

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GO-JEK
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam As-syafi'iyah)**

Muhammad Ridwan
Sintya Noviyanti
Program Studi Manajemen Universitas Islam As-Syafi'iyah
emriedwan.feb@uia.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan sample yang digunakan adalah 96 konsumen. Pengujian hipotesis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, asumsi kelasi terlebih seperti, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi dan korelasi, Determinasi, uji t dan uji f, berdasarkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan gojek dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar 3,762 dan untuk kepuasan pelanggan secara parsial juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan gojek signifikan $0,001 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar 3,568. Sedangkan hasil pengujian secara simultan diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan gojek.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study is to determine the effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty the sample used is 96 consumers. Hypothesis testing uses validity and reliability tests, especially classification assumptions such as normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and autocorrelation test. The analysis used is regression and correlation analysis, determination, t test and f test, based on the results of research partially showing that service quality has a positive and significant influence on Gojek Customer Loyalty with a significance of $0.000 < 0.05$ and a tcount of 3.762 and for customer satisfaction. Partially also shows that customer satisfaction has a positive and significant influence on Gojek Customer Loyalty, which is significant $0.001 < 0.05$ and tcount is 3.568. Meanwhile, the results of the simultaneous test show that service quality and customer satisfaction have a simultaneous effect on gojek customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat seperti sekarang ini, banyak hal yang berubah menjadi berbasis digital atau teknologi yang menggunakan jaringan internet dan intranet sebagai alat perantaranya. Pemanfaatan teknologi bukan hanya di bidang komunikasi saja tetapi pada zaman sekarang teknologi dimanfaatkan juga pada bidang pendidikan, ekonomi, pertanian, keamanan dan transportasi. Perkembangan teknologi juga ada dan dikembangkan untuk terus mempermudah hidup manusia.

Teknologi di gunakan untuk mempermudah segala pekerjaan manusia. Perkembangan zaman yang semakin pesat, membuat manusianya semakin kreatif dan inovatif untuk membuat atau menciptakan sesuatu yang baru. Salah satunya adalah bisnis yang menyediakan jasa transportasi berbasis digital. Mengingat transportasi sudah menjadi kebutuhan utama bagi manusia hal ini menjadi alasan untuk terus mengembangkan bisnis dalam bidang transportasi. transportasi yang diperlukan merupakan transportasi yang cepat, aman, nyaman, dan mudah ditemukan, agar dapat mempermudah dan mempercepat kegiatan orang-orang yang padat. Hal itu membuat banyaknya bisnis transportasi berbasis online bermunculan seperti Gojek, Grab, Uber dan lain-lain.

Menurut data comScore perdesember 2017 tercatat sebanyak 15,73 juta orang menggunakan aplikasi transportasi online. Data ini juga disusul dengan data perbandingan jumlah pengguna selama Agustus-Desember 2017. Menurut data pengukuran pasar yang dipublikasikan oleh ilmuOne data, 9,7 juta pengunjung mengakses Gojek, 9,6 juta mengakses Grab, dan 2 juta pengguna Uber. Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna Gojek lebih tinggi dan banyak diminati dibandingkan dengan 2 kompetitornya. Ketatnya persaingan antar perusahaan transportasi online tersebut, membuktikan bahwa suatu perusahaan harus tetap menjaga pelanggannya agar tetap loyal dan memakai jasa layanan transportasi online perusahaannya.

Penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Tia Aprilia Susnita pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka”. Yang dapat di simpulkan bahwa Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersamaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan Pada hotel Libra Kadipaten Majalengka. Dilihat dari hasil nilai Fhitung (63,965) > Ftabel (3,09).

Terdapat penelitaian laian yang di lakukan oleh Desan Henriawan pada tahun 2015 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur”. Dapat di simpulkan bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebesar 62,3%. Maka dapat di simpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Go-jek Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam As-Syafi'iyah?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Go-jek Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam As-Syafi'iyah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Go-jek Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam As-Syafi'iyah.

