

**PENGARUH KUALITAS SISTEM DAN KUALITAS PELAYAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI GOJEK  
ONLINE PADA MAHASISWA UMSU**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Program Studi Manajemen*



**Oleh:**

**Nama** : MUTIA RAHMI  
**NPM** : 1405160407  
**Program Studi** : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**



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

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 Telp. (061) 66224567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Senin, tanggal 26 Maret 2018, pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya :

**MEMUTUSKAN**

Nama : MUTIA RAHMI  
N P M : 1405160407  
Program Studi : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS SISTEM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI GOJEK ONLINE PADA MAHASISWA UMSU

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

**TIM PENGUJI**

Penguji I

DR. FAJAR PAGARIBU, S.E., M.Si

Penguji II

LHA BISMALA, S.T., M.Si

Pembimbing

MUTIA ARDA, S.E., M.Si

**PANITIA UJIAN**

Ketua

H. JANURI, SE., MM., M.Si

Sekretaris

ADE GUNAWAN, SE., M.Si



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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : MUTIA RAHMI  
N.P.M : 1405160407  
Program Studi : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS SISTEM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNAAN APLIKASI GOJEK ONLINE PADA MAHASISWA UMSU

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Maret 2018

Pembimbing Skripsi

MUTIA ARDA, SE, M.Si

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si.



Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

## SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : Mutia Rahmi  
NPM : 1405160407  
Konsentrasi : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi (Akuntansi/Perpajakan/Manajemen/AESP/  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

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

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan.....20.

Pembuat Pernyataan



NB :

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



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

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : MUTIA RAHMI  
N.P.M : 1405160407  
Program Studi : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS SISTEM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI GOJEK ONLINE PADA MAHASISWA UMSU

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
12/3-2018	Perbaiki hasil SPSS bagian uji asumsi klasik, hasil regresi linear berganda, dan statistik deskriptifnya Tambahkan teori dan penelitian terdahulu dalam pembahasan	hr	
15/3-2018	Perbaiki saran yang diambil dari distribusi jawaban responden yang paling rendah Lengkapi lampiran-lampiran Buat abstrak	hr	
17/3-2018	Perbaiki pembahasan analisis deskriptif dan inferensialnya Perbaiki kesimpulan dan saran	hr	
22/3-2018	Bel Sidang	hr	

Pembimbing Skripsi

MUTIA ARDA, SE, M.Si

Medan, Maret 2018  
Diketahui Disetujui  
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. HASRUDY TANJUNG, SE, M.Si

## **ABSTRAK**

### **Mutia Rahmi (1405160407) Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek Online Pada Mahasiswa UMSU**

Perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku pelanggan dan memberikan kualitas sistem dan pelayanan yang baik di mata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas. Perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan milik pemerintah tersebut akan merasa puas.

Adapun tujuan penelitian ini : Untuk Mengetahui pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan pada Gojek. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Gojek. Mengetahui pengaruh kualitas sistem dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Gojek

Dapat disimpulkan bahwasanya ada pengaruh signifikan Kualitas sistem terhadap Kepuasan pelanggan produk pada PT. Gojek Indonesia. ada pengaruh signifikan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Gojek Indonesia. Ada pengaruh signifikan pengaruh Kualitas sistem dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Gojek Indonesia.

**Kata Kunci : Kualitas Sistem, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan**

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Wr. Wb*

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahmat dan hidayah Nya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai syarat akhir perkuliahan untuk meraih gelar sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. teriring shalwat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari skripsi ini masih banyak yang kekurangan, hal ini disebabkan karena keterbatasan yang ada pada penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, secara ikhlas dan merendahkan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari pembaca demi sempurnanya skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terimah kasih secara khusus dan teristimewa kepada orang tua tercinta Ayahanda syukri cut ali SE dan Ibunda Nurhayati yang penuh kasih dan sayang+6- telah membantu secara moril dan terus mendukung dari awal proses belajar hingga terselesaikannya skripsi ini serta kepada teman teman tersayang, indah, icha ,reni, dan lain lain yang ikut memberikan motivasinya dalam perjuangan sang penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang tidak pernah dilupakan antara lain :

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Zulaspan Tupti, S.E, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Januri, S.E, M.M, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Ade Gunawan, S.E,M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E, M.Si., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Mutia arda, S.E, Msi., selaku Dosen Pembimbing yang selama ini telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Staff Pengajar Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik penulis selama melaksanakan perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Seluruh Staff Biro Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan kelancaran urusan administrasi.
9. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada teman-teman seperjuangan indah,icha,reni,dan lain lain dan teman-teman lainnya yang telah memberikan semangat dan solusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, rekan-rekan mahasiswa dan para pembaca sekalian, semoga Allah SWT selalu melimpahkan taufik dan hidayah-Nya kepada kita, dan semoga dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin Yaa Rabbal' Aalamiin.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***



Medan, Maret 2018

penulis

**MUTIA RAHMI**  
**1405160407**

## DAFTAR ISI

### ABSTRAK

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
A. Uraian Teoritis.....	7
1. Kepuasan Pelanggan .....	7
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	7
b. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan .....	8
c. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	9
2. Kualitas Sistem .....	10
a. Pengertian Kualitas Sistem .....	10
b. Faktor Kualitas Sistem .....	11
c. Indikator Kualitas Sistem.....	13
3. Kualitas Pelayanan.....	14

a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
b. Faktor Kualitas Pelayanan.....	15
B. Kerangka Konseptual.....	15
C. Hipotesis.....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>18</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	18
B. Defenisi Operasional.....	18
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
D. Populasi dan Sampel.....	20
E. Teknik Pengumpulan Data.....	21
G. Teknik Analisis Data.....	23
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Hasil Penelitian.....	36
1. Deskripsi Data Responden.....	36
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	38
3. Uji Asumsi Klasik.....	41
B. Pembahasan.....	54
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>58</b>
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	58

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1	Indikator Kualitas Sistem .....	18
Tabel III.2	Indikator Kualitas Pelayanan.....	19
Tabel III.3	Indikator Kepuasan Pelanggan .....	19
Tabel III.4	Waktu Penelitian.....	20
Tabel III.5	Skala Likert.....	22

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Konseptual .....	17
---------------------------------------	----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membuka babak baru dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam dunia usaha, bisnis, instansi pemerintahan, dan berbagai institusi lain. Implementasi teknologi informasi dan komunikasi yang kian meluas, telah memberikan banyak manfaat yang juga telah berimplikasi luas, terkait kinerja, kualitas layanan yang makin membaik dan dirasakan masyarakat atau pelanggan.

Bermula di tahun 2010 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, logistik, pembayaran, layan-antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya.

GO-JEK adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2010, gojek merupakan sebuah perusahaan yang memanfaatkan transportasi roda dua dan roda empat melalui *demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layan-antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya.

Persoalan kepuasan pelanggan dalam dunia bisnis saat ini sudah menjadi kualitas sistem yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap sukses dalam bisnisnya. Pelanggan yang memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang pelanggan sering kali melihat dari nilai lebih dari produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian terhadap produk/jasa dibandingkan dengan perusahaan lain.

Menurut Irawan (2009, hal.3) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa, yaitu perasaan puas, mutu pelayanan, akses pelayanan, dan proses pelayanan.

Menurut Lupiyoadi (2013, hal.212) Kualitas jasa didefinisikan sebagai perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya.

Perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku pelanggan dan memberikan kualitas sistem dan pelayanan yang baik di mata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas. Perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan milik pemerintah tersebut akan merasa puas.

Permasalahan yang terjadi terkait kepuasan pelanggan berkaitan dengan akses pelayanan yang kurang memuaskan, hal ini disebabkan pelayanan yang

diberikan gojek tidak merata untuk seluruh tempat. Pada umumnya pelayanan gojek lebih sering berada pada kawasan bisnis di Kota Medan, namun tidak jarang juga banyak driver gojek yang dengan sengaja membatalkan orderan pelanggan apabila tujuannya terlalu jauh dari lokasi awal.

Kualitas sistem Gojek yang baik memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan pihak Gojek. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan Gojek untuk memahami dengan seksama harapan pelanggannya serta kebutuhannya. Dengan demikian pihak Gojek dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana Gojek berusaha memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan dapat menciptakan kesetiaan atau Keputusan Pembelian kepada Gojek yang memberikan kualitas yang memuaskan.

Kualitas sistem berhubungan dengan pelayanan atau mutu dari produk yang ditawarkan kepada mereka. Keputusan pembelian pelanggan, maka keputusan pembelian pelanggan mempunyai tingkat masing-masing tergantung dari apa yang mereka peroleh. Jika yang pelanggan peroleh memenuhi apa yang diharapkan maka akan merasa puas, jika yang diperoleh dibawah apa yang diharapkan maka akan merasa kecewa dan jika yang diperoleh diatas apa yang mereka harapkan maka akan merasa sangat senang.

