

# Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Di Kota Samarinda

Sofyannur Rahman<sup>1</sup>, Eddy Soegiarto K<sup>2</sup>, Heriyanto<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda  
Email : sofyannurrahman75@gmail.com

---

**Keywords :**

**Reliability,  
Responsiveness,  
Empathy, Physical  
evidence, customer  
value, customer  
satisfaction**

**ABSTRACT**

*The Effect of Service Quality and Customer Value on Gojek Consumer Satisfaction in Samarinda City. Under the guidance of Eddy Soegiarto K and Heriyanto.*

*This study aims to examine the effect of service quality and customer value on Gojek's customer satisfaction in Samarinda Kota District. With a research sample of 100 respondents consisting of consumers who use the services of gojek drivers, especially in Samarinda Kota District. This study uses analysis tools with multiple linear regression, correlation and determination tests and hypothesis testing, namely t test and model feasibility test (F).*

*The results showed that based on the F test or Simultaneously, the service quality variables consisting of reliability, responsiveness, empathy, and physical evidence, as well as customer value all had a significant effect on customer satisfaction for gojek drivers. Based on the t test or partial reliability, responsiveness, physical evidence and customer value, each has a significant effect on customer satisfaction. The empathy variable partially has no effect on consumer satisfaction of gojek drivers in Samarinda City*

---

## PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi informasi sangatlah cepat. Seiring dengan berjalannya waktu perkembangan teknologi menjadi penting karena mempermudah manusia dalam melakukan berbagai kegiatan. Salah satu teknologi yang sudah menjadi trend adalah penggunaan internet. Kemajuan internet kita dapat memperoleh dan menyampaikan informasi apapun dengan mudah di mana saja. Media internet juga tidak luput dari sasaran para pelaku bisnis. Selain menjadi media komunikasi media internet juga dapat dimanfaatkan demi menunjang aktivitas bisnis perusahaan tertentu.

Melihat peluang bisnis berbasis internet yang sangat menjanjikan membuat pelaku bisnis menggabungkan internet dan transportasi, seperti ojek online dan juga taksi online. Salah satu perusahaan pencetus layanan transportasi berbasis aplikasi online adalah Gojek yang menyediakan layanan ojek online. Ojek online adalah salah satu solusi dari kemacetan yang terjadi di berbagai kota besar di Indonesia.

### Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gojek di Kota Samarinda?
2. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gojek di Kota Samarinda?

3. Apakah empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gojek di Kota Samarinda?
4. Apakah bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gojek di Kota Samarinda?
5. Apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gojek di Kota Samarinda?
6. Apakah variabel Keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), empati (*Empathy*), bukti fisik (*Tangibles*), dan nilai pelanggan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gojek di Kota Samarinda?

Manajemen pemasaran adalah proses merencanakan, menganalisis, pelaksanaan, proses implementasi dan *controlling* (pengawasan) atau upaya untuk mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan supaya dapat tercapainya target atau tujuan perusahaan secara lebih efisien dan efektif.

### **Manajemen Pemasaran**

Menurut Tjiptono (2013:2): “Manajemen Pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka tujuan organisasi”.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Lupiyoadi (2013:216): “Mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima”.

### **Nilai Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2014:309): mendefinisikan “nilai pelanggan sebagai penilaian keseluruhan konsumen terhadap kepuasan yang dicapai oleh sebuah produk berdasarkan persepsi nya terhadap apa yang telah diterima dan apa yang telah diberikan”.

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Rangkti (2011:31): mendefinisikan “Kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian”.

### **Hipotesis**

Adapun pengembangan hipotesisnya sebagai berikut :

- H<sub>1</sub> : Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di kota Samarinda.
- H<sub>2</sub> : Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di kota Samarinda.
- H<sub>3</sub> : Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di kota Samarinda.
- H<sub>4</sub> : Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di kota Samarinda.
- H<sub>5</sub> : Nilai Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Gojek di kota Samarinda.
- H<sub>6</sub> : Variabel keandalan, daya tanggap, empati, bukti fisik dan nilai pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di kota Samarinda.