2. Untuk mengetahui bagai mana kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Go-jek Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam As-Syafi'iyah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Menambah dan memberikan wawasan serta pengetahuan sebagai sarana dalam pengembangan diri dan ilmu pengetahuan secara teoritis. Yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian ini sendiri. Yakni mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan GO-jek khususnya pelanggan Go-jek wilayah Jatiwaringin.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan yang dapat di percaya dan memberikan manfaat dalam menyusun kebijakan dan strategi guna menunjang peningkatan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas dan tercapainya tujuan yaitu Loyalitas pelanggan. Khususnya pelanggan Go-jek wilayah Jatiwaringin.

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Manajemen

Pada dasarnya manajemen adalah seni untuk menyelesaikan pekerjaan agar berjalan sesuai dengan apa yang telah di rencanakan perusahaan. Secara umum manajemen memiliki tiga tugas pokok, yaitu Mempersiapkan rencana atau strategi umum bagi perusahaan, Melaksanakan strategi tersebut dan Mengadakan evaluasi, menganalisa dan megawasi strategi tersebut agar sesuai dengan tujuan perusahaan.

Menurut Kotler & Amstrong, (2016:8) bahwa : *“Management is a set of processes that can keep a complicated system of people and technology running smoothly. The most important aspects of management include planning, budgeting, organizing, staffing, controlling, and problem solving”*. Artinya yaitu Manajemen adalah serangkaian proses yang dapat memelihara sistem yang rumit dari orang dan teknologi berjalan dengan lancar. Aspek-aspek yang paling penting dari manajemen meliputi perencanaan, penganggaran, pengorganisasian, kepegawaian, pengendalian, dan pemecahan masalah.

Stephen P. Robbins dan Mary Coulter (2010) dalam (Pratama, 2020:7) mengatakan bahwa Manajemen adalah aktivitas kordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh orang lain atau karyawan untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.

B. Teori Pemasaran

Kotler & Keller, (2016:27) menyatakan bahwa *“Marketing is about identifying and meeting human and social needs”*. Artinya yaitu *“Pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan sosial”*.

Pemasaran adalah aktivitas serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran (offerings) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum.(Tjiptono, 2016)

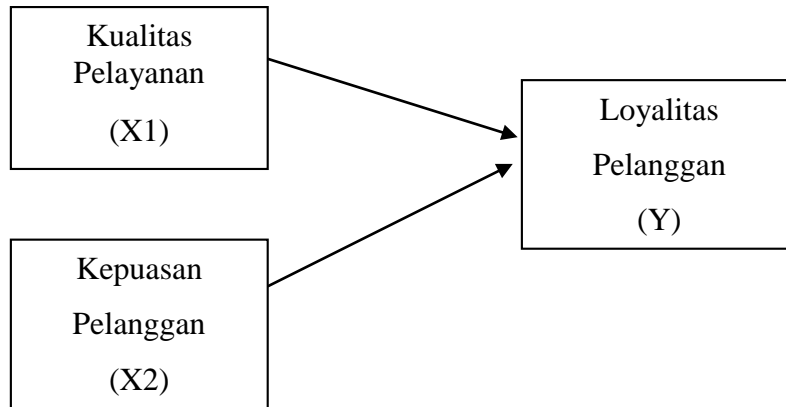
Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk

mengelola hubungan baik dengan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi (Rizal, 2020).

C. Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Variabel	Metode Analisis Data	Hasil
1.	Tia Aprilia Susnita (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka	X1 = Kualitas pelayanan X2 = Kepuasan Pelanggan Y = Loyalitas pelanggan	Metode Analisis Regresi Linear	Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersamaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan Pada hotel Libra Kadipaten Majalengka.
2.	Fifana Kusuma Putri ¹ Altje L. Tumbel ² Woran Djemly ³ (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Matahari Departement Store Di Mantos 2	X1 = Kualitas pelayanan X2 = Kepuasan Pelanggan Y = Loyalitas pelanggan	Metode Analisis Regresi Linear	Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Pada PT. Matahari Departement Store Di Mantos 2.
3.	Mailani Ulfa ¹ Riri Mayliza ² (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Kota Padang	X1 = Kualitas pelayanan X2 = Kepuasan Pelanggan Y = Loyalitas pelanggan	Metode Analisis Regresi Linear	Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa variable <i>tangible</i> , <i>responsiveness</i> , Dan <i>empathy</i> Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sedangkan Variabel <i>Reliability</i> Dan <i>assurance</i> Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas.