Pada gojek masih rendahnya kualitas pelayanan terhadap pelanggan dimana terkadang driver gojek berbeda dari tampilan yang difoto aplikasi dengan kenyataan yang ada. Hal ini akan menyebabkan ketidakpercayaan pelanggan terhadap driver tersebut.



Abdullah (2012, hal.60), kualitas jasa adalah jasa yang sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan.

Permasalahan terkait kualitas system pada perusahaan gojek adalah aplikasi gojek yang mudah eror pada jam-jam tertentu, misalnya pada saat jam pergi dan jam pulang kerja karyawan kantor. Hal ini menunjukkan sebagian besar pelanggan harus melakukan pemesanan berkali-kali untuk mendapatkan driver. Pada Gojek masih rendahnya kualitas pelayanan terhadap pelanggan dimana terkadang *driver* gojek berbeda dari tampilan yang difoto aplikasi dengan kenyataan yang ada, hal ini akan menyebabkan ketidakpercayaan pelanggan terhadap *driver* tersebut.

Dengan dasar yang sedemikian maka penulis berkeinginan untuk mengadakan penelitian yang lebih mendalam khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu penulis memilih judul: "**Pengaruh Kualitas sistem dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Gojek *Online* pada Mahasiswa UMSU.**"

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penelitian pendahuluan dilakukan pada Gojek , Maka diidentifikasi permasalahan yang timbul yaitu:

1. Pelayanan gojek yang tidak merata untuk seluruh daerah yang ada di Kota Medan
2. Aplikasi gojek sering *error* seperti terkadang pesanan yang bisa terbatalakan sendiri.

3. Tampilan driver gojek yang sering berbeda antara foto di dalam aplikasi dengan kenyataannya.

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

#### **1. Batasan Masalah**

Untuk memfokuskan dan memperkecil bahasan masalah sehingga tidak menyimpang dari yang diinginkan maka dalam penelitian ini hanya dibatasi pada masalah kualitas sistem dan kualitas pelayanan pada Gojek

#### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah maka permasalahan dapat dirumuskan yaitu:

- a. Apakah ada pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan Gojek ?
- b. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek ?
- c. Apakah ada pengaruh kualitas sistem dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Gojek ?

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

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan pada Gojek.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Gojek

3. Mengetahui pengaruh kualitas sistem dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Gojek.

Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, dapat menambah wawasan berfikir menulis dalam bidang pemasaran terutama dalam hal kualitas sistem, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
2. memberikan masukan kepada pihak manajemen Gojek dalam pengaruh kualitas sistem, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
3. Bagi pihak lain, sebagai bahan perbandingan atau referensi yang akan meneliti masalah sama di masa yang akan datang

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Uraian Teori**

##### **1. Kepuasan Pelanggan**

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

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kotler dalam Lupiyoadi (2013, hal.228) mendefinisikan kepuasan pelanggan : Tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

Oliver dalam Zulkarnain (2012, hal.121) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipersepsikan dengan eskpektasinya.

Kepuasan pelanggan menurut Hasan (2013, hal.94): “perbandingan antara produk atau jasa yang dirasakan pelanggan melebihi dengan prediksi sebelum produk/jasa dibeli pelanggan. Jika perasaan melebihi dari dugaan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas dan begitu juga sebaliknya“.

Menurut Irawan (2009, hal.37) kepuasan pelanggan di tentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi

harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas sistem, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.

Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku pelanggan tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada pelangganlah yang dapat memberikan nilai *Superior* kepada mereka, dan memenangkan persaingan. Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan pelanggannya karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik pelanggan baru akan lebih tinggi dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada.

Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali

mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

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

Menurut Hasan (2013, hal.95) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :

1) *Form*

Yaitu mengenai mutu produk yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.

2) *Serviciability*

Tingkat kemudahan dan kecepatan pelayanan.

3) *Feature*

Keistimewaan fungsi dasar produk.

4) *Accesbility*

Kemudahan dalam menjangkau tempatnya/sangat strategis.

5) *Performance quality*

Kualitas dan karakteristik dasar produk beroperasi

6) *Conformance*

Kesesuaian spesifikasi produk yang diharapkan

7) *Competence*

Tingkat keterampilan menyelesaikan masalah

8) *Durability*

Ukuran usia operasi dalam kondisi normal

9) *Courtesy*

Sikap sopan dan bersahabat dengan pelanggan

10) *Reliability*

Ukuran produk dan jasa tidak akan rusak dan gagal dalam periode waktu tertentu

Menurut Tdjiptono (2013, hal.3) indikator untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu :

- 1) Perasaan puas : produk atau jasa yang digunakan sesuai dengan harapan/diinginkan.
- 2) Mutu pelayanan : Kompetensi teknik karyawan dalam memberikan pelayanan yang berhubungan dengan keinginan konsumen
- 3) Akses pelayanan : Sejauh mana pelayanan itu tersedia pada waktu dan tempat saat dibutuhkan
- 4) Proses pelayanan : Semua aktivitas yang berupa kemudahan konsumen untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan keinginan, menjawab dan menyelesaikan masalah dari konsumen

### **c. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut Irawan (2009, hal.3) indikator untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu :

- 1) Perasaan puas : produk atau jasa yang digunakan sesuai dengan harapan/diinginkan.
- 2) Mutu pelayanan : Kompetensi teknik dalam memberikan pelayanan yang berhubungan dengan keinginan pelanggan
- 3) Akses pelayanan : Sejauh mana pelayanan itu tersedia pada waktu dan tempat saat dibutuhkan

- 4) Proses pelayanan : Semua aktivitas yang berupa kemudahan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan keinginan, menjawab dan menyelesaikan masalah dari pelanggan.

Lupiyoadi (2013, hal.19) indikator dari kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

1) Persepsi

Matrik ini bersifat langsung. Konsumen perlu ditanya untuk memastikan setuju atau tidak menggunakan skala 1 sampai 5 dimana 1 berarti sangat tidak setuju dan 5 sangat setuju.

2) Merekomendasikan Teman

Ini akan mewakili kepuasan pelanggan akan layanan yang Anda berikan. Riset dan teori mendukung fakta bahwa jika konsumen Anda mau menempatkan reputasi mereka untuk merekomendasikan bisnis Anda, mereka juga percaya dan puas atas layanan Anda.

3) Pengalaman Konsumen

Gunakan matriks kepuasan pelanggan ini untuk memahami apakah layanan Anda memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Ini merupakan pertanyaan sempurna untuk pendekatan pasif untuk mendapatkan masukan penting dari konsumen.

4) Kepuasan secara Keseluruhan

Ini dapat menjadi pertanyaan singkat untuk memastikan kualitas, kepercayaan, dan keyakinan konsumen akan brand bisnis.



### 5) Keinginan Membeli Kembali

Pengaruh biasanya terkait suka atau tidak suka sesuatu. Hal ini sempurna untuk mengukur konteks keuntungan layanan. Misalkan durasi tanggapan dan sebagainya. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas keuntungan tersebut.

## 2. Kualitas sistem

### a. Pengertian Kualitas sistem

Seperti yang telah diuraikan di atas, bahwa merek bagaikan mengenal orang lewat namanya dan kualitas sistem itu bagaikan melihat orang dari kesannya. Maka kualitas sistem dapat dianalogikan sebagai melihat suatu kesan dari sebuah nama. Seperti yang dikatakan oleh Simamora (2007, hal 37). “bahwa merek memiliki *image (brandimage)* dan untuk memudahkan deskripsi *image*, pelanggan melakukan asosiasi merek. Asosiasi merek adalah sesuatu yang berkaitan dengan ingatan mengenai sebuah merek. Asosiasi ini tidak hanya ada tetapi mempunyai sebuah kekuatan”.

Menurut Susanto dan Wijanarko (2008, Hal 132). Kualitas sistem yang kuat dapat menarik pelanggan untuk menggunakannya, sebagai faktor penentu dalam pemilihan keputusan pembelian, sedangkan syarat yang kuat adalah kualitas sistem (kualitas sistem).

Menurut Kotler (2009, hal.100) kualitas sistem adalah suatu sistem yang menerima masukan data dan instruksi, mengolah data tersebut sesuai dengan instruksi dan mengeluarkan hasilnya.

Menurut Kotler dan Keller (2011, hal.89) kualitas sistem adalah totalitas dari karakteristik suatu sistem yang menunjang kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dispesifikasikan.

Kualitas sistem merupakan interpretasi akumulasi berbagai informasi yang diterima pelanggan. Yang menginterpretasikan adalah pelanggan dan yang diinterpretasikan adalah informasi. Hasil interpretasi bergantung pada dua hal. Pertama, bagaimana pelanggan melakukan interpretasi dan kedua, informasi apa yang diinterpretasikan.

Peneliti setuju dengan pendapat yang dikemukakan diatas bahwa kualitas sistem merupakan persepsi pelanggan tentang merek sebagaimana yang dicerminkan oleh merek itu sendiri ke dalam memori ketika seorang pelanggan melihat merek tersebut.

