 4.16 dapat diperoleh koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,501 atau 50,10% artinya variabel kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi mempengaruhi kepuasan GO-JEK 50,10%, sedangkan sisanya sebesar 49,90% dapat dijelaskan dari variabel lain diluar variabel penelitian.

### 3) Uji Independent t-test

Uji independent sample t Test digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan rata-rata dua sampel yang tidak berpasangan. Persyaratan pokok dalam uji independen sampe t test adalah data berdistribusi normal dan homogen (tidak mutlak). Dari hasil analisis uji normalitas dan uji homogenitas maka kesimpulan yang diperoleh adalah data berdistribusi normal dan homogen. Uji independen sample t test dalam penelitian ini dipakai untuk menjawab rumusan masalah “Apakah terdapat perbedaan setelah menerapkan kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepusan pelanggan?”. Hasil uji perbedaan data pada penelitian akan ditampilkan pada tabel berikut.

**Tabel 4. 17 Uji Independen Sampel Test**

| Independent Samples Test |                             |   |      |                              |        |                 |                 |                       |   |       |
|--------------------------|-----------------------------|---|------|------------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|-------|
|                          |                             | Levene's Test for Equality of Variances |      | t-test for Equality of Means |        |                 |                 |                       |   |       |
|                          |                             | F                                       | Sig. | t                            | df     | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |       |
|                          |                             |   |      |                              |        |                 |                 |                       | Lower                                     | Upper |
| Hasil                    | Equal variances assumed     | .267                                    | .606 | .682                         | 100    | .497            | .608            | .891                  | -1.160                                    | 2.376 |
|                          | Equal variances not assumed |   |      | .682                         | 99.576 | .497            | .608            | .891                  | -1.160                                    | 2.376 |

Berdasarkan output diatas diperoleh nilai Sig. (2-tailed) sebesar  $0,497 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan rata-rata hasil setelah menggunakan kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 4. 18 Uji Group Statistik**

| Group Statistics |                            |    |       |                |                 |
|------------------|----------------------------|----|-------|----------------|-----------------|
| Variabel         |                            | N  | Mean  | Std. Deviation | Std. Error Mean |
| Hasil            | Kualitas Layanan (X1)      | 51 | 44.71 | 4.645          | .650            |
|                  | Pemanfaatan Teknologi (X2) | 51 | 44.10 | 4.351          | .609            |

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa terdapat nilai rata-rata atau mean pada kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi sebesar 46,45 dan 43,51. Nilai tersebut dapat diartikan pada rata-rata setelah dilakukan kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi lebih tinggi sebelum dilakukan atau dilaksanakan terhadap kepuasan pelanggan. Dari paparan tersebut maka dapat di simpulkan jika:

$H_0$  : Ada perbedaan rata-rata dengan menerapkan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Go-Jek dibandingkan dengan sebelum dilakukan kualitas pelayanan.

$H_1$  : Tidak ada perbedaan rata-rata dengan menerapkan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan pelanggan PT. Go-Jek dibandingkan dengan sebelum dilakukan kualitas pelayanan.

Maka dapat di simpulkan bahwa Ada perbedaan rata-rata dengan menerapkan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Go-Jek dibandingkan dengan

sebelum dilakukan kualitas pelayanan. Tidak ada perbedaan rata-rata dengan menerapkan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan pelanggan PT. Go-Jek dibandingkan dengan sebelum dilakukan kualitas pelayanan. Dalam kesimpulan hipotesis di atas menunjukkan bahwa rata-rata dengan kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi sebesar 46,45 dan kepuasan pelanggan sebesar 43,51.

## **B. Pembahasan**

Dari hasil yang dilakukan oleh peneliti yang diperoleh melalui uji secara statistic menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GO-JEK

### **1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan GO-JEK**

Berdasarkan hasil uji regresi berganda uji hipotesis didapatkan hasil penelitian yaitu  $t_{hitung}$  4,021 lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,010 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GO-JEK. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H1) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan GO-JEK.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diterapkan oleh GO-JEK, maka semakin menarik minat pelanggan menggunakan jasa transportasi GO-JEK. Pelanggan beranggapan bahwa kualitas layanan yang diterapkan oleh PT. GO-JEK Indonesia adalah pelanggan adalah raja. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Ulfa (2017).

### **2. Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan GO-JEK**

Berdasarkan hasil uji regresi berganda uji hipotesis didapatkan hasil penelitian yaitu hasil penelitian  $t_{hitung}$  0,002 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  2,010 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,998 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GO-JEK. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa hipotesis (H2) yang menyatakan pemanfaatan teknologi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan GO-JEK.

Artinya perusahaan PT. GO-JEK Indonesia sudah menggunakan teknologi sebagaimana permintaan jasa transportasi yang dibutuhkan pelanggan. Tuntu akan teknologi tersebut dari awal sudah mengikuti teknologi dan *smart Phone*. Pemanfaatan teknologi untuk menjalankan perusahaan yang bergerak dibidang *mobile* merupakan jantung utama dalam menjalankan perusahaan. Akan tetapi perusahaan seperti GO-JEK yang telah terhubung ke *mobile* atau *smart phone* membutuhkan kualitas pelayanan untuk eksistensi perusahaan tersebut.

### **3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan GO-JEK**

Berdasarkan hasil penelitian secara simultan (uji F) yang menunjukkan bahwa Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  diperoleh  $8,148 > 3,090$  artinya positif. Sementara nilai p-value diperoleh pada kolom sig  $0.000 < 0.05$  artinya signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi secara simultan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. GO-JEK Indonesia di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Semester VIII dan hipotesis ketiga (H3) diterima.

