

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK DI KOTA BATAM

Helen Widyasari¹, Suhardi²

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

e-mail : pb170910398@upbatam.ac.id

ABSTRACT

The direction of this study is to ensure the results of product quality and service quality on customer satisfaction. using purposive sampling technique with a sample size of 100 respondents. Methods of data collection by distributing questionnaires. Testing data quality in the study used validity and reliability tests, classical assumption tests and test the effects of a study using multiple linear regression analysis and analysis of the coefficient of determination, to test the study hypothesis using the t and F tests, the test using the software version of SPSS 25. The coefficient of determination (R²) obtained from the variable product quality and service quality have an effect on 78.2% of customer satisfaction. The result of multiple linear regression test shows that product quality has an effect of 74.3% on customer satisfaction and service quality has an effect of 31.1% on customer satisfaction. Based on the results of the t test and F test, it can be concluded that product quality and service quality partially have a significant effect on customer satisfaction and product quality and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction of Gojek application users.

Keywords: Product Quality; Service Quality; Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis dihadapi oleh perusahaan-perusahaan dalam waktu ini semakin selektif, sebagai akibatnya menuntut para manajemen perusahaan agar lebih berhati-hati untuk memilih strategi bersaing dengan perusahaan lainnya agar dapat menang dalam persaingan yang dihadapi. Untuk dapat menaikkan kepuasan pelanggan seorang manajemen dalam perusahaan harus dapat lebih berusaha untuk merancang dan mengaplikasikan rencana dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Bidang teknologi saat ini turut berperan penting dalam perkembangan transportasi yang ada di zaman ini. Masyarakat dikehidupan sehari-hari mereka dituntut untuk dapat memakai teknologi dalam keseharian mereka dalam bermasyarakat. Adanya sistem transportasi yang berbasis *online* yang memanfaatkan internet, serta aktivitas transportasi masyarakat menjadi

berbeda dari yang biasanya. Masyarakat di zaman sekarang ini dapat memanfaatkan *gadget* mereka untuk menyokong aktivitas mereka sehingga mempermudah kepergian yang akan mereka lakukan. Misalnya melalui aplikasi berbasis online mereka mereka melakukan pemesanan untuk kepergian ketempat tujuan yang mereka inginkan.

Sebuah perusahaan yang berkecimpung di aspek jasa transportasi khususnya transportasi *online* dalam mempertahankan kelangsungan bisnisnya, perusahaan dapat menjaga kepuasan pelanggan dengan mencoba berbagai cara. Tingkat kepuasan pelanggan dilihat dari berbagai faktor yang pertamaa adalah kualitas produk.

Kualitas produk yang dirasakan konsumen merupakan penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keunggulan keseluruhan suatu produk (Ririn, Rahmat & Rina, 2019: 47). Faktor lainnya yang berpengaruh terhadap

tingkat kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan bisa diamati dari dua hal yaitu jasa yang digunakan dan juga pelayanan yang diinginkan oleh para pelanggan atau yang sering disebut para pengguna aplikasi jasa transportasi. Kualitas pelayanan merupakan pengukur seberapa tinggi layanan tersebut dalam memenuhi atau melebihi harapan pelanggan secara tetap (Siboro & Suhardi, 2020: 121). Mengingat tingkat persaingan yang terus meningkat perusahaan harus selalu memperhatikan tingkat kepuasan pelanggannya. Suatu kepuasan yang diperoleh oleh para pelanggan adalah buatan dari hasil pertimbangan ataupun pengukuran atas sebuah karakteristik produk ataupun jasa yang masyarakat gunakan dalam memenuhi keperluan mereka sehari-hari, yang dimana kapasitas sesuai ataupun lebih dari yang diharapkan (Rasyid, 2017: 211).

PT. Gojek merupakan sebuah industri teknologiasal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perjalanan Gojek dimulai sejak tahun 2010 sebagai call center ojek *online* di Indonesia. Aplikasi hasil karya anak bangsa ini kemudian diluncurkan pada tahun 2015 yang hanya terdiri dari 3 layanan saja yaitu: *GoRide*, *GoSend*, dan juga *GoMart*. Setelah itu Gojek berkembang dengan bertambahnya layanan lebih dari 20 layanan hingga saat ini.