#### **b. Faktor yang mempengaruhi Kualitas sistem**

Menurut kotler (2006, hal.18) menyatakan bahwa kualitas sistem dipengaruhi beberapa faktor yaitu: "Kualitas, Kualitas sistem, Nilai". Berikut akan dijelaskan satu persatu beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas sistem tersebut di atas.

##### 1) Kualitas

Dalam mengukur kualitas merek suatu produk terdapat tiga level produk individual berupa Core Produk level, berupa kebutuhan dasar yang dipuaskan oleh suatu produk, *Tangible Product Level* berupa produk inti yang direalisasikan dan ditawarkan kepada pelanggan dalam berbagai bentuk fisik dan tingkat kualitas produk, *Augmented Product Level* yaitu produk fisik, jasa dan manfaat tambahan yang disertakan pada penawaran

produk untuk memuaskan kebutuhan tambahan dan untuk mendiferensialkan produk dari produk pesaing.

## 2) Kualitas sistem

Kualitas sistem menggambarkan kunci bagi pendapatan yang pada akhirnya merupakan kunci keuntungan bagi suatu organisasi untuk mendapatkan laba, kualitas sistem yang tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah. Pada dasarnya pelanggan harus memahami peranan kualitas sistem itu sendiri, agar pelanggan dapat mengetahui kualitas sistem produk itu sendiri sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan sehingga pelanggan loyal terhadap merek tersebut.

## 3) Nilai

Nilai pelanggan adalah penilaian pelanggan mengenai kapasitas produk secara keseluruhan untuk memuaskannya. Perbedaan antara nilai total bagi pelanggan dan biaya total pelanggan dari tawaran pemasar, nilai total pelanggan adalah total dari semua nilai produk, jasa, personal dan kualitas sistem yang diterima pembeli dari tawaran pemasar. Biaya pembeli yang puas merupakan iklan yang terbaik.

Menurut David A.Aker dalam Freddy Rangkuti (2007. hal 45) kualitas sistem terdiri dari dua faktor utama yaitu :

- 1) Faktor fisik, merupakan karakteristik fisik dari merek tersebut, seperti desain, kemasan, logo, nama merek, fungsi, dan kegunaan produk dari merek itu.

- 2) Faktor psikologis, dibentuk oleh emosi, kepercayaan, nilai dan kepribadian yang dianggap oleh pelanggan dapat menggambarkan produk dari merek tersebut.

Kualitas sistem sangat erat kaitannya dengan apa yang orang pikirkan, rasakan terhadap suatu merek tertentu, sehingga dalam kualitas sistem faktor psikologis lebih banyak berperan dibandingkan faktor fisik merek tertentu. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat diketahui bahwa merek tidak akan tercipta tanpa adanya faktor yang mempengaruhinya seperti yang telah dijelaskan diatas.

### **c. Indikator Kualitas sistem**

Untuk menganalisa sifat dari kualitas sistem merek maka harus ditentukan terlebih dahulu cara mengukur variabel kualitas sistem merek. Beberapa literatur menyatakan bahwa kualitas sistem merek adalah konsep yang multidimensional, tetapi tidak terdapat suatu konsensus tentang bagaimana cara mengukurnya. Keller (1993) dalam Roslina (2010, hal. 340) menyatakan bahwa kualitas sistem merek dapat diukur dengan

- 1) asosiasi ( atribut, manfaat, dan sikap)  
asosiasi dapat diklasifikasikan menjadi tiga katagori berdasarkan tingkat abstraksinya, yaitu atribut (*attribute*), manfaat (*benefit*) dan sikap merek secara keseluruhan (*overall brand attitude*). Atribut (*attribute*) merujuk kepada fitur deskriptif yang menjadi ciri suatu produk atau jasa. Manfaat (*benefit*) adalah nilai personal yang pelanggan dapatkan dari produk atau jasa. Sikap merek secara keseluruhan (*overall brand attribute*) merupakan keseluruhan evaluasi pelanggan terhadap produk.
- 2) kesukaan (*favorability*)  
adalah bagaimana suatu merek menjadi kesukaan oleh, orang-orang, kelompok atau organisasi, dan menyarankannya kepada orang lain, Untuk dapat menjadi posisi pertama yang

diingat dalam benak pelanggan (*top of mind*), produk atau jasa harus memiliki kualitas sistem merek yang positif di benak pelanggan, kualitas sistem merek yang dapat dibentuk berdasarkan asosiasi-asosiasi merek yang dipilih dan dipersepsi positif oleh pelanggan harus memberikan kesan positif

3) kekuatan (*strength*).

Merek haruslah mempunyai kekuatan sehingga nama merek akan terus kuat dan tidak akan tergerus oleh merek-merek baru yang muncul.

4) keunikan asosiasi merek (*uniqueness of brand associations*).

Keunikan dapat didasarkan pada atribut yang terkait dengan produk (*product related*) dan atribut yang tidak terkait dengan produk (*non-product related*) ataupun manfaat. Asosiasi merek yang kuat (*strength of brand association*).

Menurut Irawan (2009, hal. 37) kualitas sistem dapat diukur

dengan beberapa dimensi sebagai berikut :

- 1) performance. Ini adalah dimensi yang paling *basic* dan berhubungan dengan fungsi utama dari suatu produk
- 2) Reliability adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.
- 3) Fitur adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk
- 4) Durability menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu
- 5) conformance. Dimensi ini menunjukkan seberapa jauh suatu produk dapat menyamai standar atau spesifikasi tertentu.
- 6) Desain. Dimensi desain adalah dimensi yang unik. Dimensi ini banyak menawarkan aspek emosional dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

### **3. Kualitas Pelayanan**

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

Dalam situasi persaingan global yang semakin kompetitif, persoalan kualitas sistem menjadi isu sentral bagi setiap perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk berkualitas akan menjadi senjata untuk memenangkan persaingan, karena dengan memberikan produk berkualitas, kepuasan pelanggan akan tercapai. Oleh karena itu perusahaan harus

menentukan definisi yang tepat dan pemahaman yang akurat tentang kualitas yang tepat.

Menurut Sviolka dalam Lupiyoadi (2013, hal.213) kualitas jasa adalah perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan serta menghasilkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kotler (2007, hal.25), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Menurut Abdullah (2012, hal.60), kualitas jasa adalah jasa yang sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan.

Menurut Hasan (2013, hal. 429) kualitas jasa adalah kecocokan penggunaan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Menurut Peter dan Olson (2013, hal.79), Kualitas jasa adalah kesesuaian jasa dengan kebutuhan pasar atau pelanggan. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan pelanggan. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan pelanggan atas suatu produk yang akan dihasilkan.

#### **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Jasa**

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi

harapan. Kata kualitas sendiri mengandung banyak pengertian, beberapa faktor-faktor menurut Tjiptono (2006, hal.80) adalah :

- 1) Kesesuaian dengan persyaratan;
- 2) Kecocokan untuk pemakaian;
- 3) Perbaikan berkelanjutan;
- 4) Bebas dari kerusakan/cacat;
- 5) Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat;
- 6) Melakukan segala sesuatu secara benar;
- 7) Membahagiakan pelanggan

### **c. Indikator Kualitas Pelayanan**

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi pelanggan terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Kotler (2007, hal.56) menyimpulkan bahwa ada lima dimensi ServQual (*Service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu :

- 1) *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- 2) *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 3) *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- 5) *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

## **B. Kerangka konseptual**

### **1. Pengaruh Kualitas sistem terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas sistem yang dibentuk perusahaan dan kepuasan serta Keputusan Pembelian berkaitan erat. Kualitas sistem yang baik memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggannya serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau Keputusan Pembelian kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan kepadanya.

Menurut Susanto & Wijanarko (2008. Hal 132). Kualitas sistem yang kuat dapat menarik pelanggan untuk menggunakannya. sebagai faktor penentu dalam pemilihan keputusan pembelian, sedangkan syarat yang kuat adalah kualitas sistem.

Septianita (2014) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Artinya sistem, informasi serta pelayanan RTS yang ada di PT.KAI (Persero) Daop 9 Jember dapat dianggap cukup baik.

Widodo (2016) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas sistem aplikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Sistem Aplikasi Rts (*Rail Ticketing System*).



## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut *American Society for Quality Control* (Kotler, 2007, hal.50) :

“Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten“.

Menurut Peter dan Olson (2013, hal.79), Kualitas jasa adalah kesesuaian jasa dengan kebutuhan pasar atau pelanggan. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan pelanggan, karena dengan meningkatkan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Septianita (2014) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Artinya pelayanan RTS yang ada di PT.KAI (Persero) Daop 9 Jember dapat dianggap cukup baik.

Widodo (2016) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Sistem Aplikasi Rts (*Rail Ticketing System*).