Hasil perhitungan koefisien determinasi, dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,501. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 50,10% kepuasan pelanggan (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi. Sisanya sebesar 49,90% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Rasyid (2017) dengan judul penelitian “pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Go-Jek” dengan hasil uji simultan hasil adanya hubungan kausal yang signifikan atas Kualitas Layanan dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Go-Jek di Jakarta. Hal ini menandakan pelanggan Go-Jek yang terpuaskan atas pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi yang selama ini diberikan dapat menjadikan

sikap loyalitas mereka tumbuh terhadap jasa layanan dan akan terus menggunakan jasa layanan tersebut.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan GO-JEK (Studi Kasus Mahasiswa Semester viii Manajemen Bisnis Syariah PAI UMSU)

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Secara statistik pengujian ini membuktikan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GO-JEK. Hasil penelitian menunjukkan nilai kualitas layanan berpengaruh secara parsial dan signifikan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel pemanfaatan teknologi terhadap variabel kepuasan pelanggan. Secara statistik pengujian ini membuktikan bahwa variabel pemanfaatan teknologi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada GO-JEK. Hasil penelitian menunjukkan nilai pemanfaatan teknologi tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).
3. Berdasarkan hasil penelitian secara simultan (uji F) yang menunjukkan bahwa secara simultan antara kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi (variabel bebas) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (variabel terikat). serta hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima.

#### **B. Saran**

Berdasarkan pada pembahasan dan kesimpulan yang dikemukakan, maka saran yang perlu disampaikan yakni :

1. Menyarankan agar mempertahankan kualitas layanan dengan bukti nyata yang dilakukan oleh *driver* GO-JEK. Seperti pelatihan kualitas layanan yang baik kepada konsumen PT. GO-JEK Indonesia.
2. Peneliti menyarankan ketika terjadi masalah pemesanan driver membantu pelanggan dengan baik dan sopan untuk kenyamanan pelanggan.
3. Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan membuat perbandingan lebih dari dua variabel yang mendukung kepuasan pelanggan PT. GO-JEK Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asrizal Efendy Nasution, & Nasution, S. M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan, 2(1), 2021, Hal 142- 155, 2*(: Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya dan Kemudahan, keinginan konsumen), 14 pages. file:///C:/Users/Asus/Downloads/jurnal tm metopen/5. Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya 2021.pdf
- Aswari, A. (2018). Menyembuhkan atau semakin melukai: perkembangan teknologi transportasi umum jalan raya. *Dinamika Hukum, 18, 2*.
- Aziah, A., & Adawia, P. R. (2018). *Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif ( Studi Kasus PT Gojek Indonesia )*. 18(2), 149–156.
- Budiaji. (2013). *Skala Pengukuran dan Jumlah Responden Skala Likert*. Ilmu Pertanian Dan perikanan.
- Cahyani, G. . (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Febby Gita Cahyani*. 5(2007), 1–19.
- Darani dan Aulia Syahfitri, (2022), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop di Tinjau Dari Prespektif Islam Pada Home Industri Queennacollection, Jurnal: Sosial Ekonomi UMSU
- Deddo. (2017). Sejarah Transportasi Online di Indonesia. In *kaskus.co.id* (p. 1).
- Erica, D., & Rasyid, H. Al. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online di Jakarta. *Jurnal Prespektif, 19 No. 2(2)*, 168–176.

- Fandi Tjiptono, (2005), Pemasaran Jasa, Indikator Kepuasan Pelanggan, Malang: Bumerang Publishing
- Gelu, S. I., & Foeh, J. E. H. J. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan , Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Customer Value terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online ( Literature Review Manajemen Sumber Daya Manusia )*. 4(1), 30–43.
- Herdyanto, A. (2020). Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia. In *idntemes.com* (p. 1).
- Hijrayati. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berbelanja Online Di Lazada.Com (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Umsu). *Repository.Umsu.Ac.Id*. <http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/8684/SKripsi.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Isra Hayati, (2019), Pengaruh Dimensi Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan), *Jurnal: Ekonomi Islam UMSU*
- Juliandi. (2014). *Metedologi Penelitian Bisnis, Konsep Dan Aplikasi*. Umsu Press.
- Nailufar, N. (2020). Perkembangan Teknologi Transportasi. In *kompas.com* (p. 1).
- Prabowo, G. (2020). Perkembangan Teknologi Transportasi di Indonesia. In *kompas.com* (p. 2).
- Rahmawati, D. (2010). *Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pegawai Administrasi Dan Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Administrasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Lingkungan Fise Uny*. VIII(2), 18–31.
- Rasyid, H. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-jek. *Ecodemica*, 210-223.

- Saipurrohman. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Dan Grab Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung). *Repository.Ummat.Ac.Id.* <https://repository.ummat.ac.id/1526/1/cover>  
SKRIPSI.pdf
- Salsabila, F. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area)*.
- Salman Farisi dan Kohfi Romula Siregar, (2020) Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Tranfortasi Online di Kota Medan, *Jurnal: Magister Manajemen UMSU*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B.* (Alfabeta).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* PT. Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Administrasi.* CV Alvabeta.
- Taslimah, N. (2019). Hubungan antara kualitas pelayanan gojek dengan kepuasan konsumen pada mahasiswa psikologi universitas muhammadiyah surakarta. *UMS*, 19, 6. <http://eprints.ums.ac.id/73071/1/Naskah publikasi.pdf>
- Tjiptono, F. (2005). *Manajemen Jasa* (Bantu Medi).
- Tresiya, D., & Subagyo, H. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri.* 1(2), 208–224.
- Widiyanto, J. (2015). *SPSS For Windows* (:Laboratorium Komputr FKIP & U. M. Surakarta (eds.)).
- Widodo. (2015). *Metode Penelitian* (PT Raja Gr).
- Winarni. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif.* Bumi Aksara.

Zulfianto, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Pemanfaatan Teknolgi Informasi, E-servis Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Ojek Online Di Medan. *Artikel Ilmiah*.

Zulva, T. (2022). Pemanfaatan Ojek Online (Gojek) Pada Kalangan Mahasiswa. In *kompas.com* (p. 1).

