

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA
PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA GOJEK DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

KARTIKA PUTRI A.S

11140050

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

2017

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA
PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA GOJEK DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

KARTIKA PUTRI A.S

11140050

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

2017

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA
PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA GOJEK DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

KARTIKA PUTRI

NIM : 11140050

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA
PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA GOJEK DI YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

KARTIKA PUTRI**11140050**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal 29 Januari 2018

Nama Dosen

1. Dr. Heru Kristanto, M.T
(Ketua Tim)
2. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M. Si
(Dosen Pembimbing)
3. Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 29 Januari 2018

Disahkan oleh:

Dekan,



DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA GOJEK DI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

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

Yogyakarta, 21 Desember 2017



Kartika Putri Adi Saputro

HALAMAN MOTTO

**Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia.
Kol 3:23**

Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha disertai dengan doa \, karena sesungguhnya nasib seseorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa berusaha.

©UKDWN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- **Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai hidup saya dan keluarga**
- **Orang tua dan saudara – saudara yang saya sayangi**
- **Dosen pembimbing tercinta Ibu Ambar Kusuma Astuti, SE, M.Si**
- **Purwodadi squad**
- **Sahabat Tercinta**
- **Teman-teman Fakultas Bisnis 2014**
- **Almamaterku Tercinta**

©UKDWN

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek Di Yogyakarta” ini dengan baik.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar sarjana (S1) di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih-Nya yang tidak pernah berkesudahan dalam kehidupan saya, yang sudah menyertai saya dari awal perkuliahan sampai dengan selesainya penulisan Skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua tercinta yang selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat serta kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

4. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA,Ph.D, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Ibu Ambar Kusuma Astuti, SE, M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
6. Saudara tercinta Danny Pratama dan Dimas Santoso yang telah memberikan dukungan secara fisik dan non fisik.
7. Para sahabat terkasih yaitu Stefanus, Aditya, Anandita, Luke, Mikha, Yunita, Latifah, Icha, Santika, Fransisca, Kevin, Gustav, Felix, Cissi Falery, Yosi Santoso dan masih banyak lagi yang tidak saya sebutkan terimakasih sudah bersama-sama dalam suka dan duka melewati perkuliahan ini dari awal sampai selesainya Skripsi ini, menjadi motivator dan saudara yang baik.
8. Teman-teman Manajemen 2014 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
9. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna pada umumnya.

Yogyakarta, November 2017

Penulis,

Kartika Putri

©UKDW

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKSI	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Batasan Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Pemasaran	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran	7
2.2. Kepuasan Konsumen	7

2.3. Kualitas Layanan	12
2.4. Citra Perusahaan	16
2.5. Kepercayaan	17
2.6. Penelitian Terdahulu	21
2.7. Kerangka Penelitian	22
2.8. Hipotesis	22
BAB III. METODE PENELITIAN	23
3.1. Jenis Penelitian	23
3.2. Subjek dan Objek Penelitian	23
3.3. Waktu dan Lokasi Penelitian	23
3.4. Variabel Penelitian	24
3.4.1. Variabel Bebas atau Independent Variabel (X)	24
3.4.2. Variabel Terikat atau Dependent Variabel (Y)	25
3.5. Populasi dan Sempel	25
3.6. Teknik Pengambilan Sampel	27
3.7. Sumber Data	27
3.8. Teknik Pengumpulan Data	28
3.9. Pengukuran Variabel	28
3.10. Teknik Pengujian Instrumen	30
3.10.1. Uji Validitas	30
3.10.2. Uji Reliabilitas	31
3.11. Teknik Analisis Regresi Berganda	32