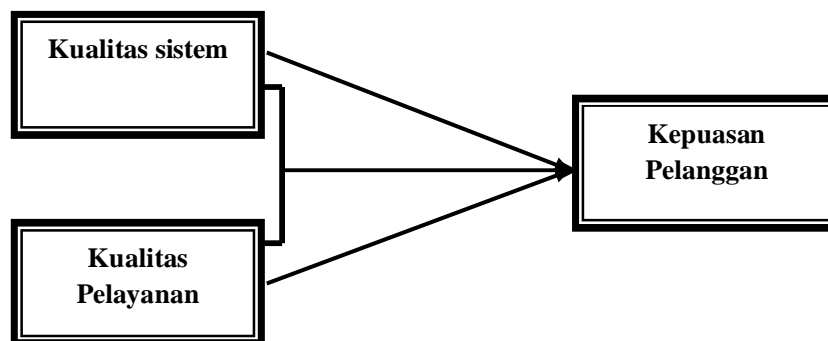
## **3. Pengaruh Kualitas sistem Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan**

Sedangkan untuk mengetahui manfaat kualitas sistem atau lebih dikenal dengan merek menurut Fajar Laksana (2008, hal 78) adalah: "merek memberi penjual peluang kesetiaan pelanggan pada produk".

Kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk berkualitas akan menjadi senjata untuk memenangkan persaingan, karena dengan memberikan produk berkualitas, kepuasan pelanggan akan tercapai.

Septianita (2014) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas sistem berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna, variabel kualitas informasi berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna, dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna.

Widodo (2016) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas sistem aplikasi dan kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, kualitas sistem aplikasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan kepercayaan sebagai mediasi, dan kualitas informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan sebagai mediasi.



**Gambar II-1: Paradigma Penelitian**

### **C. Hipotesis**

Berdasarkan batasan dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan Gojek .
2. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek.

3. Ada pengaruh kualitas sistem dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek .

### BAB III

#### METEDOLOGI PENELITIAN

##### A. Pendekatan Penelitian

Di dalam penelitian ini di gunakan pendekatan penelitian asosiatif dan pendekatan penelitian kuantitatif, (Sugiyono, 2005, hal. 11) menyatakan bahwa “Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih”. Dengan penelitian ini maka dapat di bangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, mengontrol suatu gejala.

##### B. Definisi operasional

###### 1. Kualitas sistem (X1)

Dalam penelitian ini, dimensi atau indikator dari variabel kualitas sistem perusahaan (kualitas sistem), diproksi berdasarkan dimensi corporate image yang dikemukakan oleh Keller (2003)

Diukur dengan indikator:

**Tabel III – 1: Indikator Kualitas sistem**

No	Indikator
1	Asosiasi
2	Kesukaan
3	Kekuatan
4	Keunikan

Sumber: Roslina (2010, hal. 340)

## 2. Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan

**Tabel III – 2: Indikator Kualitas Pelayanan**

No	Indikator
1	Tangible
2	Reliability
3	Responsiveness
4	Assurance
5	Emphaty

Sumber: Kottler (2007, hal.56)

## 3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan yaitu terpenuhinya atau tidak terpenuhinya harapan nasabah dengan kenyataan yang pelanggan alami dan rasakan dari pelayanan yang diberikan.

**Tabel III – 3: Indikator Kepuasan Pelanggan**

No	Indikator
1	Perasaan puas
2	Mutu pelayanan
3	Akses pelayanan
4	Proses pelayanan

Sumber: Irawan (2009, hal.3)

### C. Tempat dan Waktu Penelitian

#### 1. Tempat Penelitian

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jalan Kapten Muchtar Basri  
No.108-112, Glugur Darat II, Medan Timur Kota Medan, Sumatera Utara  
20238, Nomor Telepon (061) 6619056.

#### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai dari bulan Desember 2018 hingga Maret 2018.

**Tabel III – 4 : Pelaksanaan Penelitian**

KEGIATAN PENELITIAN	WAKTU PENELITIAN																				
	Desember				Januari				Februari				Maret				April				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Pengajuan judul		■																			
Pra riset			■	■	■																
Pembuatan proposal					■	■	■	■	■	■	■	■	■								
Seminar Proposal												■									
Pengumpulan Data													■	■	■	■					
Penyusunan Skripsi																	■				
Bimbingan Skripsi																	■	■	■	■	
Sidang Meja Hijau																				■	

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut sugiyono (2005, hal. 72) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karekteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik

kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berjumlah 4.494 mahasiswa

## **2. Sampel**

Menurut Sugiono (2008, hal. 116): “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Cara pengambilan sampel dengan menggunakan metode nonprobability sampling dengan penelitian sampling kuota, menurut Sugiyono (2005, hal. 77) “Sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan”. Dalam penelitian ini penulis menentukan sampel di tetapkan besarnya yaitu 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sampling aksidental atau sampel kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang di temui itu cocok sebagai sumber data. (Sugiyono, 2005, hal. 77).

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam instrument ini menggunakan angket (*Questioner*), adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis dalam bentuk angket kepada responden untuk dijawabnya yang ditujukan kepada para pelanggan Gojek dengan menggunakan *skala likert* dalam bentuk *checklist*, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi sebagaimana terlihat pada table berikut ini :

**Tabel III – 5 : Skala Pengukuran Likert**

PERTANYAAN	BOBOT
Sangat setuju/SS	5
Setuju/ST	4
Kuang Setuju/KS	3
Tidak Setuju/TS	2
Sangat tidak setuju /STS	1

Sumber: Sugiyono (2006, hal. 107-108)

Selanjutnya angket yang sudah diterima diuji dengan menggunakan validitas dan reliabilitas pertanyaan, yaitu :

**a. Validitas Instrumen**

Pengujian Validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya instrumen penelitian yang telah dibuat. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Untuk pengujian validitas peneliti menggunakan SPSS 16 dengan rumus *Correlate, Bivariate Correlations*, dengan memasukkan butir skor pernyataan dan totalnya pada setiap variabel. Sampel uji validitas ini sebanyak 30 orang pelanggan gojek.

Kriteria pengujian validitas dilihat dari hasil yang di dapat dari pengujian validitas dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Dimana,  $r_{hitung} \geq r_{tabel} (0.05) = \text{valid}$  dan nilai sig (2tailed  $< 0,05 = \text{valid}$ ).



**Tabel III.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Sistem (X1)**

<b>Pernyataan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Pernyataan 1	0,581	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,642	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,627	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,497	0,361	Valid
Pernyataan 5	0,366	0,361	Valid
Pernyataan 6	0,475	0,361	Valid
Pernyataan 7	0,814	0,361	Valid
Pernyataan 8	0,643	0,361	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 24 (data diolah), Tahun 2018

Berdasarkan tabel III.6 dimana nilai validitas pernyataan untuk kualitas sistem seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $n-2=30-2=28= 0,361$ ) dan bisa digunakan dalam perhitungan selanjutnya karena seluruhnya dinyatakan valid.

**Tabel III.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)**

<b>Pernyataan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Pernyataan 1	0,501	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,698	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,563	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,437	0,361	Valid
Pernyataan 5	0,388	0,361	Valid
Pernyataan 6	0,719	0,361	Valid
Pernyataan 7	0,655	0,361	Valid
Pernyataan 8	0,438	0,361	Valid
Pernyataan 9	0,438	0,361	Valid
Pernyataan 10	0,492	0,361	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 24 (data diolah), Tahun 2018

Berdasarkan tabel III.7 dimana nilai validitas pernyataan untuk kualitas pelayanan seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $n-2=30-2=28= 0,361$ ) dan bisa digunakan dalam perhitungan selanjutnya karena seluruhnya dinyatakan valid.

**Tabel III.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan(Y)**

<b>Pernyataan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Pernyataan 1	0,417	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,650	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,600	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,557	0,361	Valid
Pernyataan 5	0,547	0,361	Valid
Pernyataan 6	0,425	0,361	Valid
Pernyataan 7	0,596	0,361	Valid
Pernyataan 8	0,590	0,361	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 24 (data diolah), Tahun 2018

Berdasarkan tabel III.8 dimana nilai validitas pernyataan untuk kepuasan pelanggan seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $n-2=30-2=28= 0,361$ ) dan bisa digunakan dalam perhitungan selanjutnya karena seluruhnya dinyatakan valid.

#### **b. Reliabilitas Instrumen**

Pengujian Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui reliabel atau tidaknya instrumen penelitian yang telah dibuat. Reliabel berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Untuk pengujian validitas peneliti menggunakan SPSS 16 dengan rumus scale, realibility analisys dengan memasukkan butir skor pernyataan dan totalnya pada setiap variabel.

Kriteria pengujian reliabilitas menurut Ghazali (2005, hal.42) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai koefisien reliabilitas  $> 0,60$  maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik.

- 2) Jika nilai koefisien reliabilitas  $< 0,60$  maka instrumen memiliki reliabilitas yang kurang baik.