Masih terdapat berbagai masalah ataupun keluhan dari pengguna aplikasi Gojek khususnya dari sisi kualitas produk yaitu mengenai produk GoPay yang ada pada Gojek masih sering mengalami gangguan yaitu isi ulang GoPay tidak masuk ke saldo GoPay pengguna serta PayLater yang tidak pernah digunakan tapi mendapatkan tagihan. Faktor lain yang menjadi penyebab terjadinya keluhan oleh pengguna aplikasi Gojek yaitu kualitas pelayanan, masih ada berbagai masalah yang terjadi dari sisi kualitas pelayanan yaitu *Customer Service* Gojek lambat dalam merespon keluhan para pelanggan Gojek dan juga *Customer Service* tidak memberikan solusi yang tepat pada para pengguna aplikasi Gojek yang mengalami kendala. Hal ini lah yang memicu

berbagai keluhan yang masih terjadi pada pengguna aplikasi Gojek. Kepuasan pelanggan menjadi nilai utama bagi sebuah industri atau perusahaan yang berjalan di bidang jasa khususnya untuk perusahaan Gojek.

Berdasarkan penjelasan masalah di atas mengenai beberapa masalah yang terjadi di Gojek mengenai kualitas produk serta kualitas pelayanan nya, maka hal tersebut menjadi tujuan peneliti melakukan penelitian untuk melihat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Gojek di Kota Batam.

KAJIAN TEORI

2.1. Kualitas Produk

Kualitas produk yaitu kekuatan dari sebuah produk untuk memperlihatkan kegunaannya seperti produk, kepandaian, keringanan, dalam memperbaiki nilai-nilai yang lainnya (Lesmana & Ratnasari, 2019: 111).

Indikator kualitas produk pada penelitian ini diambil menurut pandangan (Irafu, 2019: 7) yaitu adalah:

1. Kinerja (*Performance*) yaitu keistimewaan aktivitas operasi pokok sebuah produk inti (*core product*) yang akan kita belanja.
2. Kesan kualitas (*Perceived quality*) yaitu pandangan atau suatu pendapat pelanggan terhadap kualitas produk.
3. Keandalan (*Reliability*) adalah suatu probabilitas mini yang menjalin keandalan fungsional.
4. Kesesuaian produk dengan spesifikasi (*conformance to product specifications*) yaitu sampai manakah suatu produk dalam kekhususan rancangan dan praktik dalam memenuhi tingkatan yang telah ditentukan sebelumnya.

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat tarik kesimpulan bahwa kualitas produk adalah sebuah usaha untuk melaksanakan manfaat dan kegunaan dari produk sesuai dengan keinginan para pelanggan.

2.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yaitu kesetaraan diantara pelayanan yang digunakan pelanggan dengan sebuah kualitas pelayanan yang diinginkan dan

penanggulangan untuk tingkat kelebihan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Putri & Subagja, 2017: 3).

Indikator kualitas pelayanan pada penelitian ini diambil menurut pandangan (Nasib, 2017: 32 - 44) yaitu adalah:

1. Keandalan (*Realibility*)
2. Daya tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Bukti Laangsung (*Tangibles*)

Berdasarkan pandangan ahli tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan yaitu sebuah level kelebihan yang diharapkann dan diharapkan oleh para pelanggan untuk memenuhi keinginan konsumen.

2.3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan yaitu sebagai semua perilaku yang ditetapkan oleh para pelanggan untuk suatu benda ataupun jasa pelanggan tersebut mencapai dan memakainya (Meftahudin, 2018: 283).

Indikator kepuasan pelanggan pada penelitian ini diambil menurut pandangan (Priansa, 2017: 210) yaitu adalah:

1. Harapan (*Expectations*)
2. Kinerja (*Performance*)
3. Pengalaman (*Experience*)
4. Perbandingan (*Comparison*)
5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

Penjelasan yang ada bisa ditarik kesimpulan kepuasan pelanggan adalah sebuah kesan pribadi terhadap penampilan barang ataupun jasa yang berangkaian dengan keinginan para pelanggan.

2.4. Penelitian Terdahulu

Pada penggalan ini akan dijelaskan dari semua hasil penelitian terdahulu yang bersangkutan dengan penelitian yang diteliti:

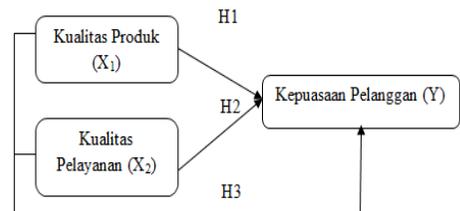
Penelitian sebelumnya oleh (Cristo et al., n.d., 2017) yaang berjudul "*The Influence Of Price, Service Quality, And Physicall Environment On Customer Satisfactiion Casee Studi Markobar Cafee Mannado*" diketahui jika variabel bebas yaitu harga, kualitas pelayanan serta fisik lingkungan secara simultan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian sebelumnya oleh (Andriani et al., 2018) yang judul "Pengaruh

Kualitas Produuk, Harga serta Citra Merk Terhadap Kepuasan Pelanggan Penggunaa Handphone Samsung (Studi Kasus Lumajang Kota)" diketahui jika kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dengan kepuasan pelanggan. Namun harga dan citra merk tidak memiliki pengaruh signifikan dengan kepuasan pelanggan.