# LAMPIRAN

## **Lampiran 1. Kuesioner Penelitian**

### **Kuesioner Penelitian**

Responden yang Terhormat,

Dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Agama Islam dan Manajemen Bisnis Syariah, saya meminta kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara (i) sejenak meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PEMANFATAN TEKNOLOGI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK (STUDI KASUS MAHASISWA SEMESTER VIII MANAJEMEN BISNIS SYARIAH FAI UMSU)”. Besar harapan saya bahwa Bapak/ Ibu/ Saudara (i) bersedia untuk memberikan tanggapan pernyataan dalam kuesioner dengan sebenar-benarnya. Data yang terkumpul nantinya akan dianalisis dan disajikan dalam bentuk keseluruhan (bukan individual). Jawaban yang diberikan tidak akan dinilai benar salahnya, melainkan sebagai informasi yang sangat bermanfaat untuk menentukan hasil penelitian yang saya lakukan. Sesuai dengan etika penelitian bahwa jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan tidak akan dipublikasikan.

Akhir kata saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara (i) mengisi kuesioner ini.

#### **IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Pengguna Aplikasi :

## **PETUNJUK PENGISIAN**

Pilihlah jawaban dengan memberi tanda (√) pada salah satu jawaban paling sesuai menurut Bapak/Ibu. Penilaian dilakukan berdasarkan skala berikut:

Sangat Setuju (ST) : 5

Setuju : 4

Kurang Setuju : 3

Tidak Setuju : 2

Sangat Tidak Setuju : 1

### **A. Variabel Kualitas Layanan (X1)**

| No | Pernyataan   | SS | S | N | TS | STS |
|----|--|----|---|---|----|-----|
| 1  | GO-JEK menggunakan kendaraan yang baik (a)   |    |   |   |    |     |
| 2  | GO-JEK melengkapi atribut kendaraan sesuai standar Kepolisian Republik Indonesia (a)     |    |   |   |    |     |
| 3  | GO-JEK memberikan atribut kepada pelanggan atau penumpang seperti helm dan jas hujan (a) |    |   |   |    |     |
| 4  | Driver GO-JEK memiliki keterampilan dan handal dalam berkendara (c)                      |    |   |   |    |     |
| 5  | GO-JEK menjemput dan mengantar penumpang sesuai titik lokasi penumpang (a)               |    |   |   |    |     |
| 6  | Waktu tempuh yang diberikan GO-JEK lebih cepat dan efektif (b)                           |    |   |   |    |     |

|    |   |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 7  | GO-JEK memberikan solusi apabila terjadi permasalahan ketika pelanggan melakukan pemesanan (c)      |  |  |  |  |  |
| 8  | Pihak kantor PT. GO-JEK Indonesia Sigap dalam melayani pelanggan yang bermasalah dalam aplikasi (a) |  |  |  |  |  |
| 9  | Driver memiliki pengetahuan dalam menjalankan tugasnya (c)  |  |  |  |  |  |
| 10 | Driver GO-JEK berkomunikasi baik dengan pelanggan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas (a)   |  |  |  |  |  |
| 11 | Driver GO-JEK meberikan ucapan terima kasih diakhir pelayanan (d)                                   |  |  |  |  |  |

### B. Pemanfaatan Teknologi (X2)

| No | Pernyataan  | SS | S | N | TS | STS |
|----|---|----|---|---|----|-----|
| 1  | Aplikasi GO-JEK mudah dipahami (a)  |    |   |   |    |     |
| 2  | Pemesanan cukup menggunakan handphone (a)   |    |   |   |    |     |
| 3  | Aplikasi GO-JEK yang digunakan akurat dalam pembacaan lokasi penjemputan dan lokasi pengantaran pelanggan (b) |    |   |   |    |     |
| 4  | Driver dan pelanggan dapat berkomunikasi dengan aplikasi GO-JEK (b)   |    |   |   |    |     |

|    |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 5  | Pembayaran dapat dilakukan dengan via dana, ovo dan lainnya sebagainya (c)                   |  |  |  |  |  |
| 6  | Transfortasi GO-JEK menjadi pilihan pertama ketika saya hendak beraktivitas (b)              |  |  |  |  |  |
| 7  | Saya akan tetap menggunakan GO-JEK karena pelayanan yang baik (d)                            |  |  |  |  |  |
| 8  | Saya memilih menggunakan tranportasi GO-JEK daripada aplikasi lainnya (b)                    |  |  |  |  |  |
| 9  | Dengan menggunakan GO-JEK memungkinkan saya lebih mudah beraktivitas (d)                     |  |  |  |  |  |
| 10 | Driver GO-JEK tidak terlalu lama datang menjemput penumpang (b)                              |  |  |  |  |  |
| 11 | Driver GO-JEK mengantarkan penumpang sesuai dengan titik yang ada di maps alikasi GO-JEK (a) |  |  |  |  |  |

### C. Kepuasan Pelanggan (Y)

| No | Pernyataan  | SS | S | N | TS | STS |
|----|---|----|---|---|----|-----|
| 1  | Saya berkeinginan untuk menggunakan jasa tranportasi Go-Jek lagi (a)                    |    |   |   |    |     |
| 2  | Saya merasa puas dengan pelayanan driver Go-Jek yang ramah (a)                          |    |   |   |    |     |
| 3  | Saya akan merekomendasikan tranportasi Go-Jek kepada orang terdekan dan olrang lain (b) |    |   |   |    |     |

|    |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 4  | Saya merasa puas akan komunikasi driver jika terjadi masalah pemesanan (b)               |  |  |  |  |  |
| 5  | Saya merasa aman dan nyaman ketika jadi penumpang karena menggunakan sefti yang baik (c) |  |  |  |  |  |
| 6  | Saya merasa puas dengan aplikasi GO-JEK yang mudah dimengerti (d)                        |  |  |  |  |  |
| 7  | Saya terbantu dengan keberadaan GO-JEK di sekitar UMSU (a)                               |  |  |  |  |  |
| 8  | Saya merasa puas dengan kondisi kendaraan yang digunakan GO-JEK (c)                      |  |  |  |  |  |
| 9  | Saya membutuhkan GO-JEK dalam aktivitas sehari-hari (d)                                  |  |  |  |  |  |
| 10 | Pengadara GO-JEK selalu mengutamakan keselamatan pelanggan dalam berkendara (a)          |  |  |  |  |  |
| 11 | GO-JEK selalu memberikan diskon pada hari-hari besar (d)                                 |  |  |  |  |  |

