

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN GRAB TERHADAP
KEPUASAAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL**

PROPOSAL TUGAS AKHIR



Diajukan Oleh :

Anisa Dhini Amiarti

8040190203

Untuk Persyaratan Penelitian Dan Penulisan Tugas Akhir

Sebagai Akhir Proses Studi Strata 1

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS DINAMIKA BANGSA

2022

IDENTITAS PROPOSAL PENELITIAN

Judul Proposal : Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Grab Terhadap
Kepuasan Pengguna Dengan Menggunakan Metode Servqual

Program Studi : Sistem Informasi

Jenjang Pendidikan : Strata 1

Peneliti :

- a. Nama Lengkap : Anisa Dhini Amiarti
- b. NIM : 8040190203
- c. Jenis Kelamin : Perempuan
- d. Tempat/ Tgl. Lahir : Sridadi, 24 Mei 2001
- e. Alamat : Sridadi, RT 04 RW 25
- f. No. Telepon : 089654511936
- g. Email : anisadhiniamiarti01@gmail.com

PERNYATAN HASIL EVALUASI

NAMA/NIM : Anisa Dhini Amiarti /8040190203
PRODI : SI / ~~TI~~ / ~~SK~~
JUDUL : Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Grab Terhadap
Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Servqual
HASIL EVALUASI : Disetujui / Disetujui dengan perbaikan / Ditolak
Catatan :

1. Alasan Penolakan Proposal Tugas Akhir;
 - Metode penelitian tidak relevan dengan program studi
 - Pernah ada topik sejenis
 - Metode yang digunakan tidak jelas
 - Metode Penelitian telah banyak dipakai
 - Alasan lainnya

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Herti Yani, S.Kom, M.S.I

YDB. 11.83.078

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat memberikan banyak peluang dan banyak menciptakan inovasi dalam berbisnis diberbagai bidang. Setiap perusahaan yang menjalankan suatu bisnis harus mampu untuk mengikuti perkembangan teknologi dan harus bisa beradaptasi dengan perubahan yang ada agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor. Banyak bisnis yang mulai muncul dengan melibatkan perkembangan teknologi internet [1]. Salah satunya adalah bisnis dalam bidang layanan jasa transportasi berbasis online. Transportasi menjadi salah satu kebutuhan dasar bagi masyarakat. Transportasi sebagai sarana yang digunakan untuk memindahkan dan mengangkut orang maupun barang. Tujuan dari transportasi adalah untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya dan mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitasnya.

Inovasi yang diciptakan terletak pada proses transaksinya. Transaksi yang sebelumnya dilakukan secara langsung dan membutuhkan waktu yang lama dapat diatasi dengan transaksi yang dapat dilakukan secara online menggunakan sebuah aplikasi dan layanan internet sehingga proses transaksi menjadi lebih mudah dan cepat. Pemesanan melalui aplikasi yang mudah membuat ojek online diterima dengan cepat di kalangan masyarakat, serta berbagai macam pilihan layanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang jasa [2]. Oleh karena itu sangat dibutuhkan ketersediaan layanan jasa transportasi yang dapat memberikan layanannya dengan tertib, mudah, cepat, nyaman, murah dan aman. Kualitas layanan yang diberikan akan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tolak ukur dalam menentukan keberhasilan sebuah perusahaan yang menjalankan sebuah bisnis. Perusahaan yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan akan menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan terhadap pengalaman jasa tertentu akan mengarah pada evaluasi atau sikap keseluruhan terhadap kualitas jasa sepanjang waktu.[3].Jika pelanggan merasa puas, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan tersebut untuk

penggunaan atau pemesanan ulang dan kesediaannya dalam merekomendasikan kepada orang lain

Beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap pelanggan adalah kualitas layanan dan kualitas produk. Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen [4]. Jika pelayanan yang dirasakan pelanggan telah sesuai dengan keinginan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan serta akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga minat pemakaian jasa meningkat dan membuat pelanggan loyal terhadap produk perusahaan. Oleh karena itu, perlu dilakukannya upaya perbaikan sistem kualitas layanan bagi keberlangsungan bisnis, dimana dengan adanya kualitas layanan yang baik nilai yang dihantarkan kepada pelanggan menjadi lebih positif, dan akan memberikan kepuasan kepada konsumen [5].

