

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN GO-JEK DI YOGYAKARTA**
(Studi Kasus Pada Konsumen Go-Jek Pengguna Layanan Go-Car di Yogyakarta)



SKRIPSI

Emie Rosaline

11150013

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2019**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN GO-JEK DI YOGYAKARTA**

(Studi Kasus Pada Konsumen Go-Jek Pengguna Layanan Go-Car di Yogyakarta)



SKRIPSI

Emie Rosaline

11150013

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2019

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN GO-JEK DI YOGYAKARTA**
(Studi Kasus Pada Konsumen Go-Jek Pengguna Layanan Go-Car di Yogyakarta)

SKRIPSI

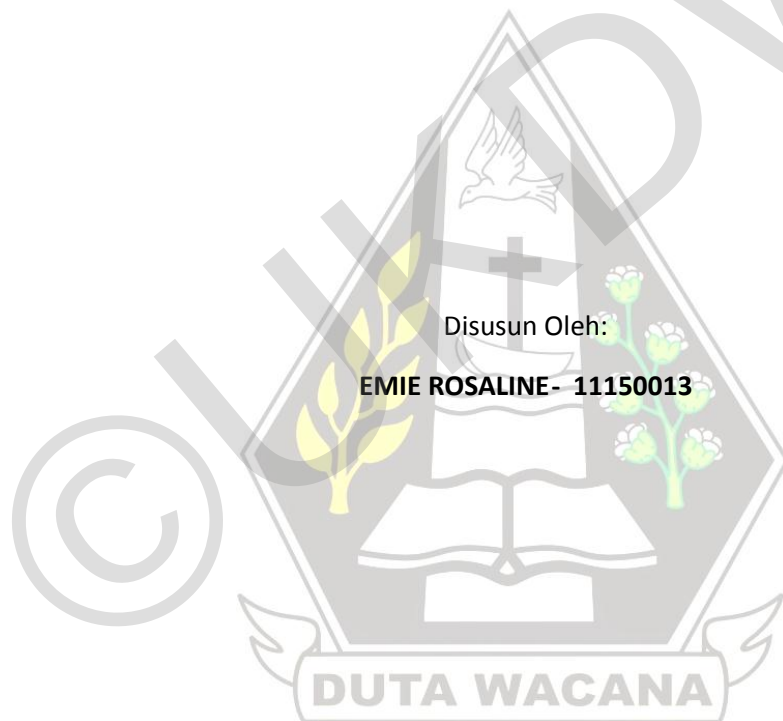
Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

EMIE ROSALINE - 11150013

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2019

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GO-JEK DI YOGYAKARTA

(Studi Kasus Pada Konsumen Go-Jek Pengguna Layanan Go-Car di Yogyakarta)

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

EMIE ROSALINE

11150013

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan Dinyatakan **DITERIMA** Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Pada Tanggal 23 Januari 2019

Nama Dosen

1. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si
(Ketua Tim/Dosen Penguji)
2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Dosen Penguji)
3. Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 25 JAN 2019

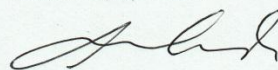
Disahkan Oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

ketua Program Studi,



Drs. Sisnuhadi, MBA, P.h.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GO-JEK DI YOGYAKARTA (Studi
Kasus Pada Konsumen Go-Jek Pengguna Layanan Go-Car Di Yogyakarta)**

Yang saya kerjakan untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana adalah bukan hasil tiruan dan atau duplikasi dari hasil karya pihak lain pada perguruan tinggi atau institusi manapun kecuali pada bagian yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari ditentukan bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari hasil karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi, yaitu pencabutan gelar sarjana.

Yogyakarta,17-12-.....2018



Emie Rosaline

11150013

HALAMAN MOTTO

Aku hendak bersyukur kepada-mu selama-lamanya, sebab engkau yang bertindak; karena nama-mu baik, aku hendak memasyurkannya di depan-depan orang yang kau kasihi

(mazmur 52:9)

Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apa pun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.

(Filipi 4:6)

Pengetahuan diperoleh dengan belajar, kepercayaan dengan keraguan, keahlian dengan berlatih, dan cinta dengan mencintai

(Thomas Szasz-psikiater asal Hungaria)

Jika Anda hidup seratus tahun, saya ingin hidup seratus tahun dikurangi satu hari. Dengan begitu, saya tak pernah hidup tanpa Anda.