BAB IV. HASIL PENELITIAN	34
4.1. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	34
4.1.1. Uji Validitas	34
4.1.2. Uji Reliabilitas	34
4.2. Analisis Deskriptif	36
4.2.1. Analisis Profil Responden	36
4.3. Variabel Penelitian	42
4.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
4.4.1. Persamaan Regresi	46
4.4.2. Koefisien Determinasi R^2	48
4.4.3. Uji F (F test)	49
4.4.4. Uji T (t test)	50
4.5. Pembahasan Hasil	55
BAB V. PENUTUP	58
5.1. Kesimpulan	58
5.1.1. Analisis Karakteristik Responden	58
5.1.2. Kesimpulan Analisis Regresi Linear Berganda	59
5.2. Keterbatasan Penelitian	59
5.3. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.6. Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.6. Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	40
Tabel 4.7. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Layanan	41
Tabel 4.8. Variabel Kualitas Layanan	42
Tabel 4.9. Variabel Citra Perusahaan	43
Tabel 4.10. Variabel Kepercayaan	44
Tabel 4.11. Variabel Kepuasan Konsumen	45
Tabel 4.12. Hasil Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.13. Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi (R^2)	48
Tabel 4.14. Hasil Uji F (F test)	49
Tabel 4.15. Hasil Rangkuman Nilai – nilai t (T test)	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	22

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Excel (lampiran jawaban responden)
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 5 Tabel t hitung, Tabel F hitung
- Lampiran 6 Tabel r
- Lampiran 7 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 8 Form Revisi

©UKDW

ABSTRAK

Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen

(Studi kasus pada konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan studi kasus pada konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan metode survei. Populasinya adalah seluruh konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data digunakan adalah tehnik analisis data deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa:

- (1) Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta.
- (2) Citra perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta.
- (3) Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta

Kata kunci: Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Service Quality, Corporate Image, and The Influence of Trust of Consumer Satisfaction

(Case Study to GOJEK Consumer in Yogyakarta City)

This research has a purpose, for knowing the influence of the quality of service, trust and corporate image against consumer satisfaction with case studies on the GO-JEK consumer in Yogyakarta. The type of research is survey method. The population is all over GO-JEK consumer in Yogyakarta. The number of samples as many as 100 respondents. Sampling techniques that being used in the study is purposive sampling.

Data collection techniques is using questionnaire. Data analysis techniques used descriptive data analysis techniques and multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that:

- (1) Service Quality satisfaction GO-JEK in Yogyakarta has no effect.
- (2) Corporate image affects GO-JEK customer satisfaction in Yogyakarta.
- (3) Trust affects on GO-JEK consumer satisfaction in Yogyakarta city.

Keywords: *Quality of Service, Corporate Image, Trust, Consumer Satisfaction*

ABSTRAK

Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen

(Studi kasus pada konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan studi kasus pada konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan metode survei. Populasinya adalah seluruh konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data digunakan adalah tehnik analisis data deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa:

- (1) Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta.
- (2) Citra perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta.
- (3) Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta

Kata kunci: Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Service Quality, Corporate Image, and The Influence of Trust of Consumer Satisfaction

(Case Study to GOJEK Consumer in Yogyakarta City)

This research has a purpose, for knowing the influence of the quality of service, trust and corporate image against consumer satisfaction with case studies on the GO-JEK consumer in Yogyakarta. The type of research is survey method. The population is all over GO-JEK consumer in Yogyakarta. The number of samples as many as 100 respondents. Sampling techniques that being used in the study is purposive sampling.

Data collection techniques is using questionnaire. Data analysis techniques used descriptive data analysis techniques and multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that:

- (1) Service Quality satisfaction GO-JEK in Yogyakarta has no effect.
- (2) Corporate image affects GO-JEK customer satisfaction in Yogyakarta.
- (3) Trust affects on GO-JEK consumer satisfaction in Yogyakarta city.

Keywords: *Quality of Service, Corporate Image, Trust, Consumer Satisfaction*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan transportasi di Indonesia telah mengalami banyak perkembangan. Seiring dengan kebutuhan setiap manusia dalam kehidupannya yang menuntut agar semuanya dapat tercapai dengan tepat waktu. Oleh karena itu, dibutuhkan transportasi yang tepat waktu. Kondisi seperti ini membuat setiap perusahaan yang bergerak di bidang transportasi membuat sebuah gebrakan yang dimana setiap strategi yang digunakan dalam perusahaan mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumennya. Perusahaan transportasi juga melihat perkembangan teknologi, salah satunya adalah transportasi berbasis *online* yang mana setiap orang memiliki apa yang dinamakan *smartphone*. Oleh karena itu, perusahaan menggunakan peluang tersebut.