Grab menjadi salah satu layanan jasa transportasi yang banyak diminati oleh masyarakat. Grab adalah salah satu perusahaan jasa transportasi online yang didirikan oleh Anthony Tan dan Tan Hoo pada tahun 2012. Grab merupakan sebuah aplikasi layanan transportasi online berbasis mobile dalam proses transaksinya sehingga dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat yang menggunakannya. Adanya Grab sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya dan melakukan segala aktifitasnya secara cepat, aman dan efisien. Grab mempunyai beberapa layanan yaitu, layanan antar jemput (Grab Car/Grab Bike), layanan pesan antar makanan (Grab Food), layanan antar barang (Grab Express) ,layanan pembayaran dan lain-lain.

Selain memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat, Grab masih menerima beberapa keluhan dari penggunanya seperti, kesulitan dalam menemukan driver di beberapa lokasi, driver yang terkadang lama dalam melakukan penjemputan, penentuan titik lokasi yang tidak akurat, driver yang terkadang tidak menggunakan atribut dan aplikasi yang terkadang error saat sedang melakukan transaksi. Keluhan tersebut dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, maka dari itu perlu dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah tingkat kualitas layanan Grab terhadap kepuasan pengguna telah sesuai dengan persepsi penggunanya.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian terhadap pengaruh kualitas layanan pada Aplikasi Grab dengan menggunakan metode Servqual. Penentuan kuliatas layanan pada metode ini ditentukan oleh 5 dimensi yaitu *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy* untuk mengukur kepuasan pengguna (Zeithaml, Bitner, Gremler, 2009). Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan atau saran untuk pihak Grab agar dapat melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas layanan.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN GRAB TERHADAP KEPUASAAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL”**.

2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan latarbelakang diatas, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana mengevaluasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas layanan Grab terhadap kepuasan pengguna?
2. Bagaimana menganalisis kualitas layanan Grab dengan menggunakan metode Servqual?

3. BATASAN MASALAH

Berikut adalah batasan masalah yang terdapat dalam penelitian ini.

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada aplikasi Grab.
2. Pengukuran kualitas layanan menggunakan metode Service Quality (Servqual).
3. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner.
4. Responden dari penelitian ini adalah pengguna yang menggunakan layanan Grab.
5. Penelitian ini dilakukan dalam wilayah Kota Jambi.

4. TUJUAN PENELITIAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas layanan Grab dengan menggunakan metode Servqual.
2. Mengukur tingkat kualitas layanan Grab terhadap kepuasan pengguna.

2. Manfaat penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, manfaat yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Penelitian ini memberikan informasi tentang aplikasi Grab.
2. Penelitian ini dapat menambah ilmu dan wawasan bagi penulis.
3. Penelitian ini dapat menjadi masukan dan saran bagi pihak Grab.

4. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti yang melakukan penelitian dengan menggunakan metode yang sama.

5 LANDASAN TEORI

5.1 Kualitas Layanan

Untuk bisnis yang bergerak dibidang jasa, hal yang akan dinilai adalah layanan yang diberikannya. Setiap pelanggan yang menggunakan jasa tersebut akan rela mengeluarkan biaya yang sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Bagi perusahaan yang menjalankan bisnis di bidang jasa harus memperhatikan kualitas layanannya dan mempunyai standar operasional yang akan menjadi panduan bagi tenaga kerja untuk melayani pelanggannya.

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan [6]. Kualitas adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat [7].

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan hal yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan. Jika perusahaan tidak memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan akan meragukan dan enggan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun [8].

Kualitas dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan harus menjadi hal yang harus menjadi perhatian apabila perusahaan ingin menang dalam persaingan dengan kompetitor. Tuntutan terhadap kualitas suatu produk sudah menjadi suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh perusahaan, kalau tidak menginginkan konsumen yang telah dimilikinya beralih kepada produk-produk pesaing lainnya yang dianggap memiliki kualitas produk yang lebih baik [9].

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan [10]. Kualitas pelayanan adalah segala upaya yang dilakukan perusahaan didalam memenuhi harapan

pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima agar pada akhirnya perusahaan dapat bertahan di pasar dan mendapatkan kepercayaan pelanggan [11].