D. Kerangka Pemikiran



Keterangan :

H₁ : pengaruh kualitas pelayanan (X₁) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

H₂ : pengaruh kepuasan pelanggan (X₂) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

3. METODOLOGI PENELITIAN

A. Definisi Operasional dan Pengukuran

Variable	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah perilaku yang di berikan perusahaan kepada pelangganya untuk memenuhi kebutuhanya.	1. Kecepatan dalam pelayanan. 2. Ketelitian dalam layanan. 3. Memberikan respon yang baik. 3. Berprilaku baik. 4. Berpenampilan rapih,bersih. 5. Melayani sesuai dengan standar pelayanan yang baik.	Skaala likert 5 = Sangat Setuju 4 = Setuju 3 = Ragu-ragu 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju
Kepuasan Pelanggan (X2)	Kepuasan pelanggan adalah perasan senang atau kecewa yang di rasakan pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa.	1. Pelayanan yang baik 2. kemudahan dalam menggunakan jasa 3. harga yang ditawarkan sesui 4. ketepatan waktu 5. melakukan pembelian ulang	Skala likert 5 = Sangat Setuju 4 = Setuju 3 = Ragu-ragu 2 = Tidak Setuju 1 = sangat Tidak Setuju
Loyalitas Pelanggan	Loyalitas pelanggan adalah wujud dari	1. kualitas pelayanan 2. kepuasan pelanggan	Skala likert

Variable	Definisi	Indikator	Skala
(Y)	kesetiaan pelanggan untuk menggunakan jasa/jasa.	3. kepercayaan pelanggan 4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. 5. Melakukan pembelian ulang sebuah produk	5 = Sangat Setuju 4 = Setuju 3 = Ragu-ragu 2 = Tidak Setuju 1 = sangat Tidak Setuju

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam As-Syafiiyah yang menggunakan gojek yang belum diketahui jumlahnya. Maka dari itu penulis melakukan survey awal dengan cara penyebaran kuesioner secara acak ke 110 Mahasiswa. Dari 110 Mahasiswa tersebut sebanyak 101 mahasiswa yang mengisi kuesioner tersebut.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kuesioner

Yakni peneliti melakukan penyebaran kuesioner penelitian ini secara online yang pengisiannya dilakukan secara online menggunakan “google form”, guna memperoleh penilaian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam As-Syafi'iyah. Tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan gojek.

2. Studi Kepustakaan

Merupakan teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari atau menghimpun informasi melalui litelatur-litelatur dan kajian penelitian terdahulu yang relevan.

D. METODE ANALISIS DATA

1. Statistik Diskriptif

Dengan analisis data deskriptif di pakai untuk mendeskriptifkan dari data yang telah diteliti. Analisis statistik dengan menggunakan pendekatan atau rumus statistik dengan bantuan SPSS.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji yang dilakukan untuk menguji kemungkinan terjadinya ketidaksamaan varian dari residualnya untuk pengamatannya pada model regresi, yang dilakukan dengan program dari pengolahan data SPSS dengan hasil output dalam bentuk grafik. (Agus, 2016)

Tujuan uji heterokedastisitas untuk menguji ada atau tidaknya penyimpangan heterokedastisitas pada penelitian, yang mana merupakan varians dari residual yang tidak memiliki kesamaan pada model regresi. Dinyatakan tidak terjadi masalah antara variabel independen atau bebas dengan nilai absolut residual, jika nilai signifikannya $>0,05$ dan berlaku sebaliknya

3. Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan pada hubungan fungsionalnya maupun kasual atau sebab akibat dari suatu variabel independennya dengan data variabel dependennya. (Sujarweni, 2015), rumus dari regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Yaitu:

Y = Nilai dugaan dari suatu variabel bebas yaitu loyalitas pelanggan (Y)

X = Variabelnya faktor penyebab (independen) yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2)

a = Konstanta

b = Koefisien dari regresi yang di timbulkan oleh variabel X

Mencari nilai dari a dan b dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum x \cdot \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum xY - \sum x \cdot \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

4. Regresi Linear Berganda

Dimana alat yang digunakan untuk mengukur prediksi permintaan yang akan terjadi di masa mendatang menggunakan data masa lalu serta agar mengetahui pengaruh dari dua atau lebih variabel dependen atau variabel independen. Merupakan metode yang digunakan dalam menetapkan kemungkinannya dari bentuk hubungan antar variabelnya (Sujarweni, 2015), Analisis regresi berganda menggunakan persamaan :

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

Dimana :

a = konstantanya

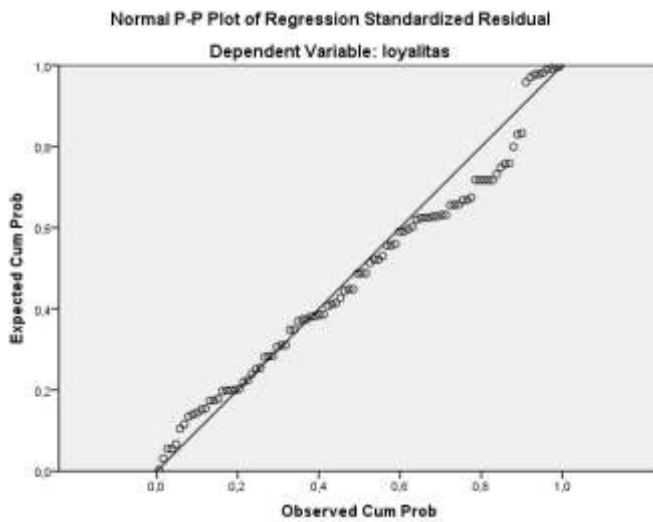
b₁ = koefisien dari regresi X₁, b₂

y = variabel dependen

e = residual/ eror

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah populasi dari data yang dilakukan berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas datanya menggunakan uji *probability plot* dan uji *kolmogorof smirnov*, yakni distribusinya dikatakan normal apabila nilai probabilitas $f > 5\%$ maka residual terdistribusi tidak normal dan jika probabilitas $f < 5\%$ maka residual valid.



Sumber: Data diolah dengan SPSS 19 .0

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dekat dengan garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disnyatakan data memenuhi asumsi normalitas. Selanjutnya dilakukan dengan uji normalitas dengan *kolmogorov sumirnov* untuk dapat mengetahui apakah data terdistribusi normal, maka dapat dilihat tabel berdasarkan hasil pengujian SPSS berikut

Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Sumirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,65490445
Most Extreme Differences	Absolute	,114
	Positive	,114
	Negative	-,059
Kolmogorov-Smirnov Z		1,119
Asymp. Sig. (2-tailed)		,164

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data, diolah SPSS 19.0

Berdasarkan dari hasil pengujian diatas dapat diketahui bahwa instrumen variabel penelitian dapat dinyatakan berdistribusi normal sebesar 0,164 dimana nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Hasil Analisis Regresi linear Sederhana X1 dan Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22,722	4,099		5,543	,000
	Kualitas Pelayanan	,473	,094	,460	5,022	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data, diolah dengan SPSS 19 .0

Berdasarkan analisis regresi linear sederhana antara variabel X1 dan Y menggunakan rumus $Y=a+bX_1$ maka didapatkan persamaan regresinya yaitu $Y=22,722+0,473 X_1$. Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa:
 Nilai a = 22,722 yaitu jika tidak ada perubahan dari variabel kualitas pelayanan (X₁) maka nilai skor loyalitas pelanggan (Y) adalah 22,722.
 Nilai b = 0,473 artinya pada setiap penambahan skor nilai kualitas pelayanan (X₁), maka loyalitas pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,473.