Bisnis transportasi *online* berbasis aplikasi merupakan inovasi layanan yang memanfaatkan teknologi terkini. Inovasi ini dengan cepat dapat merebut hati banyak orang, khususnya yang memiliki intensitas tinggi dalam pemanfaatan jasa transportasi, khususnya **GO-JEK**. Tak heran jika model bisnis seperti ini terus mengalami perkembangan walaupun masih mengalami pro dan kontra. Patut diakui meski masih dihiasi dengan berbagai polemik, bisnis seperti ini memberikan banyak manfaat untuk banyak pihak mulai dari pengguna, driver, hingga pebisnis itu sendiri. Bagi para pengguna, mereka dapat menemukan sebuah layanan yang lebih mudah, lebih murah, lebih nyaman, dan juga dapat dikatakan cukup aman. Aplikasi transportasi *online*

banyak dipilih oleh masyarakat karena proses pemesanan yang mudah, perhitungan biayanya lebih transparan, dan pelayanannya juga lebih memuaskan jika dibandingkan dengan transportasi konvensional. Tidak hanya melayani jasa untuk mengantar penumpang ke tempat tujuan saja, tetapi transportasi *online* juga menambahkan fitur layanan dalam aplikasi transportasi *online* berupa servis tambahan sebagai kurir, yaitu sebagai kurir pengantar barang, membelikan makanan atau keperluan lain sampai dengan memesan tiket bioskop dengan memenangkan persaingan harga yang dapat dikatakan cukup bersaing. Fitur layanan tersebut sudah banyak dimanfaatkan oleh para pelanggan transportasi *online*. Sehingga hal ini mampu bersaing dengan jasa transportasi umum, taksi kargo atau ojek pangkalan. (<https://www.galena.co.id>). Oleh karena itu, setiap perusahaan menuntut agar terciptanya kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa (Kotler, 2000:36). Kepuasan merupakan tolak ukur keberhasilan dalam tercapainya cita-cita perusahaan, semakin puas konsumen maka konsumen akan semakin loyal. Dengan adanya loyalitas, maka perusahaan akan menerima *feedback*, yaitu penggunaan jasa yang mereka tawarkan. Faktor yang mempengaruhi kepuasan antara lain adalah kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan.

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

pelanggan (Tjiptono. 2004). Kualitas layanan terdiri dari 5 dimensi pelayanan yaitu; *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dapat dikatakan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dikatakan buruk.

Selanjutnya, citra perusahaan menurut *Nguyen* dan *Le Blanc* dalam *Flavian et al.* (2005), citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses dimana konsumen membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan adanya citra perusahaan, maka konsumen mampu memberikan penilaiannya terhadap perusahaan yang akan digunakan.

Kepercayaan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual produk dalam pemakainya (Tjiptono, 2001). Dengan adanya kepercayaan tersebut, maka konsumen akan merasakan jasa yang diberikan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan transportasi konsumen.

Ketiga faktor tersebut juga ada dalam perusahaan transportasi berbasis aplikasi online **GO-JEK** yang mana kondisi tersebut mampu memberikan imbas terhadap perusahaan. **GO-JEK** merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani jasa angkutan dalam bidang transportasi. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Layanan **GO-JEK** tersedia di beberapa kota besar di Indonesia diantaranya : Jabodetabek, Bali, Bandung, Surabaya, Makassar, Medan,

Palembang, Semarang, Solo, Malang, Yogyakarta, Balikpapan, Manado, Bandar Lampung, Padang, Pekanbaru dan Batam.

Hingga bulan Juni 2016, aplikasi **GO-JEK** telah diunduh sebanyak hampir 10 juta kali di Google Play pada sistem operasi Android. Keputusan dalam memilih bisnis seperti **GO-JEK** karena mereka merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi berbasis *online* pertama di Indonesia.