**Tabel III.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Sistem	,726	8
Kualitas Pelayanan	,740	10
Kepuasan Pelanggan	,657	8

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 24 (data diolah), Tahun 2018

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,6$  sehingga variabel dikatakan handal.

## F. Teknik Analisis Data

Metode analisis data menurut jenjang keilmuannya statistika dibedakan menjadi dua, yaitu statistika deskriptif dan statistika inferensial

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik sampel yang digunakan dan menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian. Analisis statistik deskriptif meliputi jumlah, sampel, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari semua variabel.

### 2. Analisis Statistik Inverensial

Statistika inferensial adalah teknik analisis data yang digunakan untuk menentukan sejauh mana kesamaan antara hasil yang diperoleh dari suatu sampel dengan hasil yang didapat pada populasi secara keseluruhan. Dalam hal ini dilakukan pengujian signifikan dari suatu analisis berdasarkan pada uji-t, uji F, dan uji asumsi klasik.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda yang digunakan dalam melakukan analisis terjadi penyimpangan klasik, maka digunakan tiga model klasik untuk mendeteksi data ada tidaknya penyimpangan klasik tersebut yaitu:

#### a) Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Metode yang dapat dipakai untuk normalitas antara lain:

Analisis grafik dan analisis statistik. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara analisis grafik. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya: Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal (menyerupai lonceng), regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### b) Uji Gejala Multikolinearitas

Masalah-masalah yang mungkin akan timbul pada penggunaan persamaan regresi berganda adalah *multikolinearitas*, yaitu suatu keadaan yang variabel bebasnya berkorelasi dengan variabel bebas lainnya atau suatu variabel bebas merupakan fungsi linier dari variabel bebas lainnya. Adanya

*Multikolinearitas* dapat dilihat dari *tolerance value* atau nilai *variance inflation factor* (VIF). Nugroho (2005) dalam Sujianto (2009) menyatakan jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinearitas.

### c) Uji Gejala Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode yang dapat dipakai untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas antara lain: metode grafik, park glejser, rank spearman dan barlett.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang terletak di Studentized ketentuan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Korelasi *regresi linier berganda* untuk menguji Hipotesis 1 dan 2 dengan

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

- $Y$  = Kepuasan pelanggan  
 $a$  = konstanta persamaan regresi  
 $b_1, b_2$  = koefisien regresi  
 $x_1$  = Kualitas sistem  
 $x_2$  = Kualitas pelayanan  
 $e$  = Error

(Sugiyono, 2006, hal 212)

- a. Untuk mengetahui tingkat signifikan hipotesis digunakan uji t dengan rumus sebagai berikut .

Rumus umumnya adalah:

$$t = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r_{xy})^2}}$$

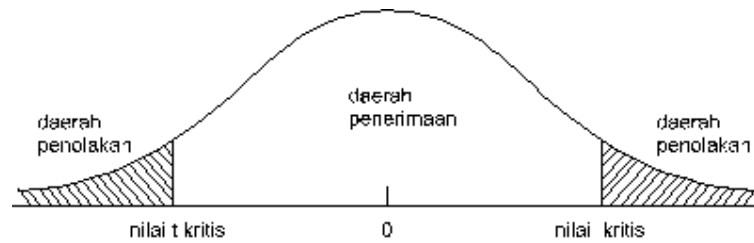
Dimana :

$r_{xy}$  = korelasi variabel x dan y yang ditemukan

$n$  = jumlah sampel

ketentuannya :

- a. Bila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka  $H_0$  = diterima, sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat
- b. Bila  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka  $H_0$  = ditolak, sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat



Untuk menguji hipotesis secara serentak, digunakan rumus uji F :

$$Fh = \frac{R^2 \int k}{(1 - r^2) \int (n - k - 1)}$$

Dimana :

R = Koefisien korelasi berganda

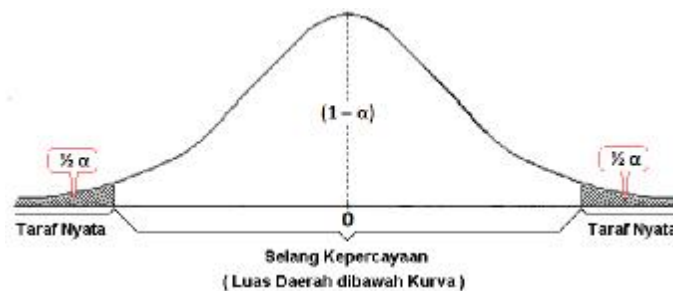
K = Jumlah variabel bebas

N = sampel

#### Kriteria Pengujian Uji F

Kriteria penerimaan / penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka terima  $H_0$  sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan terikat.
2. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka tolak  $H_0$  sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan terikat.



Untuk mengetahui seberapa besar persentase hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, digunakan rumus uji Determinasi

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

Dimana:

D = koefisien determinasi

$R^2$  = hasil kuadrat korelasi berganda



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi Data Responden

Dalam penelitian ini, variabel penelitian yang diamati ada 2 (dua) variabel X, yaitu kualitas pelayanan (X1), kualitas sistem (X2) dan 1 (satu) variabel Y yaitu kepuasan pelanggan (Y). Sedangkan untuk pengukuran dari ketiga variabel tersebut, digunakan satuan ukuran skala likert dengan kriteria sebagai berikut:

Dalam menyebarkan angket yang penulis lakukan terhadap 100 responden, tentu memiliki perbedaan karakteristik baik itu secara usia, pekerjaan, dan tingkat pendidikan. Banyaknya pembelian produk PT. Gojek Indonesia, oleh karena itu perlu adanya pengelompokan untuk masing-masing identitas pribadi para responden.

Data kuesioner yang disebarkan diperoleh beberapa karakteristik responden, yakni jenis usia, pendidikan dan pekerjaan. Tabel-tabel dibawah ini akan menjelaskan karakteristik responden penelitian.

**Tabel IV-1**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

Umur/Tahun	Jumlah (orang)	Percent
17-20	65	65.0
21-23	20	20.0
24-26	10	10.0
>26	5	5.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Penelitian (2018)

Tabel diatas menunjukkan bahwa konsumen PT. Gojek Indonesia terdiri dari berbagai karakteristik usia yang berbeda-beda dari yang muda sampai yang tua. Namun sebagian besar dari responden yang menggunakan aplikasi gojek pada mahasiswa UMSU adalah responden yang berumur 17-20 tahun. Hal ini dikarenakan responden pada umur tersebut lebih dominan menggunakan teknologi.

**Tabel IV-2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	%
SMA/SMK	87	87.0
D3	13	13.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Penelitian (2018)

Dari tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar pendidikan responden adalah SMA yaitu sebanyak 87 orang (87%). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna produk PT. Gojek Indonesia yang berada di UMSU mayoritas adalah tamatan SMA/SMK yang melanjutkan ke jenjang pendidikan sarjana dibandingkan dengan mahasiswa yang tamatan D3 yang sedang menjalani pendidikan sarjana.

**Tabel IV-3**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Laki-Laki	55	55.0
Wanita	45	45.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Penelitian (2018)

Dari tabel di atas diketahui bahwa responden penelitian ini terdiri wanita 45 orang (45%) dan laki-laki 55 orang (55%). Persentase konsumen antara pelanggan laki-laki dan konsumen perempuan memiliki jumlah yang hampir sama banyaknya. Hal ini berarti karakteristik berdasarkan jenis kelamin konsumen di PT. Gojek Indonesia tidak didominasi jenis kelamin, tetapi setiap laki-laki maupun perempuan memiliki pendapat mengenai kualitas pelayanan (X1), kualitas sistem (X2) dan kepuasan pelanggan (Y).

## **2. Data Variabel Penelitian**

Variabel – variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel. Yaitu kualitas pelayanan (X1), kualitas sistem (X2) dan kepuasan pelanggan (Y).