Penelitian dilakukan oleh (Diza et al., 2016) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk serta Kepercayaan Terrhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado)" diketahui bahwa terdapat saling berpenaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap kepuasan pellaanggan.

2.5. Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

(Sumber : Data Penelitian 2020)

2.6. Hipotesis

H1 :Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Gojek di Kota Batam

H2 :Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Gojek di Kota Batam

H3 :Kualitas pelayanan dan produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Gojek di Kota Batam

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yaitu susunan penting yang memberitahukan suatu metode-metode serta apa yang dipakai si para peneliti untuk memilih, kumpul, dan menganalisis data (Aswad et al., 2018: 80). Penelitian ini menggunakan sebuah desain penelitian yaitu kausalitas, yang artinya untuk meneliti kemungkinan ada atau tidak hubungan sebab akibat

diantara variabel mengenai apa kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Gojek.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yaitu area penyamarataan dari suatu obyek/ subyek yang punya nilai serta keistimewaan masing-masing yang telah ditentukan seorang peneliti untuk dipahami lalu diambil garis tengahnya dari hasil. Populasi dari penelitian ini yaitu orang yang menggunakan aplikasi Gojek di Kota Batam yang tidak diketahui jumlahnya.

Karena jumlah populasi ini tidak diketahui jumlahnya, dari itu rumus yang dipakai untuk tau jumlah sampel yaitu rumus *lemeshow* sebagai berikut (Siahaan & Raymond, 2020: 6), sampel yang akan digunakan pada penelitian sebanyak 100 responden. Penelitian memakai suatu teknik sampling yaitu *Purposive Sampling* yang kriteria nya sudah ditentukan oleh peneliti diantaranya responden berusia 17 tahun sampai lebih dan sudah memakai layanan Gojek sebanyak dua kali atau lebih.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik digunakan untuk mengumpul data-data adalah kuesioner yang disebarakan kepada responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sehingga responden dapat menjawab setiap pernyataan yang ada.

HASIL PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

Pelaksanaan dari kegiatan penelitian memiliki total 100 responden dengan jumlah koresponden berasal dari laki laki yaitu 34 dengan persentase 34% dan koresponden perempuan sebanyak 66 dengan persentase 66%. Kemudian berdasarkan usia koresponden berusia 17–24 tahun sebanyak 63 dengan persentase 63%, Usia 25-32 tahun berjumlah 22 yang persentase 22 %, usia 33-40 tahun berjumlah 8 dengan persentase 8%, dan terakhir untuk usia diatas 41 tahun sebanyak 7 dengan persentase 7%. Kemudian berdasarkan pendidikan terakhir koresponden yaitu SD sebanyak 2 dengan persentase 2%, SMP sebanyak 8 dengan persentase 8%, SMA sebanyak 73 dengan

persentase 73%, D3 sebanyak 9 dengan persentase 9% dan S1 sebanyak 8 dengan persentase 8%. Berdasarkan pekerjaan koresponden diantaranya mahasiswa sebanyak 48 dengan persentase 48%, wirausaha sebanyak 12 dengan persentase 12%, karyawan swasta sebanyak 29 dengan persentase 29%, dan lain-lain sebanyak 11 dengan persentase 11%. Kemudian yang terakhir berapa kali koresponden menggunakan jasa yaitu 1 kali berjumlah 22 dengan persentase 22%, 2-4 kali berjumlah 28 dengan persentase 28%, 5-7 kali berjumlah 17 dengan persentase 17%, dan yang terakhir lebih dari 8 kali berjumlah 33 dengan persentase 33%.

Uji Validitas

Pengujian ini digunakan untuk menentukan apakah sebuah item tersebut layak ataupun tidak untuk digunakan, dengan cara dilakukan sebuah uji signifikasi koefisien korelasi pada sebuah taraf signifikasi yaitu 0.05 (5%). Seluruh pernyataan dikatakan valid, dari hasil sampel berjumlah 30 responden dengan r tabel bernilai 0,3610.

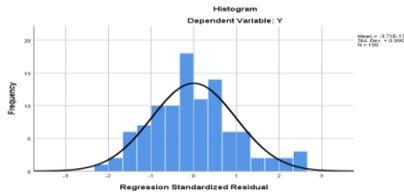
Uji Reliabilitas

Penelitian Uji Realibilitas diaplikasikan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Kuesioner yang telah dibagikan kepada seluruh responden. Dengan ketentuan Cronbach's Alpha > r tabel berarti realible dan Cronbach's Alpha < r tabel berarti tidak realible.