Dengan banyaknya perusahaan ojek berbasis aplikasi *online* yang ada di kota Yogyakarta, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen dengan judul “**Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen**” (Studi kasus pada konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta)”).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang mendasari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen **GO-JEK** di kota Yogyakarta?
2. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen **GO-JEK** di kota Yogyakarta?
3. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen **GO-JEK** di kota Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen GO-JEK di kota Yogyakarta

1.4 Manfaat Penelitian

2. Bagi Perusahaan GO-JEK

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan untuk mengetahui Kepuasan konsumen terhadap Kualitas Layanan, citra perusahaan Dan Kepercayaan. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi atau bahan acuan bagi perusahaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

3. Bagi Universitas

Dari hasil penelitian ini, sangat diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya yang mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penulis, bagi sarana penerapan teori-teori, dan dapat menambah pengetahuan dan wawasan.

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak terlalu luas, maka penelitian ini difokuskan pada :

1. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa GO-JEK di kota Yogyakarta.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 - a. Kualitas Layanan, tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono. 2004).
 - b. Citra Perusahaan : citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses yang mana konsumen dapat membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan.
 - c. Kepercayaan : respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual produk dalam pemakainya (Tjiptono, 2001).
 - d. Kepuasan Konsumen : Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa (Kotler, 2000:36).
3. Penelitian akan dilakukan pada bulan Oktober sampai dengan bulan Desember 2017.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pengguna **GO-JEK** di Yogyakarta. Data yang diperoleh berasal dari jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan kepada 100 orang responden. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober - Desember 2017. Dan didapat kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1 Analisis Karakteristik Responden

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 73 responden (73%).
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 25-30 tahun dengan jumlah 95 responden (95%)
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa dengan jumlah 37 responden (37%)
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan diatas Rp 2.000.000 dengan jumlah 93 responden (93%)
5. Mayoritas responden dalam penelitian ini yang memilih frekuensi pemakaian jasa **GO-FOOD** sebanyak 77 responden (77%)

5.1.2 Dari hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen **GO-JEK** di kota Yogyakarta. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian ditolak.
2. Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen **GO-JEK** di kota Yogyakarta. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.
3. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap terhadap Kepuasan Konsumen **GO-JEK** di kota Yogyakarta. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

- a. Penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa para responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
- b. Cakupan dari jumlah responden hanya terbatas pada 100 orang responden.
- c. Ukuran kepuasan terhadap kualitas pelayanan
- d. Hanya menggunakan *ServQual (Service Quality)*.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan bahwa Kualitas layanan, citra perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan konsumen GO-JEK di Kota Yogyakarta maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan pada perusahaan. Mengingat bahwa dalam penelitian terdapat 3 variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen GO-JEK di Kota Yogyakarta tersebut:

a. Kualitas layanan

Mengingat bahwa item pernyataan rata-rata terendah pada item ke 5 (Driver GO – JEK mampu menjalin kerjasama dengan baik ketika melayani) dengan nilai sebesar 3.3700. Jika perusahaan ingin meningkatkan Kepuasan konsumen melalui kualitas layanan, maka perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap driver gojek atau melakukan perekrutan secara teliti (memberikan *psycho test*). Karena kondisi ini mempengaruhi kualitas yang tercipta nantinya.

b. Citra perusahaan

Mengingat bahwa item pernyataan rata-rata terendah pada item ke 3 (GO – JEK adalah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi online yang memiliki kualitas yang sangat baik) dengan nilai sebesar 4.0500. Jika perusahaan ingin meningkatkan kepuasan konsumen melalui citra perusahaan maka perusahaan tersebut perlu melakukan pembenahan dalam hal kompetensinya. Apabila dalam perusahaan tersebut dalam persaingan

belum mampu menguasai pasar hingga 80% dikarenakan persaingan ojek *online* cukup besar, maka kepuasan konsumen harus dijadikan perhatian utama. Oleh sebab itu setiap bagian dari GO-JEK harus bekerja sama untuk meningkatkan kompetensi perusahaan.