Kualitas layanan dapat menjadi indikator yang akan menentukan minat pelanggan untuk menggunakan jasa yang kita tawarkan. Jika perusahaan mempunyai kualitas layanan yang baik dan telah sesuai harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan serta akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga minat pemakaian jasa meningkat dan membuat pelanggan loyal terhadap produk perusahaan. Untuk bisa bersaing dengan kompetitor lainnya maka setiap perusahaan harus bisa menciptakan produk dan layanan yang berkualitas. Suatu produk dinilai unggul oleh konsumen apabila produk tersebut dianggap memiliki nilai (value) yang lebih dibanding produk kompetitor.

5.2 Kepuasan pengguna

Kepuasan merupakan kesan yang diberikan atau ditunjukkan pengguna atas kinerja yang sesuai dengan harapan pengguna. Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan [12].

Konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja tidak sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira [13].

kepuasan pelanggan merupakan salah satu tolak ukur dalam menentukan keberhasilan sebuah perusahaan yang menjalankan sebuah bisnis. perusahaan yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan akan menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya [14]. Kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual jasa [15]. Penting bagi organisasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas jasa yang ditawarkan [16].

5.3 Grab

Grab menjadi salah satu layanan jasa transportasi yang banyak diminati oleh masyarakat. Grab adalah salah satu perusahaan jasa transportasi online yang didirikan oleh Anthony Tan dan Tan Hoo pada tahun 2012. Grab merupakan sebuah aplikasi layanan transportasi online berbasis mobile dalam proses transaksinya sehingga dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat yang menggunakannya. Kehadiran Grab sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya dan melakukan segala aktifitasnya dengan mudah, cepat, aman dan efisien. Grab mempunyai beberapa layanan yaitu, layanan antar jemput (Grab Car/Grab Bike), layanan pesan antar makanan (Grab Food), layanan antar barang (Grab Express) ,layanan pembayaran dan lain-lain memberikan banyak promo yang menarik.

5.4 Metode Servqual

Servqual merupakan suatu cara instrument untuk melakukan pengukuran kualitas jasa yang dikembangkan oleh Parasuman, Zeithaml dan Berry dalam serangkaian penelitian pada sektor-sektor jasa. Servqual digunakan untuk mengukur atau menganalisa sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pengguna atas pelayanan yang diterima atau diperoleh oleh pengguna.

Servqual menjadi salah satu metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan dan untuk mengetahui bagaimana cara memperbaiki atau meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Model servqual didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut relevan dengan standar ideal untuk masing-masing atribut jasa. Apabila kinerja sesuai dengan atau melebihi standar, maka persepsi terhadap kualitas jasa secara keseluruhan akan positif [17].

Pada perhitungan metode Servqual dapat diperoleh dengan memberi masing-masing variabel, baik variabel kepuasan pengguna maupun variabel harapan yang didapatkan melalui kuisisioner yang telah dibagikan kepada pengguna Grab. Hasil penilaian responden akan diolah menggunakan Microsoft Excel dan SPSS Statistic 25 untuk mengetahui nilai Servqual yang didapatkan. Nilai Servqual diperoleh dengan mencari selisih antara nilai kepuasan pengguna dengan nilai harapan pengguna.

Nilai kesenjangan akan menunjukkan tingkat layanan yang diterima oleh pengguna Grab. Nilai kesenjangan bernilai negatif mengartikan bahwa persepsi pelanggan lebih rendah dibandingkan dengan jasa yang diharapkan pelanggan dan perlu adanya perbaikan. Namun jika kesenjangan bernilai positif mengartikan bahwa persepsi pelanggan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan dan pihak manajemen hanya perlu mempertahankan kualitas layanan yang ada.

Pengukuran kualitas jasa dalam model Servqual didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta kesenjangan diantara keduanya pada lima dimensi kualitas pelayanan [18]. Berikut lima dimensi pokok yang terdapat pada metode servqual antara lain sebagai berikut.

a. *Tangible* (Berwujud)

Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh pelanggan yang berupa penampilan fasilitas fisik peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memberikan kesan yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan dan tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi. Hal ini meliputi lingkungan fisik seperti kendaraan driver, kelengkapan atribut driver, penampilan pengemudi yang rapi dan menarik saat memberikan jasa, tampilan menu yang terdapat aplikasi, .

b. *Reliability* (Kehandalan)