(A A Milne)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang sudah memberikan kesehatan dan menyertai saya dari awal hingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Kepada orang tua saya serta seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan serta semangat kepada saya.
3. Kepada bapak Dr.Singgih Santoso,.MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi banyak arahan serta mengoreksi skripsi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Kepada bapak dan ibu Dosen Manajemen, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman selama kuliah.
5. Kepada kakak Heru dan kak Epi yang mau memberikan pendapat dan arahan.
6. Kepada kakak Wiz dan Nopli yang siap diam di kamar kos agar saya konsentrasi.
7. Kepada sahabat kecil saya yang dipertemukan kembali saat kuliah dikota dan kampus yang sama bahkan selalu pindah kos juga bersama yaitu Ovi Syaputri,.S.Ars yang selalu sabar mendengarkan keluhan dan curhat saya.
8. Kepada teman dari awal kuliah sampai akhir Iin, Nata, dan Angel yang selalu membantu dan memberi dukungan serta yang selalu sabar menghadapi saya.
9. Kepada teman SMA Erlin, Ika, dan Sangsang. Terimakasih atas semua keceriaannya.
10. Terimakasih kepada orang terkasih yang belum sempat saya sebutkan untuk semua bantuan doa, dukungan, pengorbanan, pertolongan dan berjasa serta masa-masa indah yang kita lalui.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada tuhan yang selalu menyert didalam hidup ini dan bersyukur juga atas kasih setia dan berkat yang telah diberikan tuhan kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek Di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Konsumen Go-Jek Pengguna Layanan Go-Car Di Yogyakarta) dengan baik.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan untuk mendapat Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Skripsi ini tidak terlepas dari doa, bimbingan dan dukungan serta bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat saya menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat saya harapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membutuhkan.

Yogyakarta, 13 Desember 2018

Penulis,

Emie Rosaline

11150013

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penulisan.....	5
1.5 Batasan Masalah	6
1.5.2 Responden Penelitian.....	7
1.5.3 Periode penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	8
2.2 Kualitas pelayanan	9
2.2.1 Dimensi-dimensi kualitas pelayanan	10
2.3 Kepercayaan.....	11
2.3.1 Dimensi Kepercayaan	12

2.4 Kepuasan Konsumen	13
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	13
2.4.2 Metode pengukuran Kepuasan Konsumen	14
2.4.3 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	16
2.5 Penelitian Terdahulu	16
2.6 kerangka Penelitian.....	18
2.7 Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Data.....	19
3.1.1 Sumber Data	19
3.1.2 Pengumpulan Data.....	20
3.1.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	20
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	21
3.2.1 Oprasional variabel.....	21
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	22
3.3 Metode Analisis Data.....	23
3.3.1 Uji Validitas.....	23
3.3.2 Uji Reliabilitas	24
3.3.3 Analisis Deskriptif	26
3.3.4 Uji Regresi Linear Berganda	26
3.3.5 Koefisien Determinasi (r^2).....	27
3.3.6 Uji t	27
3.3.7 Uji F	28
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	29
4.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	30
4.1.1 Uji Validitas.....	30
4.1.2 Uji Realiabilitas	33
4.2 Analisis Deskriptif	34
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	35

4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	36
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran	38
4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Intensitas	39
4.3 Uji Signifikan	40
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	40
4.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)	41
4.3.3 Hasil Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	42
4.3.4 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	43
4.4 Hasil Pembahasan	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.1.1 Profil Responden	49
5.1.2 Analisis Data	49
5.3 Saran	50
5.3.1 Saran Untuk Go-Car Yogyakarta	50
5.3.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	16
3.2 Pengukuran Variabel.....	23
4.1 Hasil Uji Validitas.....	31
4.2 Hasil Uji Validasi	32
4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
4.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.5 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	35
4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	36
4.7 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
4.8 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	38
4.9 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumen.....	39
4.10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
4.11 Nilai Koefisien Determinasi R^2	42
4.12 Hasil Uji F.....	42
4.13 Hasil Uji T.....	44
4.14 Pembahasan Hasil.....	47