### **METODE PENELITIAN**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan yang meliputi kehandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), empati ( $X_3$ ), bukti fisik ( $X_4$ ), nilai pelanggan ( $X_5$ ) dan kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Teknik Pengumpulan data yang diperlukan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah Penelitian Lapangan (*Field Work Research*). Metode Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang dilakukan dengan membagi pernyataan secara langsung kepada seluruh konsumen Gojek Di Kota Samarinda yang dijadikan subjek penelitian.

### 1. Regresi Linear Berganda

Priyatno (2012:131): mengatakan “regresi merupakan alat analisis yang lebih realistis untuk penelitian-penelitian *behavior*, pendidikan, sosial serta bidang-bidang lain yang tidak memungkinkan adanya hubungan tunggal”. Dalam penelitian ini variabel independen yaitu kehandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), empati ( $X_3$ ), bukti fisik ( $X_4$ ), nilai pelanggan ( $X_5$ ) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ). Persamaan linearnya sebagai berikut:

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

Keterangan :

- Y : Kepuasan konsumen
- a : Konstanta (tetap)
- b : Koefisien Regresi
- $X_1$  : Kehandalan
- $X_2$  : Daya tanggap
- $X_3$  : Empati
- $X_4$  : Bukti Fisik
- $X_5$  : Nilai Pelanggan
- e : Standar estimasi eror

### 2. Uji Korelasi (R) dan Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien korelasi adalah alat perhitungan untuk mengetahui besarnya kontribusi hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Riduwan dan Sunarto, 2017:112).

Uji koefisien korelasi dalam penelitian ini digunakan mengetahui hubungan antara kehandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), empati ( $X_3$ ), bukti fisik ( $X_4$ ), nilai pelanggan ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) secara bersama-sama.

Uji determinasi (korelasi parsial) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel kehandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), empati ( $X_3$ ), bukti fisik ( $X_4$ ), nilai pelanggan ( $X_5$ ) terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) secara bersama-sama.

### 3. Uji F (Kelayakan Model)

Priyatno (2012:98): mengatakan bahwa “pengujian kelayakan model bertujuan untuk melihat tingkat kelayakan model hipotesis yang berbentuk jalur atau hubungan antar variabel yang telah tersusun berdasarkan model”.

Kriteria pengambilan keputusannya dengan  $\alpha = 5\%$  sebagai berikut:

1) Hipotesis diterima jika kehandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), empati ( $X_3$ ), bukti fisik ( $X_4$ ), nilai pelanggan ( $X_5$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).

2) Hipotesis ditolak jika kehandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), empati ( $X_3$ ), bukti fisik ( $X_4$ ), nilai pelanggan ( $X_5$ ) secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ )

#### 4. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut Wibowo yang dikutip Putri (2017) bahwa “untuk menguji hipotesis dengan cara melihat signifikansi, jika hasil nilai profitabilitasnya memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$  maka model memiliki pengaruh signifikan”. Berdasarkan uraian tersebut, maka kriteria pengambilan keputusan dengan  $\alpha = 5\%$  sebagai berikut:

- 1) Hipotesis diterima jika kehandalan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Sebaliknya hipotesis ditolak jika kehandalan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ )
- 2) Hipotesis diterima jika daya tanggap ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Sebaliknya hipotesis ditolak jika daya tanggap ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ )
- 3) Hipotesis diterima jika empati ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Sebaliknya hipotesis ditolak jika empati ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ )
- 4) Hipotesis diterima jika bukti fisik ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Sebaliknya hipotesis ditolak jika bukti fisik ( $X_4$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ )
- 5) Hipotesis diterima jika nilai pelanggan ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Sebaliknya hipotesis ditolak jika nilai pelanggan ( $X_5$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ )
- 6) Hipotesis diterima jika kehandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), empati ( $X_3$ ), bukti fisik ( $X_4$ ), nilai pelanggan ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Sebaliknya hipotesis ditolak jika kehandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), empati ( $X_3$ ), bukti fisik ( $X_4$ ) dan nilai pelanggan ( $X_5$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji f