Reliability adalah kemampuan dalam memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Kehandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji - janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah dan harga. Hal ini meliputi pengemudi yang selalu tepat waktu melakukan pengantaran dan penjemputan sesuai dengan pesanan pelanggan serta aplikasi yang tidak mengalami error.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Kesadaran dan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan Ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Hal ini meliputi driver yang melakukan pengantaran dan penjemputan yang tepat waktu sesuai waktu estimasi yang ditentukan dan driver selalu merespon permintaan pelanggan dengan tanggap.

d. Assurance (Kepastian)

Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi dimana pelanggan akan merasa aman dan terjamin. Hal ini meliputi sikap dan perilaku driver kepada pelanggan, driver yang menggunakan atribut kendaraan secara lengkap, driver yang melakukan pengantaran dan penjemputan sesuai titik lokasi yang telah ditentukan, driver mempunyai surat izin mengemudi dan mengemudi dengan aman serta selalu menaati peraturan lalu lintas.

e. Empathy (Empati)

Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial dan kebutuhan mereka dapat dipahami. Hal ini meliputi sikap driver dalam menanggapi permintaan pelanggan dan menjawab atau merespon dengan baik setiap pesan yang disampaikan oleh pelanggan.

5.5 Skala Likert

Untuk mengukur nilai kesenjangan dari kualitas layanan, kuisisioner menggunakan skala likert untuk memberikan nilai pada setiap item pertanyaan yang ada. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial [19]. Kelebihan skala likert dibandingkan dengan model skala sikap lainnya adalah mudah dibuat dan diterapkan, memiliki kebebasan dalam membuat pernyataan selama pernyataan masih sesuai dengan konteks permasalahan dan indikator serta mampu memperjelas item pernyataan [20].

Skala likert terdiri dari empat atau lebih item pernyataan yang dipadukan dengan sebuah skor yang akan mempresentasikan sifat individu seperti sikap, perilaku dan pengetahuan. Untuk kuisisioner, responden akan memilih salah satu dari lima alternatif jawaban yang telah disediakan. Setiap butir pernyataan dinyatakan sebagai indikator dari variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel yang mempunyai skor nilai 1 sampai 5.

Tabel 1.1 Skala Likert

Pernyataan
Skor 1. Sangat Tidak Setuju
Skor 2. Tidak Setuju
Skor 3. Netral
Skor 4. Setuju
Skor 5. Sangat Setuju

5.6 Statistical Product and Service (SPSS)

SPSS merupakan program aplikasi yang digunakan untuk membantu dalam menganalisa data statistic. SPSS pertama kali dirilis pada tahun 1968 oleh Norman H.Nie dan C. Hadlai Hull serta dikembangkan oleh SPSS Inc yang kemudian diakuisisi oleh IBM Corporation.

SPSS adalah sebuah program aplikasi yang mempunyai kemampuan terhadap analisis statistik yang cukup tinggi dengan sistem manajemen data yang menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak dialog yang sederhana sehingga cara pengoperasiannya mudah untuk dipahami [21]. SPSS digunakan untuk mengolah data dan menganalisis data statistik karena termasuk dalam ruang lingkup statistik serta saling berkaitan dalam proses pengolahan datanya.

5.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independent (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) dengan variabel dependent (Y) [22]. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independent bernilai positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependent apabila nilai dari variabel independent yang mengalami peningkatan atau penurunan. Berikut ini rumus dari regresi linier berganda antara lain sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan :

- Y = Variabel Terikat (Dependent)
- a = Nilai Konstanta
- b = Koefisien Regresi
- X = Variabel Bebas (Independent)

6. ALAT DAN BAHAN PENELITIAN

1. Alat Penelitian

a. Berikut ini Perangkat Keras yang digunakan dalam penelitian ini.

- Laptop : Lenovo Ideapad 330
- Processor : Intel64
- Memori : 4GB
- Harddisk : 500GB
- Flashdisk : 32 GB

b. Berikut ini Perangkat Lunak yang digunakan dalam penelitian ini.