**Tabel IV-4**  
**Hasil Angket Kualitas Sistem ( X<sub>1</sub> )**

No pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	19	19	61	61	15	15	3	3	2	2	100	100
2	23	23	60	60	11	11	6	6	0	0	100	100
3	20	20	63	63	13	13	4	4	0	0	100	100
4	11	11	60	60	25	25	4	4	0	0	100	100
5	45	45	46	46	8	8	1	1	0	0	100	100
6	30	30	37	37	25	25	8	8	0	0	100	100
7	23	23	44	44	19	19	12	12	2	2	100	100
8	8	8	47	47	31	31	13	13	1	1	100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2018)

Dari data diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden navigasi pada sistem aplikasi Gojek sederhana dan mudah digunakan, responden menjawab sangat setuju 19% dan setuju 61%. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 80% responden menyatakan navigasi sistem aplikasi gojek mudah digunakan, meskipun 20% responden yang merasa sulit untuk menggunakan aplikasi gojek.
- 2) Jawaban responden tentang Sistem informasi Gojek nyaman digunakan., responden menjawab 83%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah nyaman dalam menggunakan sistem informasi gojek dan 17% untuk responden yang belum nyaman menggunakan aplikasi gojek

- 3) Jawaban responden tentang desain penampilan sistem Gojek sangat menarik responden menjawab setuju 83%. Hal ini menunjukkan bahwa responde sudah menyukai penampilan dari aplikasi sistem gojek yang selama ini sudah digunakan dan 17 % responden yang belum menyukai dengan penampilan sistem aplikasi gojek .
- 4) Jawaban responden tentang sistem aplikasi gojek cepat dalam merespon pengguna, responden menjawab 71%. Hal ini menunjukkan bahwa responden tersebut dapat menggunakan aplikasi gojek dalam merespon dan 29% responden masih merespon bahwa aplikasi gojek masih lambat.
- 5) Jawaban responden tentang koneksi aplikasi gojek selalu dalam kondisi yang baik, responden menjawab kurang setuju 91%. Hal ini menunjukkan bahwa jaringan yang digunakan untuk aplikasi gojek sudah baik dan 9% responden menyatakan aplikasi gojek tidak memiliki koneksi yang baik untuk digunakan.
- 6) Jawaban responden tentang sistem aplikasi gojek memberikan informasi keberadaan driver gojek dengan tepat, responden menjawab sangat setuju dan setuju 67%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah dapat mengetahui keberadaan driver gojek dari aplikasi yang digunakan
- 7) Jawaban responden tentang sistem aplikasi gojek memiliki keunikan sendiri dibandingkan dengan aplikasi competitor, responden menjawab setuju 63%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah mengetahui keunikan aplikasi gojek dibandingkan dengan aplikasi competitor lain dan 37% responden menjawab tentang aplikasi gojek tidak memiliki keunikan dibandingkan dengan aplikasi kompetitor.

- 8) Jawaban responden tentang sistem aplikasi gojek sering mengupdate penawaran promo secara langsung kepada pelanggan (melalui SMS/Email), responden menjawab setuju 53%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sering mengupdate aplikasi gojek agar mendapatkan informasi yang baru dan 47% responden masih belum mengupdate aplikasi gojek sehingga tidak mengetahui promosi yang diadakan PT. Gojek Indonesia.

**Tabel IV-5 Hasil Angket Kualitas Pelayanan (X2)**

No pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20	30	56	84	19	28	3	4	2	3	100	100
2	33	49	50	75	9	13	8	12	0	0	100	100
3	21	31	65	97	11	16	2	3	1	1	100	100
4	13	19	56	84	25	37	4	6	2	3	100	100
5	35	52	53	79	9	13	3	4	0	0	100	100
6	23	34	47	70	25	37	4	6	1	1	100	100
7	31	46	43	64	13	19	11	16	2	3	100	100
8	12	18	66	99	13	19	8	12	1	1	100	100
9	23	34	51	76	18	27	6	9	2	3	100	100
10	31	46	58	87	8	12	2	3	1	1	100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2018)

- 1) Jawaban responden navigasi pada tampilan driver gojek sesuai dengan foto yang ada di aplikasi gojek, responden menjawab sangat setuju 19% dan setuju 61%. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 76% responden

menyatakan tampilan driver gojek sesuai dengan aplikasi dan masih ada 24% responden menjawab tampilan driver yang belum sesuai dengan foto yang ada di aplikasi.

- 2) Jawaban responden tentang jenis kendaraan serta nomor plat kendaraan sesuai dengan yang ada di aplikasi, responden menjawab 83%. Hal ini menunjukkan bahwa responden kendaraan dan plat nomor yang digunakan driver gojek sudah sesuai dengan aplikasi dan 17% responden kendaraan dan plat tidak sesuai dengan yang ada di aplikasi
- 3) Jawaban responden tentang ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan responden menjawab setuju 83%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah menyukai penampilan dari aplikasi sistem gojek yang selama ini sudah digunakan. 17% responden menjawab tidak menyukai penampilan dari sistem aplikasi gojek.
- 4) Jawaban responden tentang sistem aplikasi gojek cepat dalam merespon pengguna, responden menjawab 71%. Hal ini menunjukkan bahwa responden tersebut dapat menggunakan aplikasi gojek dalam merespon dan 29% responden menjawab aplikasi gojek masih lambat dalam merespon permintaan konsumen.
- 5) Jawaban responden tentang Driver merespon permintaan pelanggan secara tepat, responden menjawab kurang setuju 91%. Hal ini menunjukkan bahwa jaringan yang digunakan untuk aplikasi gojek sudah baik dan 9% masih ada responden yang menjawab driver tidak merespon permintaan konsumen.

- 6) Jawaban responden tentang Driver dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan pelanggan, responden menjawab sangat setuju dan setuju 67%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah dapat mengetahui keberadaan driver gojek dari aplikasi yang digunakan dan 33% responden menjawab tidak mengetahui keberadaan driver gojek.
- 7) Jawaban responden tentang Driver mampu meyakinkan pelanggan terhadap keamanan barang yang diantarkan, responden menjawab setuju 63%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah mengetahui keunikan aplikasi gojek dibandingkan dengan aplikasi competitor lain dan 37% responden tidak mengetahui keunikan aplikasi gojek
- 8) Jawaban responden tentang Driver memberikan rasa percaya kepada pelanggan untuk menangani masalah yang dihadapi pelanggan, responden menjawab setuju 53%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sering mengupdate aplikasi gojek agar mendapatkan informasi yang baru dan 47% responden menjawab tidak merasa nyaman dengan menggunakan aplikasi gojek.
- 9) Jawaban responden tentang Driver selalu mengutamakan kepentingan pelanggan, responden menjawab setuju 63%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah mengetahui keunikan aplikasi gojek dibandingkan dengan aplikasi competitor lain dan 37% responden menjawab driver gojek tidak mengutamakan kepentingan pelanggan.
- 10) Jawaban responden tentang Driver memberikan perhatian secara personal atau individu, responden menjawab setuju 63%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah mengetahui keunikan aplikasi gojek dibandingkan



dengan aplikasi competitor lain dan 37% responden menjawab driver gojek tidak memberikan perhatian terhadap pelangganya.

**Tabel IV-6 Hasil Angket Kepuasan pelanggan ( Y )**

No pernya Taan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	29	29	54	54	15	15	2	2	0	0	100	100
2	44	44	44	44	8	8	4	4	0	0	100	100
3	18	18	74	74	3	3	3	3	2	2	100	100
4	15	15	57	57	20	20	5	5	3	3	100	100
5	33	33	53	53	11	11	3	3	0	0	100	100
6	27	27	47	47	20	20	4	4	2	2	100	100
7	47	47	43	43	8	8	2	2	0	0	100	100
8	14	14	66	66	6	6	5	5	9	9	100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2018)

- 1) Jawaban responden Saya puas dengan berbagai pelayanan yang ditawarkan gojek, responden menjawab sangat setuju 19% dan setuju 61%. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 76% responden menyatakan tampilan driver gojek sesuai dengan aplikasi dan 24% responden belum puas dengan pelayanan gojek
- 2) Jawaban responden tentang Saya merasa puas menggunakan jasa gojek, responden menjawab 83%. Hal ini menunjukkan bahwa responden kendaraan dan plat nomor yang digunakan driver gojek sudah sesuai dengan aplikasi dan 17% responden menjawab belum puas dengan menggunakan jasa pelayanan gojek.

- 3) Jawaban responden tentang Saya merasa puas dengan fasilitas tambahan yang disediakan oleh gojek responden menjawab setuju 83%. Hal ini menunjukkan bahwa responde sudah menyukai penampilan dari aplikasi sistem gojek yang selama ini sudah digunakan dan 17% responden belum puas dengan fasilitas tambahan yang disediakan gojek.
- 4) Jawaban responden tentang Saya merasa puas dengan standar pelayanan yang diterapkan oleh gojek, responden menjawab 71%. Hal ini menunjukkan bahwa responden tersebut dapat menggunakan aplikasi gojek dalam merespon dan 29% responden menjawab belum puas dengan standar pelayanan yang diberikan driver gojek.
- 5) Jawaban responden tentang Saya dapat mempergunakan jasa gojek kapa saja dengan cepat, responden menjawab kurang setuju 91%. Hal ini menunjukkan bahwa jaringan yang digunakan untuk aplikasi gojek sudah baik dan 9% responden menjawab jarang menggungkan aplikasi gojek.
- 6) Jawaban responden tentang Saya dapat mempergunakan jasa gojek dimana saja dengan mudah, responden menjawab sangat setuju dan setuju 67%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah dapat mengetahui keberadaan driver gojek dari aplikasi yang digunakan dan 33% responden menjawab tidak mudah menggunakan aplikasi gojek apabila jaringan internet lagi lambat.
- 7) Jawaban responden tentang Saya merasa puas dengan keramahan yang ditunjukkan para driver gojek, responden menjawab setuju 63%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah mengetahui keunikan aplikasi gojek dibandingkan dengan aplikasi competitor lain dan 37% responden

menjawab driver gojek tidak ramah dalam memberikan layanan kepada konsumennya.