**Tabel 1.1 : Hasil uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	52.683	5	10.537	7.454	.000 <sup>b</sup>
Residual	132.877	94	1.414		
Total	185.560	99			

a. Dependent Variable: KP\_Y

b. Predictors: (Constant), NP\_5, KH\_X1, EMP\_X3, DT\_X2, BFK\_X4

Berdasarkan tabel 1.1 diperoleh nilai signifikansi Uji F pengujian kelayakan model adalah sebesar 0,000 artinya nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu  $\alpha$  (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: kehandalan, daya tanggap, empati, bukti fisik dan nilai pelanggan merupakan variabel yang

tepat dan layak untuk menjelaskan terjadinya variasi dalam variabel kepuasan pelanggan gojek di Kota Samarinda.

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui keeratan hubungan antara kehandalan, daya tanggap, empati, bukti fisik, nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan gojek di Kota Samarinda, maka terlebih dahulu menentukan nilai R, seperti uraian dalam tabel berikut:

**Tabel 1.2 : Hasil Uji  $R^2$**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.533 <sup>a</sup>	.284	.246	1.18894

a. Predictors: (Constant), NP\_5, KH\_X1, EMP\_X3, DT\_X2, BFK\_X4

b. Dependent Variable: KP\_Y

Berdasarkan tabel 1.2 diperoleh nilai korelasi (R) 0,533 ini menunjukkan bahwa kehandalan, daya tanggap, empati, bukti fisik, dan nilai pelanggan memiliki hubungan yang sedang terhadap kepuasan pelanggan gojek di Kota Samarinda.

Tabel diatas juga menunjukkan nilai R square yaitu sebesar 0,284 atau sama dengan 28,4%, hal ini berarti bahwa variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen sebesar 28,4% yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, empati, bukti fisik, dan nilai pelanggan sedangkan sisanya sejumlah 71,6 persen dipengaruhi oleh variabel lain tetapi dalam penelitian ini tidak dibahas dan dianalisis.

## 3. Uji t

**Tabel 1.3 : Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.921	1.564		1.868	.065
	KH_X1	.202	.073	.246	2.775	.007
	DT_X2	.195	.084	.221	2.326	.022
	EMP_X3	-.009	.080	-.011	-.110	.912
	BFK_X4	.195	.093	.217	2.090	.039
	NP_5	.200	.089	.222	2.245	.027

a. Dependent Variable: KP\_Y

Berdasarkan uraian tabel 1.3 maka, dapat dijabarkan bahwa variable kehandalan, daya tanggap, empati, bukti fisik, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan gojek di Kota Samarinda dengan prosedur pengujian uji t dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05, dengan uraian berikut:

1. Konstanta 2,921 artinya jika tidak variabel kehandalan, daya tanggap, empati, bukti fisik dan nilai pelanggan maka kepuasan pelanggan gojek di Kota Samarinda nilainya 2,921.
2. Variabel kehandalan memiliki koefisien 0,202 artinya setiap kenaikan kehandalan satu satuan akan menyebabkan kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,202 dengan asumsi variabel lain constan demikian juga sebaliknya, sehingga varians dikatakan bermakna. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dengan nilai t hitung 2,775 dengan nilai sig = 0,007