- Sistem Operasi Windows 10
- Microsoft Word 2016
- Microsoft Excel 2016
- IBM SPSS Statistic 25
- Mendeley
- Google Form

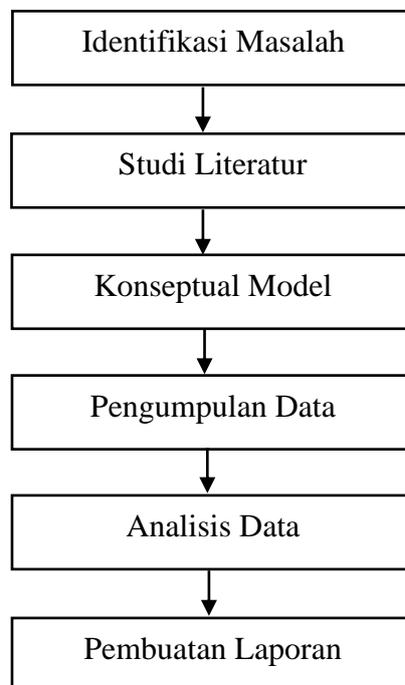
2. Bahan Penelitian

Untuk penelitian ini menggunakan bahan yang akan digunakan untuk mengumpulkan data yaitu kuisisioner. Kuisisioner tersebut akan dibagikan atau disebarikan kepada masyarakat di wilayah Kota Jambi yang menggunakan aplikasi dan layanan Grab.

7. METODE PENELITIAN

7.1 Kerangka Penelitian

Kerangka kerja penelitian merupakan urutan langkah-langkah yang harus dilakukan sehingga tujuan dari penelitian dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan. Untuk membantu dalam proses penelitian ini diperlukan susunan kerangka kerja yang menjelaskan setiap tahapan-tahapan yang dilakukan pada penelitian ini. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini.



Gambar 1.1 Kerangka Kerja

Berdasarkan kerangka kerja diatas, maka dapat dijelaskan langkah-langkah yang dilakukan pada penelitian ini.

1. Identifikasi Masalah

Pada tahapan ini, penulis akan menemukan permasalahan yang akan diselesaikan. Permasalahan yang akan diselesaikan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat

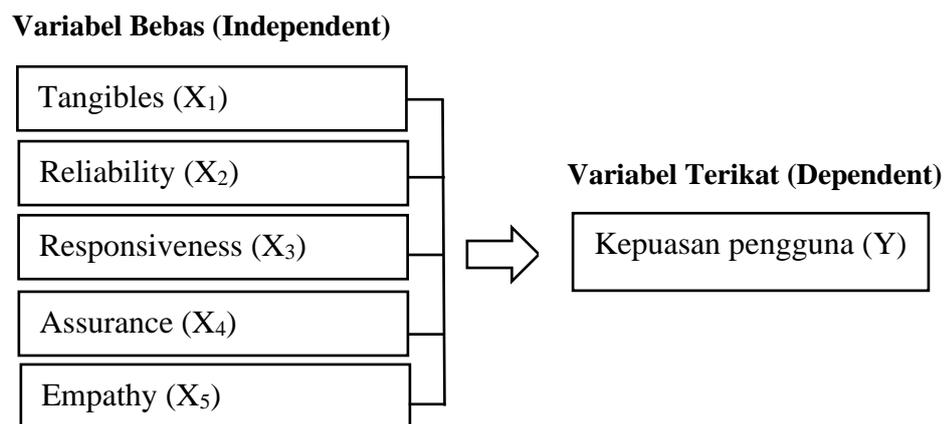
kualitas layanan dan seberapa besar pengaruh kualitas layanan Grab terhadap kepuasan pengguna dan menemukan solusi untuk memperbaiki dan meningkatkan layanan pada Grab.

2. Studi Literatur

Pada tahapan ini, penulis memahami dan mempelajari teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan akan digunakan sebagai dasar teori dalam penelitian ini. Informasi yang diperoleh dapat bersumber dari buku, jurnal, artikel ilmiah dan referensi lainnya. Konsep yang dipelajari dan dipahami dalam penelitian ini adalah teori mengenai bagaimana menganalisis kualitas layanan menggunakan metode Servqual dan pada dimensi apa yang perlu untuk ditingkatkan.

3. Konseptual Model

Pada tahapan ini, penulis akan menentukan konsep yang akan menggambarkan hubungan antara pengguna dan dimensi kualitas. Dalam penelitian ini hanya akan menganalisis gap ke-5 yaitu kesenjangan antara jasa yang diterima dan jasa yang diharapkan. Gap tersebut akan menjelaskan apakah layanan Grab yang diterima oleh pengguna telah sesuai dengan harapan pengguna. Berikut ini konseptual model yang telah ditentukan berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan.