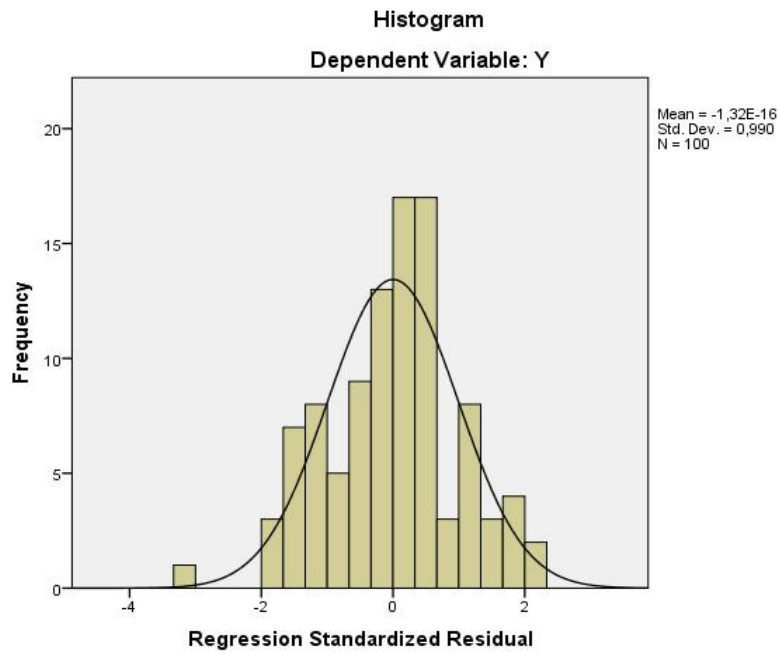
- 8) Jawaban responden tentang Saya dapat mengakses keberadaan driver dengan mudah, responden menjawab setuju 53%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sering mengupdate aplikasi gojek agar mendapatkan informasi yang baru dan 47% responden sangat sulit mengakses driver gojek dengan mudah karena adanya gangguan jaringan internet.

### **3. Menguji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Tujuan dilakukannya uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Normal disini dalam arti mempunyai distribusi data yang normal. Normal atau tidaknya data berdasarkan patokan distribusi normal data dengan mean dan standar deviasi yang sama.

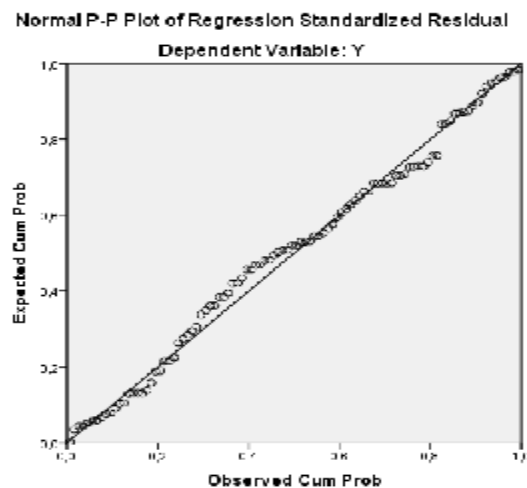
Untuk mengetahui apakah data penelitian ini memiliki normal atau tidak bisa melihat dari uji normalitas melalui SPSS apakah membentuk data yang normal atau tidak.



Sumber : Hasil Penelitian (2018)

**Gambar IV.1**  
**Histogram**

Berdasarkan gambar histogram diatas, bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat batas diagram yang mengikuti garis lengkung diagonal.



Sumber : Hasil Penelitian (2018)

**Gambar IV.2**  
**P-Plot**

Dari gambar tersebut di dapatkan hasil bahwa semua data berdistribusi secara normal, sebaran data berada di sekitar garis diagonal.

### b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2005: 91),” uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)”. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen, karena korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat VIF antar variabel independen. Jika VIF menunjukkan angka lebih kecil dari 10 menandakan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Disamping itu, suatu model dikatakan terdapat gejala multikolinearitas jika nilai VIF diantara variabel independen lebih besar dari 10.

**Tabel IV.7**  
**Uji Multikolinearitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,779	3,842		2,285	,024		
	X1	,183	,079	,195	2,323	,022	,978	1,022
	X2	,452	,066	,574	6,851	,000	,978	1,022

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Penelitian (2018)

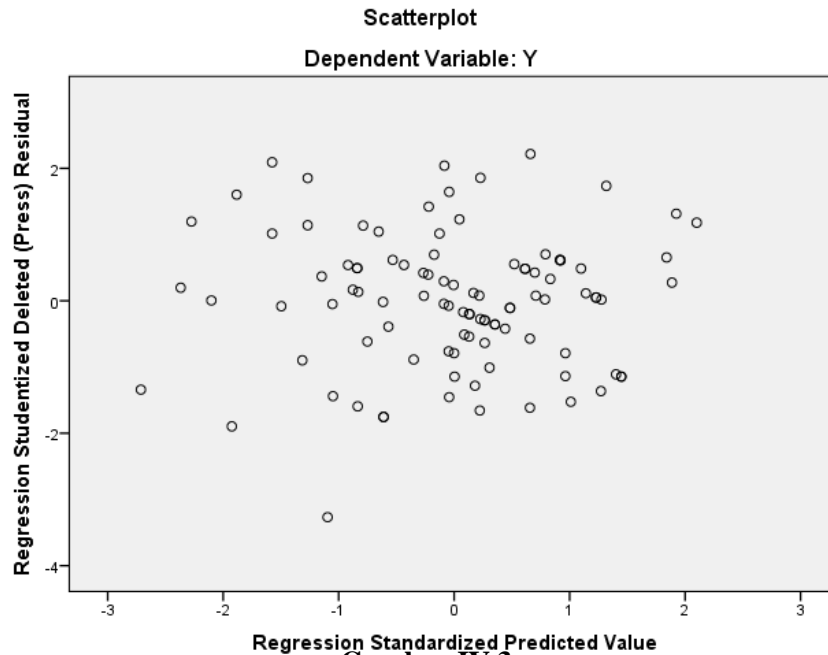
Dari data diatas setelah diolah menggunakan SPSS dapat dilihat bahwa nilai VIF masing-masing variabel sebesar  $1,022 < 10$ , sedangkan nilai *tolerance*

untuk masing-masing variabel sebesar 0,978 dan nilai tersebut mendekati nilai 1. hal ini membuktikan bahwa nilai VIF setiap variabelnya bebas dari gejala multikolinearitas.

### c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2005, hal.105) “uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, karena karena untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk menguji ada tidaknya situasi heteroskedastisitas dalam varian error terms untuk model regresi. Dalam penelitian ini akan digunakan metode chart (Diagram Scatterplot), dengan dasar pemikiran bahwa :

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (poin-poin), yang ada membentuk suatu pola tertentu yang beraturan (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar keatas dan dibawah 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber : Hasil Penelitian (2018)

Berdasarkan gambar scaterplot diatas, diketahui bahwa data dalam penelitian ini terbebas dari heterokedastisitas hal ini dapat dilihat dari titik-titik yang tersebar di seluruh gambar.

#### **4. Uji Hipotesis**

##### **a. Regresi Linier Berganda**

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen, yaitu kualitas sistem, kualitas pelayanan serta satu variabel dependen yaitu Kepuasan pelanggan. Adapun rumus dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

**Tabel IV.8**  
**Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,779	3,842		2,285	,024
	X1	,183	,079	,195	2,323	,022
	X2	,452	,066	,574	6,851	,000

Sumber : Hasil Penelitian (2018)

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan SPSS 16.0 diatas akan didapat persamaan regresi berganda model regresi sebagai berikut :

$$Y = 8,779 + 0,183X1 + 0,452X2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

X1 = Kualitas sistem

X2 = Kualitas pelayanan

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dianalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan yaitu :

1. 8,779 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dan kualitas sistem (0) maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 8,779.
2. 0.183 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas sistem ditingkatkan 100% maka nilai kepuasan pelanggan akan bertambah bertambah 18,3%.
3. 0,452 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dititngkatkan 100% maka nilai kepuasan pelanggan akan berkurang 45,2%.



Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa hanya variabel kualitas sistem dan kualitas pelayanan memiliki koefisien yang positif mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel Y (Kepuasan pelanggan).

**b. Uji t**

**Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan pelanggan**

**Tabel IV.9**

**Uji Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan pelanggan**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,779	3,842		2,285	,024
	X1	,183	,079	,195	2,323	,022
	X2	,452	,066	,574	6,851	,000

Sumber : Hasil Penelitian (2018)

Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi kualitas sistem terhadap Kepuasan pelanggan berdasarkan uji t diperoleh sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,323 > 1,98447$ ) (Sig  $0.022 < \alpha 0.05$ ). dengan demikian  $H_0$  ditolak. kesimpulannya : ada pengaruh signifikan Kualitas sistem terhadap Kepuasan pelanggan produk pada PT. Gojek Indonesia.