c. Kepercayaan

Mengingat bahwa item pernyataan rata-rata terendah pada item ke 3 dan 5 (“Praktek GO-JEK dapat dipercaya” dan “Proses setiap layanan yang disediakan oleh GO-JEK aman”) dengan nilai sebesar 4.1500. Jika perusahaan ingin meningkatkan Kepuasan konsumen melalui Kepercayaan, maka perusahaan perlu melakukan penyusunan kebijakan kembali terhadap segala peraturan yang diberlakukan, misalnya pembebanan pajak yang diberlakukan ketika konsumen menggunakan jasa GO-FOOD yang dimana dianggap masih berpihak kepada Perusahaan dan menjadikan harga makanan yang dipesan menjadi mahal. Sedangkan tingkat keamanan yang diberikan harus tetap ditingkatkan dengan melakukan pengecekan kembali pada setiap layanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2011). *Sikap dan Perilaku Dalam: Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya* ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Alma, B. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : ALFABETA
- Cozby, P.C. (2009). *Methods in Behavioral Research, Ninth Edition*. (Terjemahan). Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Furchan, A. (2007). *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Flavian, C., Guinaliu, M. & Torres, E. (2005), “The influence of corporate image on consumer trust: a comparative analysis in traditional versus internet banking”, *Internet Research*, Vol. 15 No. 4, pp. 447-71
- Gaspersz, V. (2000). *Manajemen Produktivitas Total*, Jakarta : PT. Gramedia. Pustaka Utama.
- Heri, S., Minarsih, M.M. & Azis, F. (2016). “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan)”. *Journal Of Management*, Volume 2 No.2 Maret 2016.
- Herdiansyah, H. (2011). *Metodologi penelitian Kualitatif untuk ilmu – ilmu sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Kasali, R. (2003), *Marketing Public Relations, Jakarta*, PT Temprint.
- Kuncoro, A., Engkos. & Riduwan. (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai, Analisis Jalur (Path Analysis)*. Alfabeta Bandung
- Kotler, P & Armstrong, G. (2006). *Principles of Marketing*. 11th Edition. New Jersey: Prentice Hall. Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey
- Kotler, P & Kevin L.K. (2012). *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 12, PT Indeks.*, New Jersey

- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, jilid 1. Erlangga, Jakarta
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesebelas. PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management "Analysis, Planning, Implementation and Control"* (9 th ed.). New Jersey: Prentice Hall
- Leedy, P.D. (1997). *Practical Research: Planning and Design*. Sixth Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey. Chapter 4: "The Review of the Related Literature"
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Edisi. Pertama. Penerbit Salemba Empat, Depok
- Margono. (1999). *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta
- Moorman, C, Zaltman G dan Deshpande R. (1993). "Factors Affecting Trust in Market Research Relationship". *Journal Marketing Research*, Vol 57 (1), pp. 81-101
- Mowen, J. C. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga
- Pangandaheng, F. (2015), "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Hadji Kalla Palu". *e-Jurnal Katalogis*, Volume 3 Nomor 2, Pebruari 2015 hlm 51-67
- Pontoh, MB, Kawet, L. & Tumbuan W.A. (2014). "Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bri Cabang Manado". *Jurnal EMBA 285 Vol.2 No.3* September 2014, Hal. 285-297
- Prasaranphanich. (2007). *Perilaku Konsumen : Analisis Model Keputusan*. Penerbitan Universitas Atma jaya Yogyakarta, Yogyakarta
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Sunyoto, D. (2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, Edisi Pertama, Media Pressindo, Yogyakarta. C.V. Alfabeta, Bandung

Tjiptono, F. (2001). "Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial". *Majalah Manajemen Usahawan Indonesia*. Jakarta

Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta

Tjiptono, F., & Chandra G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. (ed 3). Yogyakarta. Andi

©UKDW