Gambar 1.2 Konseptual Model

4. Pengumpulan Data

Pada tahapan ini, proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner tersebut terdiri dari beberapa pernyataan dan skor nilai yang telah ditentukan untuk setiap jawaban yang dipilih oleh responden yang merupakan pengguna dari layanan Grab. Responden mempunyai kebebasan dalam memberikan jawaban dari setiap pernyataan berdasarkan persepsinya. Dalam menyusun kuisisioner, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain sebagai berikut.

1. Sebelum ke butir-butir pernyataan harus ada petunjuk pengisian agar responden tidak merasa bingung dan kesulitan.
2. Sebelum ke butir-butir pernyataan terdapat deskripsi atau penjelasan dari objek dan tujuan dari kuisisioner tersebut.
3. Pada kuisisioner terdapat kolom bagi responden untuk mengisi biodata responden seperti nama lengkap, jenis kelamin, usia dan profesi.
4. Butir-butir pernyataan harus menggunakan kata-kata yang mudah dipahami dan tidak menggunakan kalimat yang terlalu panjang.
5. Dalam penelitian ini, penulis menentukan dan menetapkan jumlah responden yang diperlukan sebanyak 100 responden. Kuisisioner tersebut ditujukan untuk masyarakat yang menggunakan layanan Grab.
6. Dalam penelitian ini, kuisisioner disebarakan secara online dan secara langsung kepada pengguna layanan Grab.

5. Analisis Data

Pada tahapan ini, penulis melakukan analisis berdasarkan hasil pengolahan data dari kuisisioner yang telah diisi oleh responden. Analisis pada penelitian ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana tingkat kepuasan pengguna Grab. berdasarkan hasil pengukuran dengan menggunakan metode servqual. Berikut ini tahapan-tahapan pada metodologi penelitian menggunakan metode servqual.

1. Tahap 1, Menentukan variabel dan dimensi yang akan diukur

Dalam penelitian kuantitatif, variabel yang akan diteliti terdiri dari dua variabel yaitu variabel independent (X) dan variabel dependent (Y). Berikut penjelasan variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Variabel Independent (Bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependent (terikat). Dalam penelitian ini terdiri dari 5 variabel bebas yaitu, *Tangibles* (X₁), *Reliability* (X₂), *Responsiveness* (X₃), *Assurance* (X₄) dan *Empathy* (X₅).

b. Variabel Dependent (Terikat)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent (bebas). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan pengguna (Y).

2. Tahap 2, Membuat dan menyebarkan kuisioner

Dalam pembuatan kuisioner harus mengacu pada variabel-variabel dan dimensi kualitas yang telah ditentukan. Pembuatan kuisioner dilakukan dengan menggunakan Google Form. Untuk penyebaran kuisioner dilakukan secara langsung kepada responden dan secara online. Responden yang ditunjukkan adalah masyarakat yang menggunakan layanan Grab.

3. Tahap 3, Mengolah data hasil kuisioner

Pada tahap ini, hasil kuisioner yang telah berhasil dikumpulkan akan di rekapitulasi agar dapat memudahkan dalam proses penataan data. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Microsoft Excel. Hasil kuisioner dikatakan relevan apabila jawaban dari waktu ke waktu menunjukkan konsistensi.

4. Tahap 4, Menganalisis data hasil pengolahan kuisioner

Hasil kuisioner yang telah diolah sebelumnya akan di implementasikan dengan menggunakan SPSS. Dengan software pengolah data statistik tersebut akan dilakukan uji hipotesis pada setiap variabel atau dimensi kualitasnya. Uji hipotesis

tersebut dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel terhadap persepsi yang akan dijadikan sebagai tolak ukur dalam mengetahui kualitas layanannya. Penetapan besarnya nilai dari hasil uji didasarkan pada kesenjangan (gap) antara kepuasan pengguna dan harapan pengguna. Nilai kesenjangan (gap) yang bernilai negatif menunjukkan bahwa kepuasan pengguna lebih rendah dari harapan pengguna.

6. Pembuatan Laporan

Pada tahapan ini, penulis menyusun dan membuat laporan berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Laporan ini akan mencakup hasil analisis dari semua data yang telah diperoleh dan dianalisis dengan menggunakan beberapa uji data. Pada laporan ini akan menyajikan gambaran secara utuh tentang penelitian yang sedang dilakukan.