## Lampiran 2. Data Jawaban Responden

### 1. Kualitas Layanan ( $X_1$ )

| Resp | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | Total |
|------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-------|
| 1    | 4  | 4  | 3  | 3  | 2  | 4  | 5  | 3  | 2  | 4   | 5   | 39    |
| 2    | 5  | 5  | 3  | 3  | 3  | 4  | 5  | 3  | 2  | 4   | 5   | 42    |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 3  | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 45 |
| 4  | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 50 |
| 5  | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 6  | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 7  | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 48 |
| 8  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 |
| 9  | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 10 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 41 |
| 11 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 42 |
| 12 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 45 |
| 13 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 | 43 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 44 |
| 15 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 36 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 17 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 45 |
| 19 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 20 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 43 |
| 21 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 44 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 22 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 50 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 45 |
| 24 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 36 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 27 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 48 |
| 28 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 39 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 |
| 30 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 45 |
| 31 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 43 |
| 32 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 42 |
| 33 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 53 |
| 35 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 42 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 49 |
| 39 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 40 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 40 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 41 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 41 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 47 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 5 | 43 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 39 |
| 45 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 27 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 47 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 42 |
| 48 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 45 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 40 |
| 51 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 37 |

## 2. Pemanfaatan Teknologi (X<sub>2</sub>)

| Resp | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | Total |
|------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-------|
| 1    | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5   | 5   | 54    |
| 2    | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5   | 4   | 46    |
| 3    | 3  | 5  | 3  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4   | 2   | 37    |
| 4    | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 40    |
| 5    | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4   | 4   | 49    |
| 6    | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 45    |





|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 45 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 46 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 47 |
| 47 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 39 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 |
| 49 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 47 |
| 50 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 | 43 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 44 |

### 3. Kepuasan Pelanggan (Y)

| Resp | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | Total |
|------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-------|
| 1    | 5  | 5  | 5  | 4  | 3  | 3  | 5  | 5  | 4  | 3   | 5   | 47    |
| 2    | 5  | 5  | 5  | 4  | 3  | 3  | 5  | 5  | 4  | 3   | 5   | 47    |
| 3    | 5  | 3  | 3  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 50    |
| 4    | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 54    |
| 5    | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 38    |
| 6    | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3   | 5   | 41    |
| 7    | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3   | 4   | 39    |
| 8    | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4   | 4   | 42    |
| 9    | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4   | 4   | 42    |
| 10   | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 2  | 2  | 4   | 4   | 40    |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 11 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 40 |
| 12 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 40 |
| 13 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 39 |
| 14 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 41 |
| 15 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 17 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 41 |
| 18 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 45 |
| 20 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 40 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 40 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 54 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 46 |
| 24 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 41 |
| 25 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 47 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 47 |
| 28 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 54 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 31 | 5 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 46 |
| 32 | 5 | 3 | 2 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 39 |
| 33 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 46 |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 51 |
| 35 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 36 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 2 | 40 |
| 37 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 45 |
| 38 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 50 |
| 39 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 47 |
| 40 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 41 |
| 41 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 47 |
| 42 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 43 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 44 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 45 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 39 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 44 |
| 47 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 43 |
| 48 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 51 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 49 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 44 |
| 50 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 45 |
| 51 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 42 |

**Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas**

**1. Validitas**

**a. Kualitas Layanan**

**Correlations**

|       |                     | P01    | P02    | P03    | P04    | P05    | P06    | P07    | P08    | P09    | P10    | P11    | Total  |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| P01   | Pearson Correlation | 1      | .585** | .447** | .126   | .319*  | .127   | .194   | .065   | .242   | .243   | .089   | .553** |
|       | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .001   | .376   | .022   | .373   | .173   | .651   | .087   | .086   | .535   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P02   | Pearson Correlation | .585** | 1      | .575** | .193   | .431** | .600** | .237   | .208   | .256   | .227   | .273   | .753** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000   | .174   | .002   | .000   | .094   | .142   | .069   | .109   | .053   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P03   | Pearson Correlation | .447** | .575** | 1      | .299*  | .518** | .502** | -.023  | .121   | .568** | -.083  | .462** | .723** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .001   | .000   |        | .033   | .000   | .000   | .875   | .398   | .000   | .564   | .001   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P04   | Pearson Correlation | .126   | .193   | .299*  | 1      | .455** | .338*  | .209   | .384** | .315*  | .439** | -.039  | .593** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .376   | .174   | .033   |        | .001   | .015   | .140   | .005   | .024   | .001   | .785   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P05   | Pearson Correlation | .319*  | .431** | .518** | .455** | 1      | .479** | .141   | .259   | .440** | .001   | .141   | .693** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .022   | .002   | .000   | .001   |        | .000   | .324   | .067   | .001   | .992   | .325   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P06   | Pearson Correlation | .127   | .600** | .502** | .338*  | .479** | 1      | .353*  | .021   | .206   | .001   | .443** | .675** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .373   | .000   | .000   | .015   | .000   |        | .011   | .885   | .148   | .992   | .001   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P07   | Pearson Correlation | .194   | .237   | -.023  | .209   | .141   | .353*  | 1      | .242   | -.193  | .186   | .099   | .381** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .173   | .094   | .875   | .140   | .324   | .011   |        | .088   | .175   | .192   | .488   | .006   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P08   | Pearson Correlation | .065   | .208   | .121   | .384** | .259   | .021   | .242   | 1      | .240   | .225   | -.168  | .413** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .651   | .142   | .398   | .005   | .067   | .885   | .088   |        | .090   | .113   | .239   | .003   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P09   | Pearson Correlation | .242   | .256   | .568** | .315*  | .440** | .206   | -.193  | .240   | 1      | .259   | .170   | .588** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .087   | .069   | .000   | .024   | .001   | .148   | .175   | .090   |        | .066   | .232   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P10   | Pearson Correlation | .243   | .227   | -.083  | .439** | .001   | .001   | .186   | .225   | .259   | 1      | -.237  | .361** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .086   | .109   | .564   | .001   | .992   | .992   | .192   | .113   | .066   |        | .094   | .009   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P11   | Pearson Correlation | .089   | .273   | .462** | -.039  | .141   | .443** | .099   | -.168  | .170   | -.237  | 1      | .380** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .535   | .053   | .001   | .785   | .325   | .001   | .488   | .239   | .232   | .094   |        | .006   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| Total | Pearson Correlation | .553** | .753** | .723** | .593** | .693** | .675** | .381** | .413** | .588** | .361** | .380** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .006   | .003   | .000   | .009   | .006   |        |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**b. Validitas Pemanfaatan Teknologi**