- maka dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan gojek di Kota Samarinda.
3. Variabel daya tanggap memiliki koefisien 0,195 artinya setiap kenaikan daya tanggap satu satuan akan menyebabkan kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,195 dengan asumsi variabel lain konstan demikian juga sebaliknya, sehingga varians dikatakan bermakna. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dengan nilai t hitung 2,326 dengan nilai sig = 0,022 maka dapat disimpulkan bahwa daya tanggap secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan gojek di Kota Samarinda.
  4. Variabel empati memiliki koefisien -0,009 artinya setiap penurunan empati satu satuan akan menyebabkan kepuasan pelanggan juga akan menurun sebesar 0,009 dengan asumsi variabel lain konstan demikian juga sebaliknya, sehingga varians dikatakan bermakna. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dengan nilai -0,119 dan nilai sig = 0,912 maka dapat disimpulkan empati secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan gojek di Kota Samarinda.
  5. Variabel bukti fisik memiliki koefisien 0,195 artinya setiap kenaikan bukti fisik satu satuan akan menyebabkan kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,195 dengan asumsi variabel lain konstan demikian juga sebaliknya, sehingga varians dikatakan bermakna. Namun hal ini didukung dengan hasil uji hipotesis t dimana nilai t hitung 2,090 dengan nilai sig = 0,039 maka dapat disimpulkan bahwa bukti fisik secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan gojek di Kota Samarinda.
  6. Variabel nilai pelanggan memiliki koefisien 0,200 artinya setiap kenaikan nilai pelanggan satu satuan akan menyebabkan kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,200 dengan asumsi variabel lain konstan demikian juga sebaliknya, sehingga varians dikatakan bermakna. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dengan nilai t hitung 2,245 dengan nilai sig = 0,027 maka dapat disimpulkan bahwa nilai pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan gojek di Kota Samarinda.

## **Pembahasan**

### **1. Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan tabel 5.6 menunjukkan bahwa kehandalan memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel, sehingga dinyatakan bahwa kehandalan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan driver gojek di Kota Samarinda. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini bahwa kehandalan ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan driver gojek di Kota Samarinda dan hipotesis diterima.

Adanya pengaruh tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya seperti penelitian dari Andhansari (2017) dan Fitriani (2017) serta Irfan (2018) masing-masing dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa keandalan merupakan faktor yang memberikan pengaruh positif pada kepuasan konsumen, dimana semakin baik kehandalan yang dimiliki suatu organisasi maka semakin puas konsumen dalam menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

### **2. Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan tabel 5.6 menunjukkan bahwa daya tanggap memiliki nilai t hitung lebih besar dari t table, sehingga dinyatakan bahwa daya tanggap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan driver gojek di Kota Samarinda. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini bahwa daya tanggap ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan driver gojek di Kota Samarinda dan hipotesis diterima.

Adanya pengaruh tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya seperti penelitian dari Andhansari (2017) dan Fitriani (2017) serta Irfan (2018) masing-masing dalam

penelitiannya menyimpulkan bahwa daya tanggap secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dimana semakin baik daya tanggap yang diberikan maka semakin puas konsumen menggunakan jasa layanan yang diberikan.

### **3. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan tabel 5.6 menunjukkan bahwa empati memiliki nilai t hitung lebih kecil dari t table, sehingga dinyatakan empati tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan driver gojek di Kota Samarinda. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini bahwa empati ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan driver gojek di Kota Samarinda dan hipotesis ditolak.

Berkaitan dengan uraian tersebut, penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya seperti penelitian dari Fitriani (2017) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa empati tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurutnya empati bukan merupakan faktor yang dapat membuat puas bagi konsumen, karena sebagian besar adalah bagaimana pelayanan yang cepat dan tepat waktu sesuai dengan harapan konsumen.

### **4. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan tabel 5.6 menunjukkan bahwa bukti fisik memiliki nilai t hitung lebih besar dari t table, sehingga dinyatakan bahwa bukti fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan driver gojek di Kota Samarinda. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini bahwa bukti fisik ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan driver gojek di Kota Samarinda dan hipotesis diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya, seperti Andhansari (2017) serta Irfan (2018) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen driver gojek di Kota Samarinda.

### **5. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan tabel 5.6 menunjukkan bahwa nilai pelanggan memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel, sehingga dinyatakan bahwa nilai pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan driver gojek di Kota Samarinda. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini bahwa daya nilai pelanggan ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan driver gojek di Kota Samarinda dan hipotesis diterima.