7.2 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan dan selanjutnya akan diperoleh sebuah kesimpulan. Populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa atau sesuatu yang akan diteliti [23]. Jadi, populasi tidak hanya sekedar jumlah yang ada pada objek tetapi juga meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan layanan Grab di wilayah Kota Jambi.

b. Sampel

Sampel adalah Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi [24]. Jika populasi sangat besar dan tidak memungkinkan untuk mempelajari atau mengambil semua yang ada pada populasi karena keterbatasan biaya, tenaga dan waktu. Penulis dapat menggunakan sampel yang ada pada populasi dan sampel yang digunakan tersebut maka kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi itu. Sampel yang diambil tersebut harus dapat

mewakili dari populasinya. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling dengan menggunakan sampling acak sederhana.

7.3 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala likert. Berikut adalah prosedur dari pengukuran variabel pada penelitian ini.

1. Responden diminta untuk mengisi pernyataan tentang biodata seperti nama lengkap, usia, jenis kelamin dan pekerjaan.
2. Responden diminta untuk menjawab pernyataan yang akan digunakan sebagai dasar apakah responden masuk kriteria atau tidak.
3. Responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang ada pada kuisisioner berdasarkan persepsi masing-masing responden. Penilaian untuk setiap jawabannya terdiri dari lima pilihan yaitu, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
4. Pemberian nilai (*scoring*) pada kuisisioner dimulai dari 1 sampai 5 yang dimulai dari jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) hingga Sangat Setuju.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. Mahmud, "Gojek Sebagai Symbol Perubahan Sosial Dan Ekonomi Di Kota Tegal," *J. Ilm. Pendidik. Ekon.* 2(2) h 60-68., pp. 60–68, 2017.
- [2] A. Agustin, "Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (Go-Jek) Di Surabaya," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 6(9):, pp. 2461–0593, 2017.
- [3] S. N. A. Dian Aulia, Chalimatuz Sa'diyah, "Analisis Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online: Studi Pada Pengguna Grab Bike," *J. Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 15, p. 46, 2021.
- [4] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 1st ed. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- [5] F. Aryani, Dwi dan Rosinta, "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan," *J. Ilmu Adm. dan Organ.*, vol. 2, p. halaman 114-126., 2010.
- [6] F. & C. G. Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi, 2016.
- [7] K. L. Kotler, Phillip dan Keller, *Marketing Management*. ISE England, 2016.
- [8] F. Laksana, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018.

- [9] P. Kurniawan, "Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Service Quality Pada PT . OSG Indonesia," *Univ. Mercu Buana*, 2018.
- [10] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian*, 3rd ed. Yogyakarta: Andi, 2014.
- [11] J. B. Santoso, "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN GEPREK BENSU RAWAMANGUN)," *J. Akunt. dan Manaj. V*, vol. 16, 2019.
- [12] R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- [13] S. Danang, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2013.
- [14] P. Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi 11. Jakarta: PT. Indeks, 2005.
- [15] S. Saidani, Basrah Dan Arifin, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ranch Market," *J. Ris. Pemasar. Sains Indones.*, vol. VOL 3. No, 2012.
- [16] M. Tannady, Hendy., Andrea, Billy., Nurprihatin, Filscha., and Lusiani, "Analisis kualitas jasa pada maskapai penerbangan rute domestik tarif menengah kebawah dengan menggunakan metode Servqual dan metode Importance and Performance Analysis. Prosiding SNATIF," *Pros. SNATIF*, p. hal. 693-699., 2017.

- [17] H. M. Azizi, ““Analisis Servqual Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Buah Candra Dewi,”” *J. Fak. Ekon. Univ. Muhammadiyah Jember*, pp. 1–17, 2019.
- [18] F. Tjiptono, *Service Quality and Satisfaction*, Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset, 2011.
- [19] E. Suwandi, F. H. Imansyah, and H. Dasril, “Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome,” *J. Tek. Elektro*, p. 11, 2018.
- [20] W. Sarjono, Haryadi., dan Julianita, *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Selemba Empat., 2013.
- [21] Budiyanto, “Materi Pelengkap Modul Statistik Deskriptif – SPSS,” *Modul Stat. Deskriptif – SPSS*, pp. 1–10, 2017.
- [22] U. S. & Suwaji, *Ekonomi Manajerial*, 1st ed. Yogyakarta: BUDI UTAMA, 2018.
- [23] Ririn Handayani, *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika, 2020.
- [24] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2015.