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Kerangka Penelitian.....	18
-------------------------------------	----

©UKDWN

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner.....	57
Validitas dan Reabilitas.....	66
Uji Regresi.....	69
r Tabel.....	77
Surat Ijin Kesbangpol.....	79
Kartu Konsul.....	80

©UKDWN

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN GO-JEK DI YOGYAKARTA**

**(STUDI KASUS PADA KONSUMEN GO-JEK PENGGUNA LAYANAN GO-CAR
DI YOGYAKARTA)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen Go-Car di Yogyakarta. Yang menjadi sampel dari penelitian ini adalah Go-Car. Penelitian ini menggunakan sampel 100 (Seratus) responden yang pernah menggunakan layanan Go-Car di Yogyakarta yang kemudian di uji menggunakan uji regresi linear berganda.

Data diperoleh dengan penyebaran kuesioner yang terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya, adapun uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ; mayoritas profil konsumen Go-Car di Yogyakarta adalah perempuan dengan usia 18-23 tahun , pendidikan terakhir responden adalah SMA/SMK dan memiliki pekerjaan yaitu mahasiswa/pelajar dan pengeluaran responden perbulannya Rp 1.000.000-2.000.000. Frekuensi konsumen menggunakan > 3 kali dalam satu bulan. Uji R^2 seluruh pertanyaan yang digunakan sebagai alat ukur dapat di nyatakan reliabel. Uji f menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan layanan Go-car di Yogyakarta secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Uji t variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan secara parsial dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan Go-Car.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT
THE INFLUENT OF SERVICE QUALITY AND TRUST TOWARD GO-JEK'S
CUSTOMER SATISFACTION IN YOGYAKARTA
(CASE STUDY ON GO-JEK CUSTOMER THAT USING GO-CAR SERVICE IN
YOGYAKARTA)

This research was purposed to find out the influence of service quality and trust toward Go-Car's customer satisfaction in Yogyakarta. In this research, Go-Car was the sample. This research using 100 respondents that had been using Go-Car service in Yogyakarta and then tested with multiple linear regression analysis.

Data obtained by distributing questionnaires that were first tested for validity and reliability, while the hypothesis test used multiple linear regression analysis with t test and F test. The results of the study showed that; the majority of Go-Car consumer profiles in Yogyakarta are women aged 18-23 years, the last education of respondents is high school / vocational school and has a job namely student / student and respondent expenditure per month Rp.1,000,000-2,000,000. The frequency of consumers using > 3 times in one month. The R^2 test for all questions used as a measurement tool can be stated reliably. The f test shows that service quality and trust in Go-car services in Yogyakarta simultaneously influence consumer satisfaction. The t test of service quality and trust variables is partially stated to have a significant effect on consumer satisfaction of Go-Car service users.

Key Word : Service Quality, Trust, Customer's Satisfaction

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN GO-JEK DI YOGYAKARTA**

**(STUDI KASUS PADA KONSUMEN GO-JEK PENGGUNA LAYANAN GO-CAR
DI YOGYAKARTA)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen Go-Car di Yogyakarta. Yang menjadi sampel dari penelitian ini adalah Go-Car. Penelitian ini menggunakan sampel 100 (Seratus) responden yang pernah menggunakan layanan Go-Car di Yogyakarta yang kemudian di uji menggunakan uji regresi linear berganda.

Data diperoleh dengan penyebaran kuesioner yang terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya, adapun uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ; mayoritas profil konsumen Go-Car di Yogyakarta adalah perempuan dengan usia 18-23 tahun , pendidikan terakhir responden adalah SMA/SMK dan memiliki pekerjaan yaitu mahasiswa/pelajar dan pengeluaran responden perbulannya Rp 1.000.000-2.000.000. Frekuensi konsumen menggunakan > 3 kali dalam satu bulan. Uji R^2 seluruh pertanyaan yang digunakan sebagai alat ukur dapat di nyatakan reliabel. Uji f menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan layanan Go-car di Yogyakarta secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Uji t variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan secara parsial dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan Go-Car.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT
THE INFLUENT OF SERVICE QUALITY AND TRUST TOWARD GO-JEK'S
CUSTOMER SATISFACTION IN YOGYAKARTA
(CASE STUDY ON GO-JEK CUSTOMER THAT USING GO-CAR SERVICE IN
YOGYAKARTA)

This research was purposed to find out the influence of service quality and trust toward Go-Car's customer satisfaction in Yogyakarta. In this research, Go-Car was the sample. This research using 100 respondents that had been using Go-Car service in Yogyakarta and then tested with multiple linear regression analysis.