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan

**Tabel IV.10**

### Uji Pengaruh Kualitas sistem Terhadap Kepuasan pelanggan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,779	3,842		2,285	,024
	X1	,183	,079	,195	2,323	,022
	X2	,452	,066	,574	6,851	,000

Sumber : Hasil Penelitian (2018)

Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi Kualitas pelayanan berdasarkan uji t diperoleh sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,851 < 1,98447$ ) (Sig  $0.000 < \alpha 0.05$ ). dengan demikian  $H_0$  ditolak. kesimpulannya : ada pengaruh signifikan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Gojek Indonesia.

### c. Uji F

**Tabel IV.11**

### Uji Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas sistem Terhadap Kepuasan pelanggan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	420,978	2	210,489	24,342	,000 <sup>b</sup>
	Residual	838,782	97	8,647		
	Total	1259,760	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber : Hasil Penelitian (2018)

Berdasarkan hasil uji F diatas diperoleh  $df_1=97$  dan  $df_2=2$  sehingga diperoleh hasil sebagai berikut nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar ( $24,342 > 3.09$ ) (Sig.  $0.000 < \alpha 0.05$ ), dengan demikian  $H_0$  ditolak . kesimpulannya : ada pengaruh signifikan pengaruh Kualitas sistem dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan PT. Gojek Indonesia.

#### d. Uji Determinasi

**Tabel IV.12**

**Uji Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.578 <sup>a</sup>	.334	.320	2.94062

Sumber : Hasil Penelitian (2018)

Dari hasil Nilai *Adjust R-Square* sebesar 0.320 atau 32% menunjukkan kontribusi kualitas sistem dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan sisanya 68% dipengaruhi oleh faktor lain atau variable lain yang tidak diteliti seperti harga, promosi, citra merek dan lain-lain. Alasan menggunakan R Square karena peneliti memilih sampel dengan non-random (misalnya sampling purposif, accidental) maka individu yang kita teliti namanya subjek atau partisipan, bukan sampel. Pada kasus ini kita cukup menggunakan R<sup>2</sup> saja karena tidak bertujuan untuk menggeneralisasikan ke populasi yang lebih luas.

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi kualitas sistem terhadap Kepuasan pelanggan berdasarkan uji t diperoleh sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,323 > 1,98447$ ) (Sig  $0.022 < \alpha 0.05$ ). dengan demikian  $H_0$  ditolak. kesimpulannya : ada pengaruh signifikan Kualitas sistem terhadap Kepuasan pelanggan produk pada PT. Gojek Indonesia.

Kualitas sistem yang dibentuk perusahaan dan kepuasan serta Keputusan Pembelian berkaitan erat. Kualitas sistem yang baik memberikan suatu dorongan

kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggannya serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau Keputusan Pembelian kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan kepadanya.

Menurut Susanto & Wijanarko (2008. Hal 132). Kualitas sistem yang kuat dapat menarik pelanggan untuk menggunakannya. sebagai faktor penentu dalam pemilihan keputusan pembelian, sedangkan syarat yang kuat adalah kualitas sistem.

Septianita (2014) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Artinya sistem, informasi serta pelayanan RTS yang ada di PT.KAI (Persero) Daop 9 Jember dapat dianggap cukup baik.

Widodo (2016) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas sistem aplikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Sistem Aplikasi Rts (*Rail Ticketing System*).

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi Kualitas pelayanan berdasarkan uji t diperoleh sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,851 < 1,98447$ ) ( $Sig\ 0.000 < \alpha 0.05$ ). dengan demikian  $H_0$  ditolak. kesimpulannya : ada pengaruh signifikan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Gojek Indonesia.

Menurut *American Society for Quality Control* (Kotler, 2007, hal.50) :  
 “Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten“.

Menurut Peter dan Olson (2013, hal.79), Kualitas jasa adalah kesesuaian jasa dengan kebutuhan pasar atau pelanggan. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan pelanggan, karena dengan meningkatkan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Septianita (2014) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Artinya pelayanan RTS yang ada di PT.KAI (Persero) Daop 9 Jember dapat dianggap cukup baik.

Widodo (2016) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Sistem Aplikasi Rts (*Rail Ticketing System*).

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil uji F diatas diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar (24,342 > 3.09) (Sig. 0.000 <  $\alpha$ 0.05), dengan demikian  $H_0$  ditolak . kesimpulannya : ada pengaruh signifikan pengaruh Kualitas sistem dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Gojek Indonesia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Rangkuti (2004, hal.28) bahwa: Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika produk yang digunakan sesuai dengan yang diharapkan.

Selanjutnya kualitas sistem adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk / jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat–manfaat karena memiliki atau menggunakan produk / jasa tersebut. Kualitas sistem merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi.

Apabila kualitas sistem/tarif sebuah barang/jasa yang dibeli pelanggan dapat memberikan hasil yang memuaskan, maka dapat dikatakan bahwa penjualan total perusahaan akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam nilai rupiah, sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Rahmad (2006) “menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan”.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah di bahas sebelumnya, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini diperoleh ada pengaruh signifikan Kualitas sistem terhadap Kepuasan pelanggan produk pada PT. Gojek Indonesia.
2. Dari hasil penelitian ini diperoleh ada pengaruh signifikan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Gojek Indonesia.
3. Berdasarkan hasil uji F diatas diperoleh ada pengaruh signifikan pengaruh Kualitas sistem dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Gojek Indonesia.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan bahwa ada pengaruh signifikan antara Kualitas pelayanan dan Kualitas sistem terhadap Kepuasan pelanggan PT. Gojek Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Untuk dapat mengutamakan kualitas sistem, PT. Gojek Indonesia sebaiknya dapat menciptakan keunikan tersendiri yang berbeda dari aplikasi pesaing. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membuat konten-konten yang berbeda dari pesaing dan mengupdate penawaran promo.
2. PT. Gojek Indonesia sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan melalui aspek *assurance*. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menumbuhkan

kepercayaan konsumen dengan menyeleksi dengan benar driver gojek agar driver yang terdaftar dengan kendaraan yang didaftarkan sesuai dengan yang dimasukkan kedalam aplikasi.

3. Agar kepuasan pelanggan PT. Gojek Indonesia semakin meningkat maka perusahaan seharusnya dapat meningkatkan proses pelayanannya dengan cara meng-update aplikasi agar map (peta) yang ada diaplikasi sesuai dengan keberadaan pengemudi Gojek.



## DAFTAR PUSTAKA

- A. B. Susanto, Himawan Wijanarko. 2008. *Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung: Mizan
- Agus Eko Sujianto. 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Ali Hasan. 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasu Pilihan*, CAPS, Jakarta
- Bahrul Kirom. 2012. *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan*, Bandung: Pustaka Reka Cipta
- Bilson Simamora. 2007. *Panduan Riset Perilaku Pelanggan*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Costabile, 2010 *Prinsip Kepuasan Pelanggan Indonesia*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo
- Effendy Widodo. 2016. *Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi RTS*. Jurnal Volume 15 Nomo 1
- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2006, *Manajemen Pelayanan Jasa*, Yogyakarta : Andi
- Fandy Tjiptono, 2013, *Manajemen Pelayanan Jasa*, Yogyakarta : Andi
- Freddy Rangkuti. 2007. *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benjamin Molan,1997. *Marketing Management*.10th ed.(2000). Jakarta : PT Penhallindo
- Imam Ghozali. 2006, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, Cetakan Keempat. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Irawan, Handi. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarata: Salemba Empat
- Kartajaya, Hermawan, 2007, *Marketing Plus Siasat Memenangkan Persaingan Global*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama

- Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Garry Amstrong, 2007 “*Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*”, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2011. “*Manajemen Pemasaran” Jilid I (Edisi XII) Alih Bahasa Bob Sabran*”, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi II*. Jakarta : Salemba empat.
- Ratih Hurriyati, 2005, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta : Penerbit PT. Rineka Cipta
- Rosalina. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Adi
- Rusdarti, 2004, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BPD Jawa Tengah Cabang Semarang*”, *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 13, Juli, pp 54-65
- Septianita (2014) *Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNVY*
- Smith & Lauren. K. Wright, 2004, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Salemba Empat
- Sugiyono. 2008. “*Metode Penelitian Bisnis*”, Alfa beta, Bandung Supranto J. 2005. “*Statistik*”, Jakarta : Erlangga.
- Sunarto. 2006. *Manajemen Pemasaran 2*. Yogyakarta : Adityamedia, Yogyakarta.
- Thamrin Abdullah. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Zulkarnain. 2012. *Ilmu Menjual, Pendekatan Teoritis, dan Kecakapan Menjual*, Yogyakarta: Graha ilmu