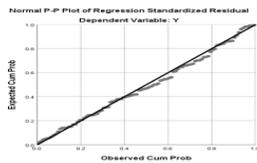
Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Dilakukannya uji ini agar melihat apakah penyebaran di sebuah data dalam variabel yang dipakai memiliki distribusi normal (mewakili sebuah populasi) atau tidak. Peneliti melakukan uji normalitas data menggunakan diagram histogram dan grafik *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual*. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan histogram dan *P-Plot* bisa dilihat di gambar bawah ini:



Gambar 2 Grafik Histogram
(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS, 2020)
Berdasarkan gambar 2, dari grafik yang ada di atas dapat terlihat nilai pada residu terdistribusi normal. Data menyebar dari kiri ke kanan yang terdistribusi secara normal membentuk kurva berbentuk lonceng.



Gambar 3 P-Plot

Tabel 1. Hasil uji *kolmogorov-smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Tes

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.65592167
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.033
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS, 2020)

Berdasar tabel yang ada dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian kolmogorov – smirnov yaitu $0,200 > 0,05$ maka data yang teliti berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolineritas

Uji ini digunakan agar memastikan tidak ada nya korelasi di antara

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS,2020)

Berdasarkan gambar 3 dari grafik *P-Plot Regression* tampak titik-titik yang ada meluas disekitar area garis yang menghubungkan dua simpul secara berurutan dari poligon atau yang disebut dengan garis diagonal serta penyebarannya ikut arah garis diagonal tersebut. Maka ditarik kesimpulan jika garis modal regresi mengisi asumsi normalitas.

Data yang telah diperoleh diuji kembali menggunakan rumus *One Sample Kolmogorov*. Uji ini dibutuhkan untuk menjauhi ketentuan yang bisa saja menyimpang jika peneliti hanya memprioritaskan penghampiran gambar dan juga grafik.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.178	5.624
	Kualitas Pelayanan	.178	5.624

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS, 2020)

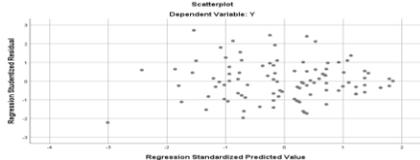
Tabel 2 yang ada di atas, didapat perhitungan didapat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dari variabel

Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) senilai $5,624 < 10$, dan

tolerance value 0,178 > 0,10, sehingga bermakna tidak timbul multikolinieritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji ini apakah di sebuah model regresi terdapat tidak layakan antara varian yang residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain.



Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Sumber: Hasil Perhitungan SPSS, 2020)

Terlihat dari gambar 3 diperoleh bahwa titik tersebut ada tersebar di bagian bawah serta atas pada angka 0 dan titik bukan hanya berkumpul di bawah ataupun di atas saja, serta titik data yang dihasilkan tidak berpola sehingga dapat diambil kesimpulan bahwapermasalahan heteroskedastisitas timbul.

Hasil Uji Pengaruh

Hasil Analisis Linear Berganda

Fungsi dari ini untuk menguji sejauh manakah hubungan sebab akibat untuk variabel penyebab (X) dengan variabel akibat (Y):

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda **Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.108	2.118		2.411	.018
	Kualitas Produk	.743	.134	.624	5.550	.000
	Kualitas Pelayanan	.311	.126	.278	2.473	.015

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS, 2020)

Berdasar pada hasil tersebut, dirumuskan persamaan regresi yakni:

$$Y = 5.108 + 0.743 X_1 + 0.311 X_2$$

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji ini digunakan agar dapat diketahui sebrapa besar kontribusi suatu pengaruh diantara variable bebas

(kualitas produk, kualitas layanan) secara simultan terhadap variable terikat (kepuasan pelanggan) (Irafu, 2019:15).

Nilai R² diuraikan dengan ini:

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 ^a	.782	.777	2.683

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS, 2020)

Tabel yang ada di atas, bisa diperoleh bahwa perhitungan dari hasil uji koefisien determinasi nilai R² senilai 0,782. Bermakna, Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki korelasi dari Kepuasan Pelanggan (Y) didalam model regresi sebesar 78,2% sedangkan 21,8% yang diakibatkan akibat variabel yang ada diluar cakupan penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji T (Parsial)

Uji t dimanfaatkan untuk melihat ada atau tidaknya akibat dari pengaruh variabel bebas secara parsial dengan variabel terikat. Dasar dilakuakn pengujian ini dengan cara membandiingkan nilai dari t-hitung dengan t-tabel, Nilai t tabel yang didapat yakni 1,98045.