Data obtained by distributing questionnaires that were first tested for validity and reliability, while the hypothesis test used multiple linear regression analysis with t test and F test. The results of the study showed that; the majority of Go-Car consumer profiles in Yogyakarta are women aged 18-23 years, the last education of respondents is high school / vocational school and has a job namely student / student and respondent expenditure per month Rp.1,000,000-2,000,000. The frequency of consumers using > 3 times in one month. The R^2 test for all questions used as a measurement tool can be stated reliably. The f test shows that service quality and trust in Go-car services in Yogyakarta simultaneously influence consumer satisfaction. The t test of service quality and trust variables is partially stated to have a significant effect on consumer satisfaction of Go-Car service users.

Key Word : Service Quality, Trust, Customer's Satisfaction

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, perkembangan teknologi informasi makin cepat, dan teknologi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari, betapa besar peranan teknologi bagi kehidupan manusia, sehingga para pengguna internet yang menggunakannya untuk bisnis semakin meningkat dan juga dapat dimanfaatkan untuk mengetahui informasi bisnis perusahaan tertentu, teknologi merupakan salah satu pengguna internet yang sangat besar, menggunakan internet kita dapat dengan mudah mencari informasi ataupun menyampaikan informasi.

Dengan adanya peluang berbasis internet yang sangat menjanjikan membuat pelaku bisnis menggabungkan internet dengan transportasi yang berupa ojek online dan juga taksi online. Salah satunya adalah transportasi berbasis online dimana setiap orang memiliki apa yang dinamakan *smartphone*. Bisnis transportasi *online* berbasis aplikasi merupakan pengembangan layanan yang memanfaatkan teknologi terkini yang mana dengan cepat mempengaruhi banyak orang. Salah satu perusahaan yang menyediakan ojek online yaitu Go-Jek. Dan masih banyak perusahaan yang sejenis.

GO-JEK adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Kegiatan Go-Jek bertumpu pada 3 nilai pokok: kecepatan, inovasi,

dan dampak sosial. Layanan Go-Car ini sendiri sudah memasuki 50 kota yang ada di Indonesia, selain layanan go-car, go-jek juga memiliki banyak layanan yang lainnya seperti *go-ride*, *go-food*, *go-send*, *go-box*, *go-tix*, *go-med*, *go-massage*, *go-mart*, *go-clean*, *go-glam*, *go-auto*, *go-pulsa*, *go-pay*. Terbilang sudah cukup banyak yang menggunakan aplikasi transportasi online ini karena proses pemesanannya yang mudah dan cepat. Oleh karena itu setiap perusahaan menuntut agar terciptanya kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi tersebut. Yang difokuskan pada penelitian ini adalah Go-Car.

Kotler & Keller (2012) berpendapat, kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan mereka. Westbrook dan Reilly (dalam Tjiptono, 2005) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk yang dibeli. Kepuasan konsumen merupakan suatu keberhasilan yang diharapkan oleh suatu perusahaan yang dimana merupakan salah satu wujud dari keberhasilan.

Suatu perusahaan dikatakan sukses bila konsumen merasa puas, yang dimana kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut. Yang menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas layanan serta kepercayaan.

Salah satu yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai kepuasan konsumen yaitu dengan menyadari pentingnya kualitas pelayanan bagi

para konsumen. Ibrahim (dalam hardiansyah. 2011:40) mengartikan kualitas pelayanan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut. kualitas layanan merupakan salah satu wujud dari kepuasan konsumen. Penulis mengambil variabel kualitas pelayanan ini karena kualitas pelayanan sangat penting untuk perusahaan apapun dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka secara tidak langsung perusahaan akan mendapat keuntungan yang meningkat karena konsumen merasa puas dengan adanya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, hal ini diduga karena kualitas pelayanan akan dapat membawa pengaruh positif bagi perusahaan yang dimana semakin baik pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen maka akan semakin baik juga nilai yang berikan konsumen kepada perusahaan. Saat konsumen memberikan nilai yang baik terhadap perusahaan, maka disitu akan muncul kepuasan konsumen makin meningkat.