Hasil Analisis Regresi linear Sederhana X2 dan Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,228	3,925		6,173	,000
	Kepuasan Pelanggan	,442	,091	,448	4,861	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data, diolah dengan SPSS 19 .0

Berdasarkan analisis regresi linear sederhana antara variabel X2 dan Y di dapatkan persamaan regresi yaitu $Y=24,228+0,442 X_2$. Maka dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa:
 Nilai a = 24,228 yaitu jika tidak ada perubahan dari variabel kepuasan pelanggan (X₂) maka nilai skor loyalitas pelanggan (Y) adalah 24,228.
 Nilai b = 0,442 artinya pada setiap penambahan skor kepuasan pelanggan (X₂), maka loyalitas pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,442.

Hasil Analisis Regresi linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,877	4,592		3,022	,003
	Kualitas Pelayanan	,356	,095	,346	3,762	,000
	Kepuasan Pelanggan	,324	,091	,328	3,568	,001

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data, diolah dengan SPSS 19 .0

Berdasarkan hasil uji disimpulkan analisis regresi linear berganda antara variabel X1 dan X2 didapatkan persamaan regresi $Y=13,877 +0,356 X_1 + 0,324 X_2$ sebagai berikut:

Nilai a = 13,877 yaitu jika tidak ada perubahan dari variabel kualitas pelayanan (X₁) dan kepuasan pelanggan (X₂) maka nilai skor loyalitas pelanggan (Y) adalah 13,877.

Nilai b 1= nilai koefisien kualitas pelayanan 0,356 ini menunjukkan jika kualitas pelayanan berada sebesar satu satuan, maka loyalitas pelanggan akan berubah. Tanda positif menunjukkan bahwa apabila variabel meningkat satu point maka kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 0,356 pada saat nilai kualitas pelayanan (X₁) = 0

Nilai b 2= nilai koefisien kepuasan pelanggan 0,324 ini menunjukkan jika kepuasan pelanggan berada sebesar satu satuan, maka loyalitas pelanggan akan berubah. Tanda positif menunjukkan bahwa apabila variabel meningkat satu point maka kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 0,324 pada saat nilai kualitas pelayanan (X₂)= 0

Hasil Analisis Korelasi Sederhana X1 dan Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,346 ^a	,120	,110	4,196	,120	12,784	1	94	,001

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data, diolah dengan SPSS 19 .0

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa nilai korelasi sebesar 0,346. Maka dapat disimpulkan hal ini menunjukkan adanya korelasi yang bersifat rendah dan positif. Dan kontribusi yang di berikan variabel kualitas pelayanan sebesar 12%.

Hasil Analisis Korelasi Sederhana X2 dan Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,448 ^a	,201	,192	3,94403	,201	23,634	1	94	,000

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data, diolah dengan SPSS 19 .0

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa nilai korelasi sebesar 0,448. Maka dapat disimpulkan hal ini menunjukkan adanya korelasi yang bersifat sedang dan positif. Dan kontribusi yang diberikan variabel kepuasan pelanggan sebesar 20,1%.

Hasil Analisis Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,554 ^a	,306	,292	3,69400	,306	20,548	2	93	,000

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data, diolah dengan SPSS 19 .0

Berdasarkan hasil uji korelasi berganda diatas maka dapat disimpulkan untuk nilai R yaitu 0,554 yang dimana artinya terdapat hubungan yang sedang dan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan.

Hasil analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,554 ^a	,306	,292	3,69400

Sumber: Data, diolah dengan SPSS 19 .0

Berdasarkan hasil diatas dapat menunjukkan hasil koefisien determinasi sebesar 0,306. Hal ini berarti kontribusi yang diberikan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan adalah sebesar 30,6% sedangkan sisanya yakni 69,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak turut diteliti dalam penelitian ini.

F. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Pelanggan gojek mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Ass-Syafi'iyah Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis data yang telah didapatkan dari Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan gojek studi kasus pada pengguna gojek di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Ass-syafi'iyah yang dipaparkan pada bab IV, maka hasil yang diperoleh dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan gojek yang dilakukan pada pengguna gojek di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Ass-syafi'iyah. Hal ini dapat dilihat dari taraf signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar 3.762 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,66140.
2. Kepuasan pelanggan secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan gojek yang dilakukan pada pengguna gojek di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Ass-syafi'iyah. Hal ini dapat dilihat dari taraf signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar 3.568 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,66140.

2. Saran

Berikut merupakan saran yang dapat dikemukakan peneliti kepada perusahaan dan juga bagi peneliti selanjutnya:

1. Dari hasil penelitian antara variabel kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan, maka saran yang dapat diberikan adalah perusahaan gojek lebih meningkatkan dan menghimbau para pengendara-pengendara gojek untuk menjalankan protokol kesehatan dengan baik. Tujuannya agar para pengguna jasa ojek online merasa aman dan percaya ketika memakai jasa dari gojek serta tidak beralih menggunakan jasa transportasi lain dan yang belum menggunakan jasa gojek menjadi tertarik menggunakan jasa transportasi gojek.
2. Untuk variabel kepuasan pelanggan dari hasil penelitian juga memiliki pengaruh positif dan signifikan, perusahaan gojek perlu mempertahankan dan juga dapat meningkatkan lagi kepuasan pelanggan dikarenakan fitur yang di tawarkan belum bisa membuat pelanggan merasa puas maka perusahaan perlu meningkatkan inovasi agar semua fitur pada aplikasi gojek dapat digunakan oleh seluruh pelanggan diberbagai daerah.
3. Disarankan untuk Penelitian selanjutnya diharapkan dapat lagi menambah atau diperluas variabel bebas lainnya selain variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan seperti kepercayaan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dan penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencaaian Brand Trust*. Qiara Media.
- Agus, T. B. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Rajawali Pers.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Mitra Wacana Media.
- Andriasan sudarso. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Di Lengkapi Dengan Hotel Berbintang Di Sumatra)*. deppublish.
- Astuti, M. (2020). *pengantar Manajemen Pemasaran*. deppublish publisher.
- Fandy Tjiptono. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. CV.Andi offset.
- Firmansyah, M. A. (2019). *PERILAKU KONSUMEN (SIKAP DAN PERASAAN)*. Penerbit Qiara Media.
- Hasibuan, M. P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Aksara.
- Henriawan, D. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lupioadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: selemba empat.
- Mutiawati, C., Suryani, F. M., Anggraini, R., & Azmeri. (2019). *KINERJA PELAYANAN ANGKUTAN UMUM JALAN RAYA*. CV Budi Utama.
- Octavia, R. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung*.
- Pratama, R. (2020). *Pengantar Manajemen*. deppublish.
- Putri1, F. K., Tumbel2, A. L., & Djemly3, W. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Matahari Departement Store Di Mantos 2*.
- Rangkuti. (2010). *Strategi Pemasaran*. PT Bumi Aksara.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. deppublish publisher.
- Saparso, S. W. (2019). *LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH STUDI ATAS RELIGITAS, KUALITAS LAYANAN, TRUST, DAN LOYALITAS*. deppublish publisher.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (2015). *STATISTIK UNTUK BISNIS EKONOMI* . Pustaka Baru Pers.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*.. Pustaka Baru Perss.
- Suprpto, R., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.
- Supriatna, Y., Ardianto, Y., & Sunaryo, D. (2019). *Induksi Manajemen Pemasaran*. Qiara Media. Yogyakarta.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. CV BUDI UTAMA. Yogyakarta

- Susnita, T. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka.*
- Ulfa1, M., & Mayliza2, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Kota Padang.*