Temuan penelitian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Fitriani (2017) dan Irfan (2018) bahwa variabel nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan penelitian Siwantara (2011) dalam hasil penelitiannya juga membuktikan bahwa nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

1. Kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan driver gojek Kota Samarinda. Adanya pengaruh tersebut karena driver gojek dalam memberikan pelayanan menunjukkan nilai kehandalan seperti pelayanan kepada konsumen dengan tepat waktu, mengantar konsumennya sesuai lokasi dengan cepat serta gojek sewaktu-waktu ada jika dibutuhkan dalam keadaan darurat. Sehingga nilai-nilai kehandalan tersebut memenuhi keinginan pelanggan sehingga merasa puas menggunakan jasa layanan driver gojek.
2. Daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan driver gojek Kota Samarinda. Adanya pengaruh karena driver gojek menunjukkan daya tanggap yang baik sehingga pelanggan puas menggunakan jasa layanan driver. Daya tanggap ditunjukkan oleh driver gojek dengan tanggap dalam menerima pesan yang dikirim konsumen, memberikan

layanan dengan cepat serta mampu menangani keluhan konsumennya. Hal tersebut yang menjadikan konsumen menganggap gojek memiliki daya tanggap yang baik, sehingga puas dengan pelayanan yang diberikan.

3. Empati tidak berpengaruh dan bernilai negatif (-0,09) terhadap kepuasan pelanggan driver gojek Kota Samarinda. Hal tersebut disebabkan empati yang ditunjukkan gojek berupa perhatian yang tulus kepada pelanggan, mendengar keluhan pelanggan, kurang ditanggapi oleh gojek, sehingga pelanggan juga kurang respon pada gojek.
4. Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan driver gojek Kota Samarinda. Adanya pengaruh karena driver gojek menunjukkan bukti fisik sesuai dengan harapan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dalam menggunakan jasa layanan seperti menggunakan fasilitas driver yang sesuai aturan baik kendaraan yang layak pakai, helm yang sesuai dengan komunitas driver, serta jaket yang membuktikan bahwa driver betul-betul dari komunitas gojek. Dengan bukti fisik tersebut konsumen merasa tidak khawatir menggunakan jasa layanan yang langsung dari komunitas layanan gojek, karena tidak semua driver ketika memberikan layanan dapat menunjukkan bukti fisik keanggotaannya.
5. Nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan driver gojek Kota Samarinda. Adanya pengaruh karena driver gojek menunjukkan nilai-nilai pelayanan yang dapat memberikan rasa puas bagi pelanggan seperti memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggan, dan menyesuaikan tarif dengan pelayanan yang diberikan, sehingga dengan nilai-nilai tersebut pelanggan merasa puas yang ditunjukkan dengan tetap loyal menggunakan jasa layanan driver gojek serta merekomendasikan kepada orang lain.

### **Saran**

1. Bagi perusahaan selaku pengelola driver gojek diharapkan untuk meningkatkan layanan jasa driver, terutama meningkatkan empati kepada pelanggan yang menerima jasa layanan, sehingga dengan empati tersebut dapat lebih mendukung dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna jasa layanan driver gojek. Sedangkan kehandalan, daya tanggap, bukti fisik dan nilai pelanggan semuanya sudah cukup baik, sehingga perlu dipertahankan dan ditingkatkan.
2. Bagi pelanggan atau konsumen pengguna jasa layanan driver gojek diharapkan untuk selalu memperhatikan standar driver dari gojek, termasuk bentuk kecepatan layanan dan bukti fisik pendukung dari gojek, sehingga merasa lebih aman dalam menggunakan jasa layanan driver tersebut.
3. Bagi peneliti lainnya menjadi bahan masukan dan jika perlu menambah jumlah sampel atau variable yang lebih mendukung dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Sehingga hasil yang diperoleh lebih maksimal.

### **REFERENCES**

- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Priyatno, D. 2012. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaratan* (Edisi ke 1). Yogyakarta. Gaya Media
- Rangkuti, Freddy. 2011. *Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan dan Sunarto, 2017, *Pengantar Statistika, Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi dan Bisnis*. Cet.ke-9, Bandung, Alfabeta
- Tjiptono, F. 2013. *Pelayanan, Kualitas dan Kepuasan*. Yogyakarta: Andi Publisher
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Manajemen Jasa*. Edisi ke IV. Penerbit Andi. Yogyakarta