Selain kualitas pelayanan, hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai kepuasan konsumen adalah kepercayaan. Kepercayaan (*trust*) merupakan keyakinan satu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak yang lainnya. Menurut Moorman et al (1993) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Menurut Prasaranphanich (2007:23.1) ketika konsumen mempercayai sebuah perusahaan, mereka akan lebih suka melakukan pembelian ulang dan membagi informasi

pribadi yang berharga kepada perusahaan tersebut. Dengan adanya kepercayaan, maka konsumen akan merasakan layanan go-car yang diberikan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan transportasi konsumen. Penulis mengambil variabel kepercayaan karena dengan adanya kepercayaan suatu perusahaan akan merasa lebih yakin untuk terus maju demi mendapatkan nilai positif dari konsumen dengan begitu konsumen juga akan lebih yakin dengan perusahaan dan akan datang kembali dan mencoba produk perusahaan dikarenakan konsumen sudah percaya dengan perusahaan.

Hubungan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen, hal ini diduga karena kepercayaan akan dapat membawa pengaruh positif bagi go-car yang dimana semakin mampu perusahaan memberikan perlindungan kepada konsumen maka semakin baik juga nilai yang diberikan konsumen kepada perusahaan yang dimana konsumen sudah merasa yakin bahwa perusahaan benar-benar dapat dipercaya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil” judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen GO-JEK di Yogyakarta” Studi Kasus Pada Konsumen Go-Jek Pengguna Layanan GO-CAR Di Yogyakarta.**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GO-CAR di Yogyakarta?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen GO-CAR di

Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen GO-CAR di Yogyakarta
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen GO-CAR di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penulisan

1. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan mengenai pengetahuan proses bisnis dan mengetahui berbagai macam teori-teori yang dipelajari selama kuliah dan mengetahui sejauhmana kemampuan peneliti dalam meneliti sebuah masalah, dan juga memberi pengalaman kepada penulis dalam melakukan penelitian

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengevaluasi serta meningkatkan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen

3. Bagi penelitian selanjutnya

Menjadi salah satu sumber untuk penelitian selanjutnya

1.5 Batasan Masalah

Go-Jek adalah perusahaan yang menggabungkan internet dengan transportasi, dan banyak juga pesaing dengan bidang yang sama menjadi suatu tantangan bagi Go-Jek, yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu Go-Car. kepuasan konsumen menjadi hal yang paling penting dalam mempertahankan konsumen. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan dan nilai pelanggan

Berdasarkan latar belakang diatas, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1.5.1 Variabel yang diteliti dalam penelitian

1. Variabel Dependen : Kepuasan Konsumen Go-car di Yogyakarta.

Kotler (2001 : 46) mendefinisikan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

2. Variabel Independen : Kualitas Layanan dan Kepercayaan

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 (kotler 2000:25)

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai (Moorman, 1993).

1.5.2 Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah 100 orang yang sudah pernah menggunakan layanan Go-Car di Yogyakarta.

1.5.3 Periode penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan September hingga Desember tahun 2018

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kajian yang telah dilakukan berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan kepuasan konsumen Go-car di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

5.1.1 Profil Responden

Hasil pengolahan data profil responden yang disebarkan sebanyak 100 responden dapat ditarik kesimpulan yaitu mayoritas profil responden terbanyak dengan gender wanita dengan jumlah 67 responden, usia responden antara 18-23 tahun dengan jumlah responden sebanyak 85 responden, mayoritas pendidikan terakhir responden adalah SMA/SMK sebanyak 82 responden, mayoritas pekerjaan yaitu mahasiswa/pelajar sebanyak 80 responden, mayoritas pengeluaran responden perbulannya Rp 1.000.000-2.000.000 sebanyak 67 responden, mayoritas responden menurut frekuensi konsumen menggunakan > 3 kali dalam satu bulan sebanyak 49 responden.