### Correlations

|       |                     | P01    | P02    | P03    | P04    | P05    | P06    | P07    | P08    | P09    | P10    | P11    | Total  |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| P01   | Pearson Correlation | 1      | .145   | .343*  | .001   | -.029  | -.159  | .430** | .176   | .202   | .117   | .444** | .414** |
|       | Sig. (2-tailed)     |        | .311   | .014   | .996   | .841   | .265   | .002   | .215   | .155   | .413   | .001   | .003   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P02   | Pearson Correlation | .145   | 1      | .667** | .311*  | -.101  | .179   | .251   | .221   | .221   | .133   | -.073  | .487** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .311   |        | .000   | .026   | .483   | .208   | .075   | .120   | .119   | .351   | .613   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P03   | Pearson Correlation | .343*  | .667** | 1      | .444** | -.013  | .231   | .262   | .196   | .519** | -.024  | .109   | .631** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .014   | .000   |        | .001   | .928   | .103   | .063   | .167   | .000   | .868   | .448   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P04   | Pearson Correlation | .001   | .311*  | .444** | 1      | .259   | .593** | .201   | .260   | .458** | .237   | .178   | .704** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .996   | .026   | .001   |        | .066   | .000   | .156   | .065   | .001   | .095   | .212   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P05   | Pearson Correlation | -.029  | -.101  | -.013  | .259   | 1      | .234   | .127   | .051   | .078   | .254   | .064   | .373** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .841   | .483   | .928   | .066   |        | .098   | .374   | .723   | .587   | .072   | .655   | .007   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P06   | Pearson Correlation | -.159  | .179   | .231   | .593** | .234   | 1      | .195   | .087   | .318*  | .259   | -.035  | .533** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .265   | .208   | .103   | .000   | .098   |        | .171   | .543   | .023   | .066   | .807   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P07   | Pearson Correlation | .430** | .251   | .262   | .201   | .127   | .195   | 1      | .549** | .144   | .329*  | .254   | .617** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .002   | .075   | .063   | .156   | .374   | .171   |        | .000   | .314   | .018   | .072   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P08   | Pearson Correlation | .176   | .221   | .196   | .260   | .051   | .087   | .549** | 1      | .317*  | .188   | .091   | .526** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .215   | .120   | .167   | .065   | .723   | .543   | .000   |        | .023   | .187   | .528   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P09   | Pearson Correlation | .202   | .221   | .519** | .458** | .078   | .318*  | .144   | .317*  | 1      | .213   | .229   | .655** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .155   | .119   | .000   | .001   | .587   | .023   | .314   | .023   |        | .133   | .106   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P10   | Pearson Correlation | .117   | .133   | -.024  | .237   | .254   | .259   | .329*  | .188   | .213   | 1      | -.030  | .459** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .413   | .351   | .868   | .095   | .072   | .066   | .018   | .187   | .133   |        | .832   | .001   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| P11   | Pearson Correlation | .444** | -.073  | .109   | .178   | .064   | -.035  | .254   | .091   | .229   | -.030  | 1      | .384** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .001   | .613   | .448   | .212   | .655   | .807   | .072   | .528   | .106   | .832   |        | .005   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |
| Total | Pearson Correlation | .414** | .487** | .631** | .704** | .373** | .533** | .617** | .526** | .655** | .459** | .384** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | .003   | .000   | .000   | .000   | .007   | .000   | .000   | .000   | .000   | .001   | .005   |        |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     | 51     |

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### c. Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