Tabel 5. Hasil Uji T (Partial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.108	2.118		2.411	.018
1 Kualitas Produk	.743	.134	.624	5.550	.000
Kualitas Pelayanan	.311	.126	.278	2.473	.015

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS, 2020)

1. Nilai dari t hitung untuk variabel kualitas produk senilai (5,550) > dari t tabel (1.98447) atau nilai sig t (0,000) < (0,05). maka dari itu Ho ditolak dan Ha diteriima. Kesimpulannya secara parsial kualitas produk (X₁) memiliki pengaruh positif dan penting terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (2,473) > t tabel (1.98447) atau nilai sig t (0,015) < (0,05). sehingga Ho ditolak dan Ha diteriima,. Kesimpulannya, secara parsial variabel kualitas pelayanan (X₂) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hasil Uji F (Simultan)

Uji ini untuk mengetahui bagaimanakah suatu kontribusi dari sebuah variabel yang bebas terhadap tidak bebas secara bersama-sama. Uji statistik F ini untuk membuktikan apakah seluruh variabel bebas yang diterima dalam model memiliki peran penting secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji hipotesis ini menggunakan statistik F dengan kesimpulannya yaitu jika Fhitung ≥ Ftabel di taraf yang signifikan 95%, maka hipotesis alternatif diterima.

Bila Fhitung ≤ Ftabel pada taraf signifikan 95%, maka hipotesis alternatif ditolak.

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2502.252	2	1251.126	173.783	.000 ^b
Residual	698.338	97	7.199		
Total	3200.590	99			

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS, 2020)

Tabel data yang ada, didapat bahwa Fhitung (173,783) > Ftabel (3,09) serta sig = 0,000 < 0,05 memiliki arti H0 ditolak dan Ha diteriima, oleh karenanya bisa disimpulkan jika kualitas produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) dengan bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Pembahasan

H₁: Kualitas Produk Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang telah dibuat memiliki hasil bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Gojek.

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan maka diperoleh bahwa nilai t hitung sebesar (5,550) > t tabel (1.98447) dan nilai signifikansi = 0,000 < 0,05 sehingga Ho ditolak dan Ha diteriima.

H₂: Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang dibuat dengan itu didapat jika terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Gojek. Hasil perhitungan yang telah dilakukan maka didapat nilai t hitung (2,473) > t tabel (1.98447) serta nilai

signifikansi = 0,015 < 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

H3: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari penelitian terdahulu maka didapat jika ada pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Gojek. Hasil yang telah dilakukan didapat bahwa F hitung (173,783) > F tabel (3,09) dan nilai signifikansi = 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

SIMPULAN

Hasil penelitian yang telah dibuat, bisa diambil kesimpulan jika:

1. Kualitas Produk (X_1) bahwa parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pengguna aplikasi Go-jek di Kota Batam
2. Kualitas Pelayanan (X_2) secara parsial pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada pengguna aplikasi Gojek di Kota Batam
3. Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pengguna aplikasi Gojek di Kota Batam

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, F., Lukiana, N., & Kasim, K. T. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Handphone Samsung (Studi Kasus Lumajang Kota)*. 1(1), 230–236.
- Aswad, Realize, & Wangdra. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Masyarakat Kampung Air Batam Center*. 6(2).
- Cristo, Saerang, & Worang. (n.d.). *ISSN 2303-1174 M.Cristo., D.P.E.Saerang., F.G.Worang. The Influence of Price 5(2), 678–686*.
- Diza, Moniharapon, & Ogi. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Fifgroup Cabang Manado)*. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 109–119.
- Irafu. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 2(1), 1–20.
- Lesmana, & Ratnasari. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2464>
- Meftahudin. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Kantin UNISQ Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISQ)*. 281–288.
- Nasib. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Kolam Renang Bengawan Solo Pangkalan Brandan)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 30–44. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1096>
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.
- Putri, & Subagja. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Rahman Wisata Mandiri Jakarta*. 5(2).
- Rasyid, H. Al. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek*. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 210–223. <https://doi.org/10.31311/jeco.v1i2.2026>

- Ririn, R. & R. (2019). *How Packaging, Product Quality and Promotion Affect The Purchase Intention?* 92(8), 46–55. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-08.06>
- Siahaan, & Raymond. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Grab di Kota Batam. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 6(2), 248. <https://doi.org/10.32493/skr.v6i2.5541>
- Siboro, R. M., & Suhardi, S. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Tokopedia di Batam. *Jurnal Ekuivalensi*.