5.1.2 Analisis Data

Hasil pengolahan dari analisis data yang disebarkan sebanyak 100 responden dapat ditarik kesimpulan yaitu variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen dapat dilihat dari :

1. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen go-car secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

2. Variabel kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen go-car secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

5.2 keterbatasan penelitian

1. Responden sebagian besar mahasiswa dan pelajar
2. Responden yang digunakan 100
3. Hanya dua variabel

5.3 Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun saran-saran yang diajukan penulis antara lain :

5.3.1 Saran Untuk Go-Car Yogyakarta

Dari hasil analisis dan penelitian yang telah dilakukan dengan cara menyebarkan 100 kuesioner dan diuji menggunakan program SPSS membuktikan bahwa kualitas pelayan dan kepercayaan sudah mempunyai hasil yang baik. Saran untuk kedepannya bagi perusahaan adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. dengan memberikan jaminan kualitas pelayanan yang sopan, ramah dan pelayanan yang serius kepada konsumen serta memberikan kepercayaan akan sikap yang diberikan driver terhadap konsumen dan perlindungan yang diberikan kepada konsumen agar konsumen makin yakin dan tidak ragu untuk menggunakan go-car.

5.3.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini, diharapkan untuk menambah variabel lain seperti promosi, harga, loyalitas, atau mencari variabel baru yang masih jarang digunakan yang memiliki hubungan dan pengaruh terhadap kepuasan konsumen agar hasil penelitian dapat berkembang lagi serta dapat memberikan informasi yang lebih banyak lagi. Kemudian bagi penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan penambahan jumlah sampel, sehingga akan lebih valid dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, dan Kotler. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*, jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT.Indeks Gramedia, Jakarta.
- Azwar, dan Saifuddin. 2003. *Metode Penelitian*. Cetakan ke enam. Yogyakarta. Penerbit : Pustaka pelajar.
- Bachman, R., dan Zaheer, A. 2006. *Handbook Of Trust Research*. USA:Edward Elgar Publishing, Incorporated.
- Dharmmesta dan Irawan, 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi II, Liberty, Yogyakarta.
- Doney, P.M., dan cannon, J.P 1997. *An Examination Of The Nature Of Trust In Buyer-Seller Relationship*. Journal Of Marketing, pp.35-51.
- Gerson, Ricard F. 2004. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, PPM, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit-Undip.
- Griselda, Gretel. (2007). *Jurnal Managemen Derema. Analisis Pengaruh Kuaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*, Vol 2 Nomor 1 Karawaci Tangerang.
- Hardiansyah, H. 2011. *Metodologi Penelitian kuantitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika

- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management*. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.
- Kotler, Philip dan Kevin lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasran*, Edisi Ketiga Belas, Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip dan Kevin lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasran*. Jilid Satu Edisi Ketiga Belas, Terjemahan bob sabran. *Jakarta: Erlangga*
- Kotler, Philip dan kevin keller. 2012. *Marketing Management*, Edisi Ke-Empat Belas. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke Dua Belas. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran. Pendekatan Praktis*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. 2007. "*Manajemen Pemasaran Jasa*". Cetakan II. Indeks. Jakarta.
- Monika Paulina Natalie. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hartono Mall Di Daerah Istimewa Yogyakarta
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. 1994. *The commitment-trust theory of reletionhip marketing*. Jurnal of Marketing, Vol. 58 No.3, pp.22-38.

- Moorman, C., R. Deshpande, dan G.Zaltman.1993. *Factors Affecting Trust In Market Research Relationships*. Journal of Marketing. Vol. 57, No.1, Pp.81-101.
- Mowen,J.C.& Minor,M (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga
- Okky Erviana. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsud Dr. Soewondo Kendal
- Prasaranphanich. 2007. *Perilaku Konsumen : Analisis Model Keputusan*. Penerbitan Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta
- Ricky Fauji. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek (Studi kasus pada konsumen Go-jek Pengguna Layanan Go-Ride di Kota Yogyakarta)
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Jakarta.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manejerial*. Majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*, Edisi Kedua, Yogyakarta : Penerbit ANDI Yogyakarta.

Umar, Husein,. 2003. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Ghalia
Indonesia, Jakarta

<https://www.go-jek.com/about/> (diakses pada oktober 2018)

©UKDWN