**Correlations**

|       |                     | P01    | P02    | P03    | P04    | P05     | P06    | P07    | P08    | P09    | P10     | P11    | Total  |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|
| P01   | Pearson Correlation | 1      | -.109  | .074   | .013   | .163    | -.149  | .544** | .053   | .015   | .163    | .290*  | .341*  |
|       | Sig. (2-tailed)     |        | .448   | .606   | .927   | .252    | .297   | .000   | .713   | .916   | .252    | .039   | .014   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     |
| P02   | Pearson Correlation | -.109  | 1      | .423** | .239   | .020    | .087   | .024   | .267   | .334*  | .020    | -.227  | .393** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .448   |        | .002   | .091   | .887    | .543   | .868   | .058   | .017   | .887    | .109   | .004   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     |
| P03   | Pearson Correlation | .074   | .423** | 1      | .371** | -.006   | -.063  | .119   | .226   | .297*  | -.006   | .060   | .491** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .606   | .002   |        | .007   | .969    | .661   | .406   | .111   | .034   | .969    | .674   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     |
| P04   | Pearson Correlation | .013   | .239   | .371** | 1      | .039    | .488** | .121   | .026   | .466** | .039    | -.050  | .539** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .927   | .091   | .007   |        | .787    | .000   | .399   | .855   | .001   | .787    | .725   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     |
| P05   | Pearson Correlation | .163   | .020   | -.006  | .039   | 1       | .133   | .142   | .147   | .337*  | 1.000** | .241   | .552** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .252   | .887   | .969   | .787   |         | .352   | .319   | .305   | .016   | .000    | .089   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     |
| P06   | Pearson Correlation | -.149  | .087   | -.063  | .488** | .133    | 1      | .275   | -.010  | .184   | .133    | .020   | .416** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .297   | .543   | .661   | .000   | .352    |        | .051   | .942   | .197   | .352    | .889   | .002   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     |
| P07   | Pearson Correlation | .544** | .024   | .119   | .121   | .142    | .275   | 1      | .298*  | .059   | .142    | .565** | .598** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .868   | .406   | .399   | .319    | .051   |        | .033   | .680   | .319    | .000   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     |
| P08   | Pearson Correlation | .053   | .267   | .226   | .026   | .147    | -.010  | .298*  | 1      | .465** | .147    | .181   | .505** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .713   | .058   | .111   | .855   | .305    | .942   | .033   |        | .001   | .305    | .204   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     |
| P09   | Pearson Correlation | .015   | .334*  | .297*  | .466** | .337*   | .184   | .059   | .465** | 1      | .337*   | .012   | .646** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .916   | .017   | .034   | .001   | .016    | .197   | .680   | .001   |        | .016    | .931   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     |
| P10   | Pearson Correlation | .163   | .020   | -.006  | .039   | 1.000** | .133   | .142   | .147   | .337*  | 1       | .241   | .552** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .252   | .887   | .969   | .787   | .000    | .352   | .319   | .305   | .016   |         | .089   | .000   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     |
| P11   | Pearson Correlation | .290*  | -.227  | .060   | -.050  | .241    | .020   | .565** | .181   | .012   | .241    | 1      | .415** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .039   | .109   | .674   | .725   | .089    | .889   | .000   | .204   | .931   | .089    |        | .002   |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     |
| Total | Pearson Correlation | .341*  | .393** | .491** | .539** | .552**  | .416** | .598** | .505** | .646** | .552**  | .415** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | .014   | .004   | .000   | .000   | .000    | .002   | .000   | .000   | .000   | .000    | .002   |        |
|       | N                   | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     | 51     | 51     | 51      | 51     | 51     |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 2. Reabilitas

### a. Kualitas Layanan (X1)

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .775                   | 11         |

**b. Pemanfaatan Teknologi (X<sub>2</sub>)**

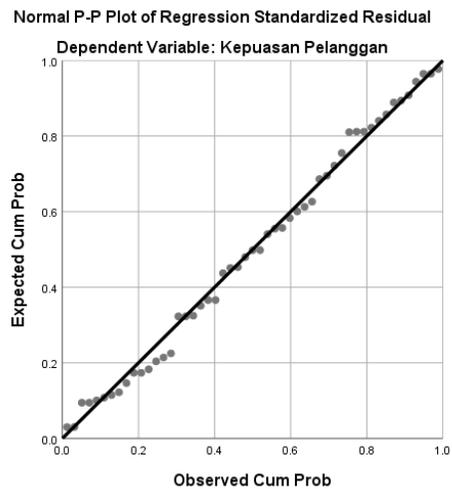
| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .734                   | 11         |

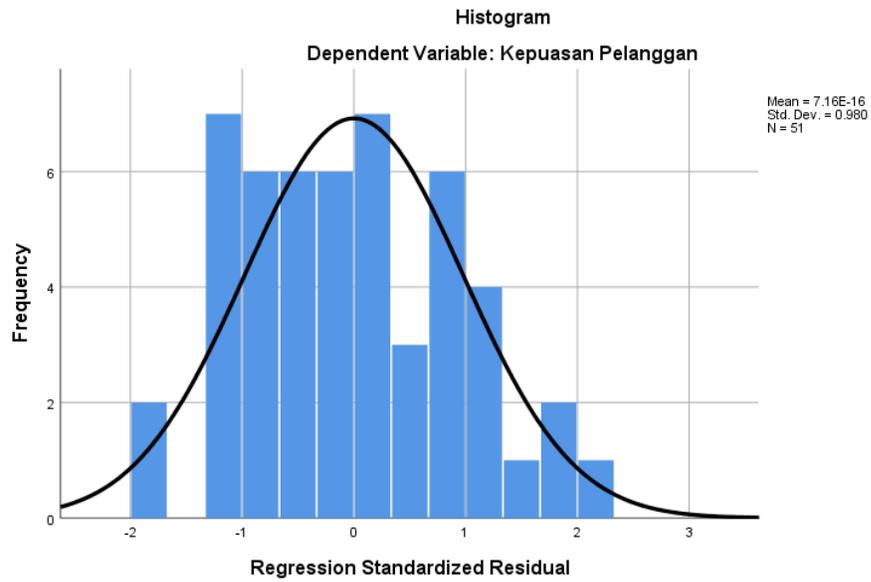
**c. Kepuasan Pelanggan (Y)**

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .692                   | 11         |

**Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik**

**1. Uji Normalitas**





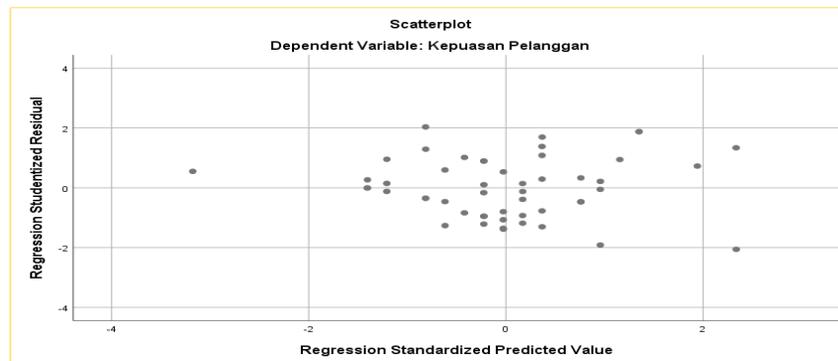
## 2. Uji Multikolienaritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                       | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |                       | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)            | 9.440                       | 4.120      |                           | 2.291 | .026 |                         |       |
|       | Kualitas Layanan      | .387                        | .117       | .401                      | 3.318 | .002 | .684                    | 1.462 |
|       | Pemanfaatan Teknologi | .365                        | .106       | .416                      | 3.439 | .001 | .684                    | 1.462 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

## 3. Uji Heteroskedastisitas



## 4. Uji Autokorelasi

### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .503 <sup>a</sup> | .253     | .222              | 3.837                      | 1.407         |

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Teknologi, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

## 5. Regresi Linear Berganda

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model |                       | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |                       | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)            | 25.482                      | 7.311      |                           | 3.485 | .001 |                         |       |
|       | Kualitas Layanan      | .431                        | .107       | .503                      | 4.021 | .000 | .992                    | 1.008 |
|       | Pemanfaatan Teknologi | .000                        | .117       | .000                      | .002  | .998 | .992                    | 1.008 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

## 6. Uji F

### ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1     | Regression | 239.904        | 2  | 119.952     | 8.148 | .001 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 706.606        | 48 | 14.721      |       |                   |
|       | Total      | 946.510        | 50 |             |       |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Teknologi, Kualitas Layanan

## 7. Uji R<sup>2</sup> (Determinasi)

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .722 <sup>a</sup> | .521     | .501              | 2.924                      | 1.458         |

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Teknologi, Kualitas Layanan  
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UMSU**  
 Ummu al-Qur'ani, Ummu al-Hikmah

UMSU Terakreditasi & Berizin sebagai Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 075/SK-BAN-PT/Akred/PT/11/2019  
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003  
<http://fat.umsu.ac.id> [fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

Ummu al-Qur'ani, Ummu al-Hikmah  
 Ummu al-Qur'ani, Ummu al-Hikmah

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hal : Permohonan Persetujuan Judul  
 Kepada Yth : Dekan FAI UMSU

23 Rajab 1443 H  
 24 Februari 2022 M

Di -  
 Tempat



Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Fajri  
 Npm : 1801280090  
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
 Kredit Kumulatif : 3,45

Mengajukan Judul sebagai berikut :

| No | Pilihan Judul  | Persetujuan<br>Ka. Prodi | Usulan Pembimbing<br>& Pembahas | Persetujuan<br>Dekan |
|----|--|--------------------------|---------------------------------|----------------------|
| 1  | Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek ( Studi Kasus Mahasiswa Sem VIII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU ) |                          | Khairunnisa, MM                 |                      |
| 2  | Manajemen Masjid Alfaalah Dalam Mengembangkan Kegiatan Pendidikan Islam Di Ji Alfaalah   | -                        | -                               | -                    |
| 3  | Manajemen Resiko Dalam Penyelesaian Masalah Tunggakan Pembayaran di Pergadaian Syariah   | -                        | -                               | -                    |

NB : Mahasiswa yang bersangkutan sudah mendownload dan mencetak buku dan  
 dan skripsi FAI UMSU  
 Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan  
 terima kasih.

Wassalam  
 Hormat Saya

Muhammad Fajri

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
  2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
  3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

\*\* Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 99/SIC/BAN-PT/Akred/PT/III/2019  
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003  
<http://fai@umsu.ac.id> [fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

UIN (Cerdas) Terpercaya  
 We are making our way to the tomorrow  
 We are not stopping



**BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
 Fakultas : Agama Islam  
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.S.i  
 Dosen Pembimbing : Khairunnisa S.E.I, M.M

Nama Mahasiswa : Muhammad Fajri  
 Npm : 1801280090  
 Semester : VIII  
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Sem VII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU)

| Tanggal          | Materi Bimbingan                   | Paraf | Keterangan |
|------------------|------------------------------------|-------|------------|
| 27 Juli 2022     | Revisi Kutipan                     |       |            |
| 5 Agustus 2022   | Konstruksi latar belakang masalah  |       |            |
| 22 November 2022 | Konstruksi latar belakang masalah  |       |            |
| 23 Desember 2022 | mempersiapkan kutipan bab 1        |       |            |
| 13 Desember 2022 | menyempurnakan kutipan bab 1       |       |            |
| 14 Desember 2022 | menyempurnakan kutipan bab 1       |       |            |
| 7 Januari 2023   | lengkap bab 3                      |       |            |
| 10 Januari 2023  | perbaiki kesalahan ketik di format |       |            |
| 17 Januari 2023  | Acc                                |       |            |

Medan, 17 Januari 2022

Diketahui/Disetujui  
 Dekan  
  
 Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
 Ketua Program Studi  
  
 Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal  
  
 Khairunnisa S.E.I, M.M



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003  
<http://fai@umsu.ac.id> [fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Bila menjabah surat ini agar diketahui  
Winer dan tanggapi

**BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI**  
**PERBANKAN SYARIAH/ MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

Pada hari **Sabtu** telah diselenggarakan Seminar Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **Muhammad Fajri**  
NPM : **1801280090**  
Semester : **IX**  
Fakultas : **Agama Islam**  
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syari'ah**  
Judul Proposal : **Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Sem VIII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU)**

Disetujui / Tidak disetujui

| Item       | Komentar   |
|------------|--|
| Judul      | Perbaiki tulisan salah ketik   |
| Bab I      |  |
| Bab II     | Jelaskan secara teori indikator variabel   |
| Bab III    | Tambahkan persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan yang akan diteliti |
| Lainnya    |  |
| Kesimpulan | Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>   |

Tim Seminar

Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Sekretaris Program Studi

Syahrul Amsari, SE.Sy., M.Si



**UMSU**  
Hingga Caksel Berprestasi

Site map and surat ini agar diketahui  
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> [fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [f](#) umsumedan [ig](#) umsumedan [t](#) umsumedan [yt](#) umsumedan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PENGESAHAN PROPOSAL**

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah yang diselenggarakan pada hari Sabtu, 11 Februari 2023 M, menerangkan bahwa :

**Nama** : Muhammad Fajri  
**NPM** : 1801280090  
**Semester** : IX  
**Fakultas** : Agama Islam  
**Program Studi** : Manajemen Bisnis Syari'ah  
**Judul Proposal** : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Sem VIII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU)

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi.

Medan, 11 Februari 2023

Tim Seminar

**Ketua Program Studi**

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

**Sekretaris Program Studi**

Syahrul Amsari, SE.Sy., M.Si

**Pembimbing**

Khairunnisa, S.E.I., M.M

**Pembahas**

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Diketahui/Disetujui

A.n Dekan  
Wakil Dekan I



Dr. Zailani, M.A



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi & Berakreditasi Kejuruan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019  
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003  
<http://fai@umsu.ac.id> [fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Disiapkan untuk keperluan administrasi  
 Nomor dan tanggal

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
 Fakultas : Agama Islam  
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
 Jenjang : S1 (Strata Satu)  
 Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si  
 Dosen Pembimbing : Khairunnisa S.E.I.M.M  
 Nama Mahasiswa : Muhammad Fajri  
 Npm : 1801280090  
 Semester : X  
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-jek (Studi Kasus Mahasiswa Sem VIII Manajemen Bisnis Syariah Fai UMSU)

| Tanggal    | Materi Bimbingan   | Paraf              | Keterangan |
|------------|--|--------------------|------------|
| 31-05-2023 | Perbaiki format halaman sesuai panduan relasi kerontakan, perbaiki pedatsi | <i>[Signature]</i> |            |
| 02-05-2023 | Perbaiki kuisioner   | <i>[Signature]</i> |            |
| 6-05-2023  | Perbaiki kuisioner   | <i>[Signature]</i> |            |
| 8-06-2023  | tempor bukti gambaran umum perusahaan                                      | <i>[Signature]</i> |            |
| 11-07-2023 | Perbaiki kerangka pengantar  | <i>[Signature]</i> |            |
| 26-07-2023 | tambah kesimpulan dan saran  | <i>[Signature]</i> |            |
| 11-8-2023  | perbaiki paraf dan format  | <i>[Signature]</i> |            |
| 4-9-2023   | ACC  | <i>[Signature]</i> |            |

Medan, 4 September 2023  
 Pembimbing Skripsi

*[Signature]*  
 Disetujui  
 Asoc. Prodekan Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
 Ketua Program Studi  
*[Signature]*  
 Isra Hayati, S.Pd, M.Si

*[Signature]*  
 Khairunnisa S.E.I.M.M



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bisa membawa umat ke arah diidharah  
dengan jalan yang benar

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fai.umsu.ac.id> [fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

Nomor : 142/IL3/UMSU-01/F/2023 06 Ramadhan 1444 H  
Lamp : - 28 Maret 2023 M  
Hal : Izin Riset

Kepada Yth :  
Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
di-

Tempat

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana SI di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Muhammad Fajri  
NPM : 1801280090  
Semester : X  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

A.n Dekan,

Wakil Dekan III



*M. Mawar Pasaribu, MA*

NIDN : 0116078305

CC. File



Medan, September 2023

Hal : Balasan Riset

Kepada Yth  
Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam  
**Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**  
Di tempat

Dengan hormat,  
Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : KHAIRUNNISA, SE., M.M  
Jabatan : Dosen Pembimbing

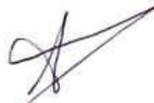
Menerangkan Bahwa :

Nama : Muhammad Fajri  
NPM : 1801280090  
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di Kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan Judul " Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Semester VIII Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU).

Demikian surat ini kami sampaikan dan atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Hormat kami



**KHAIRUNNISA, SE., M.M**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**PERPUSTAKAAN**

Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Perustakaan Nasional Republik Indonesia No. 09059/LAP/PT/IX.2018  
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567  
NPP. 12712021000003 • <http://perustakaan.umhsu.ac.id> ✉ [perustakaan@umhsu.ac.id](mailto:perustakaan@umhsu.ac.id) • [perustakaan\\_umhsu](https://www.perustakaan_umhsu.ac.id)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 297/ KET/II.3-AU /UMSU-P/M/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan hasil pemeriksaan data pada Sistem Perpustakaan, maka Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

**Nama** : MUHAMMAD FAJRI  
**NPM** : 1801280090  
**Fakultas** : Agama Islam  
**Jurusan** : Manajemen Bisnis Syariah

telah menyelesaikan segala urusan yang berhubungan dengan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 06 Ramadhan 1444 H.  
28 Maret 2023 M.

**Kepala UPT Perpustakaan**



**Muhammad Arifin, S.Pd, M.Pd**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DATA PRIBADI

Nama : Muhammad Fajri  
Tempat/Tanggal Lahir : Bulurotan 06 Januari 2000  
Alamat : Nagari Maloro II, Kab.Sijunjung ,Sumatera Barat  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Warga Negara : Indonesia  
No. Handphone : 081267439570  
Email : [m.fajri0601@gmail.com](mailto:m.fajri0601@gmail.com)

### DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Sudirman Mr  
Nama Ibu : Indrawati  
Alamat Orang Tua : Nagari Maloro II, Kab.Sijunjung ,Sumatera Barat

### Pendidikan Formal

1. SDN 17 Air Amo
2. Pesantren Pramuka Alhira
3. Pesantren Pramuka Alhira
4. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara