

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Go-Ride di Kota Tangerang Selatan Pada Masa Pandemi Covid-19

(The Effect of Service Quality, Trust, and Price on Go-Ride Customer Satisfaction during the Covid-19 Pandemic in South Tangerang City)

Afina Putri Vindiana^{*}, Desi Ratnawati

Program Studi Manajemen, Institut Teknologi Indonesia
Jl. Raya Puspipetek, Serpong, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten 15320

Abstrak

Pandemi Covid-19 telah mempengaruhi berbagai sektor, salah satunya sektor transportasi berbasis online. Agar tetap bertahan pada masa pandemi, analisis mengenai kepuasan pelanggan dapat dilakukan oleh penyedia layanan jasa, khususnya transportasi berbasis online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan harga terhadap kepuasan konsumen Go-Ride dimasa pandemi Covid-19 di Kota Tangerang Selatan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS) dan menggunakan Software SmartPLS3. Responden berjumlah 114 orang yang merupakan pengguna Go-Ride di Kota Tangerang Selatan. Hasil penelitian menunjukkan: 1). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Go-Ride dimasa pandemi Covid-19 dengan nilai 0.152 dan P value 0.001. 2). Kepercayaan berpengaruh kuat dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Go-Ride dimasa pandemi Covid-19 dengan nilai 0.211 dan P value 0.021. 3). Harga yang diberikan oleh Go-Ride berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Go-Ride dimasa pandemi Covid-19 dengan nilai 0.589 dan P value 0.000. 4). Hasil GoF dalam penelitian ini menunjukkan bahwa model dapat dinyatakan kuat dan memiliki kecocokan dengan variabel yang diteliti dengan nilai 0.452.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Harga, Kepuasan Konsumen

Abstract

Covid-19 pandemic has affected various sectors, especially the online-based transportation sector. In order to stay on business during the pandemic, an analysis on customer satisfaction could be conducted by service providers such as the online-based transportation. This research aims to analyze the effect of service quality, trust, and price on Go-Ride customer satisfaction during the Covid-19 pandemic in South Tangerang City using Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Square (PLS) approach and using SmartPLS3 Software. Respondents were 114 Go-Ride users in South Tangerang City. The results showed: 1). The quality of service of Go-Ride drivers has significant effect on Go-Ride's customer satisfaction during the Covid-19 pandemic with an original sample value of 0.152 and a P value of 0.001. 2). Trust has significant effect on Go-Ride's customer satisfaction during the Covid-19 pandemic with an original value of 0.211 and P value of 0.021. 3). The price provided by Go-Ride has significant effect on Go-Ride's customer satisfaction during the Covid-19 pandemic with an original value of 0.589 and P value 4). The result of GoF in this study showed that the model is strongly fit and matched its variables with a value of 0.452.

Keyword : Quality Service, Trust, Price, Customer Satisfaction

^{*}Penulis Korespondensi. Tepl: +62 21 7560544;
Alamat E-mail : afina.putri@iti.ac.id (Afina Putri Vindiana)

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi semakin berkembang pesat seiring dengan berkembangnya zaman, dan adanya internet memberikan kontribusi yang besar bagi perkembangan teknologi dan informasi. Manfaat adanya internet memberikan kemudahan bagi manusia dalam melakukan berbagai macam kegiatan sehari-hari [1]. Internet digunakan salah satunya dalam bidang transportasi, yaitu berkembangnya ojek online yang mempermudah masyarakat dalam memesan kendaraan darimana saja dan kapan saja dengan mengandalkan koneksi internet.

GO-JEK adalah aplikasi di bidang layanan jasa transportasi berbasis online yang didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 dan mulai beroperasi sejak tahun 2011. GO-JEK merupakan satu dari berbagai aplikasi layanan jasa transportasi online yang berkembang di Indonesia. Berdasarkan data yang dihimpun oleh *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF), GO-JEK menjadi aplikasi transportasi online dengan pengguna terbanyak, yaitu sebesar 82,6% [2]. Penelitian sebelumnya juga menyatakan bahwa GO-JEK lebih unggul dalam persaingan bisnis dibanding kompetitornya [3].

Tahun 2019 dunia dihebohkan dengan adanya wabah Covid-19. Covid-19 menyebabkan timbulnya masalah kesehatan hingga kematian. Menurut data Worldometers per tanggal 24 Desember 2020, Covid-19 telah menginfeksi 79.057.616 jiwa di seluruh dunia, dengan jumlah yang meninggal sebanyak 1.737.751 jiwa. Indonesia menempati urutan ke-20 dengan 685.639 kasus [4]. Berdasarkan permasalahan tersebut, pemerintah Indonesia memberlakukan kebijakan pembatasan sosial bersekala besar (PSBB), Work From Home (WFH), menjaga jarak minimal satu meter, dengan tujuan untuk mencegah penularan Covid-19. Kota Tangerang Selatan adalah salah satu kota yang terdampak oleh pandemi Covid-19.

Covid-19 juga berimbas pada sektor ekonomi, hal ini dikarenakan adanya aturan pembatasan sosial bersekala besar (PSBB) membuat pertumbuhan ekonomi menurun. Survei yang dilakukan Badan Pusat Statistik Indonesia menunjukkan presentasi perusahaan yang mengalami penurunan pendapatan menurut provinsi yaitu 86,91% di Provinsi Banten, 86,55% di Provinsi DKI, 89,69% di Provinsi DIY, dan 92,18% di Provinsi Bali (Badan Pusat Statistik, 2020).

Wabah Covid-19 memberikan dampak negatif pada perusahaan GO-JEK. Peraturan PSBB membatasi ruang gerak masyarakat sehingga menyebabkan penurunan penggunaan

layanan aplikasi GO-JEK. Adanya pandemi membuat pengguna layanan aplikasi GO-JEK menurun sebesar 35% [5]. Fenomena ini yang menjadi dasar dilakukannya penelitian mengenai penggunaan GO-JEK di masa pandemi. Konsumen memerlukan jasa pelayanan Untuk tetap dapat beraktivitas dengan aman menjamin keselamatan dan keamanan konsumen. Adanya pandemi memberikan tantangan terhadap perusahaan GO-JEK untuk memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen dimasa pandemi Covid-19. Untuk memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen dimasa pandemi Covid-19, GO-JEK memberikan kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan konsumen [6]. GO-JEK menerapkan protokol kesehatan kepada driver Go-Ride dengan selalu menggunakan masker, menjaga jarak dengan konsumen, driver yang sudah divaksin. menganjurkan melakukan pembayaran non tunai yang bertujuan untuk tetap menerapkan physical distancing [7]. Selain itu, apabila driver tidak sehat maka tidak diperkenankan untuk melayani konsumen.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tiga diantaranya yaitu kepercayaan, kualitas pelayanan, serta harga [8]. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada kepuasan pelanggan terhadap layanan Go-Ride dimasa pandemi Covid-19.

Terkait permasalahan yang dipaparkan dilatar belakang, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada masa Covid-19 menggunakan metode SEM. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GO-RIDE DIMASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA TANGERANG SELATAN”**.

1. 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Go-Ride dimasa pandemi Covid-19?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Go-Ride dimasa pandemi Covid-19?
3. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Go-Ride dimasa pandemi Covid-19?

1. 3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Go-Ride dimasa pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Go-Ride dimasa pandemi Covid-19.
3. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Go-Ride dimasa pandemi Covid-19.

1. 4. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh kepercayaan, pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap penggunaan Go-Ride dimasa pandemi Covid-19 di kota Tangerang Selatan.

2. Teori Dasar

A. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebuah kegiatan atau upaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Pengertian lain menyebutkan kualitas pelayanan adalah penilaian dari konsumen mengenai kinerja sebuah organisasi atau penyedia jasa dalam melayani konsumen. Pelayanan yang melebihi keinginan konsumen dapat membuat konsumen merasa puas [10]. Kotler menentukan bahwa terapat lima indikator yang perlu diperhatikan dalam kualitas pelayanan yaitu [11] : 1.) Tangibles, (Berwujud), 2.) Emphaty (empati), 3.) Reliability (keandalan), 4.) Responsiveness (daya tanggap), 5.) Assurance (jaminan).

B. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keinginan untuk mempercayai satu sama lain [12]. Kepercayaan timbul dari pemahaman mengenai kelebihan ataupun keunggulan dari produk maupun yang lain, adanya kepercayaan memudahkan konsumen dan produsen dalam berkerja sama [13]. Kepercayaan memiliki lima indikator yaitu: 1.) Trusting Belief, 2.) Benevolence, 3.) Integrity, 4.) Competence, 5.) Trusting Intention.

C. Harga

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam rupiah, tetapi dalam situasi lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Harga merupakan bagian terpenting dari proses jual beli karena harga merupakan alat tukar dalam transaksi.[14] Harga bagi perusahaan adalah salah satu unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan pemasukan bagi perusahaan.[15]. Harga memiliki empat indikator yaitu: 1.) Keterjangkauan harga, 2.) Kesesuaian

harga dengan kualitas pelayanan, 3.) Kesesuaian harga dengan manfaat, 4.) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

D. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen ialah perasaan senang maupun kecewa yang dirasakan oleh konsumen akibat membandingkan kinerja suatu produk dengan harapan mereka. Sedangkan rasa kecewa atau rasa tidakpuas muncul apabila hasil yang didapat tidak sesuai dengan harapan konsumen [16]. Ada beberapa indikator kepuasan konsumen antar lain yaitu [17]: 1.) Kualitas produk yang dihasilkan, 2.) Kualitas pelayanan yang diberikan, 3.) Merekomendasikan Produk, 4.) Kemudahan mengakses produk, 5.) Harapan terhadap persepsi.

E. Structural Equation Modeling (SEM)

SEM adalah teknik analisis multivariat yang dapat digunakan oleh seorang peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik recursive maupun non recursive untuk mendapatkan suatu gambaran yang komprehensif.[18]. Pengujian SEM memiliki beberapa tahap yaitu :

1. Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran). Evaluasi outer model fokus pada mengevaluasi validitas dan reliabilitas dari pengukuran indikator (konstruk). Pada evaluasi outer model indikator meliputi internal consistency (composite reliability), indikator reliability, convergent validity (average variance extracted) dan discriminat validity. Convergent validity mengukur besarnya korelasi konstruk dengan variabel laten. Dapat dilihat melalui nilai standardizer loading factor. Nilai loading factor adalah ≥ 0.50 sampai ≥ 0.60 dianggap cukup, Nilai loading factor ≥ 0.70 maka dikatakan ideal, apabila nilai loading factor 0.70 maka indikator disebut valid dalam mengukur konstruk. Langkah selanjutnya melihat internal consistency reliability dari nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Nilai Composite Reliability ≥ 0.70 maka nilainya dapat ditoleransi tetapi disarankan minimal angka ≥ 0.60 . convergent validity secara umum dapat diukur menggunakan nilai AVE dengan nilai AVE harus lebih besar 0,5. Apabila nilai AVE lebih kecil maka terdapat kesalahan atau tidak valid. [19]. Rumus AVE :

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \epsilon_i}$$

Keterangan :

λ_i : Faktor loading

ϵ_i : variabel laten

2. Evaluasi Struktural (Inner Model) . Evaluasi struktural menjelaskan hubungan antara variabel laten berdasarkan hipotesis.[20] Evaluasi stuktural memiliki beberapa tahap

yang harus dilakukan yaitu melihat struktural, mengevaluasi nilai R^2 , dan mengevaluasi model struktural. Nilai R^2 berada pada rentang sebesar 0,67, 0,33 maka dapat dikatakan sedang (moderate) dan 0,19 dinyatakan rendah (weak). Berikutnya mengevaluasi model struktural menggunakan Goodness of Fit (GoF). (GoF) digunakan untuk mevalidasi gabungan model pengukuran dan model struktural. Rumus (GoF) :

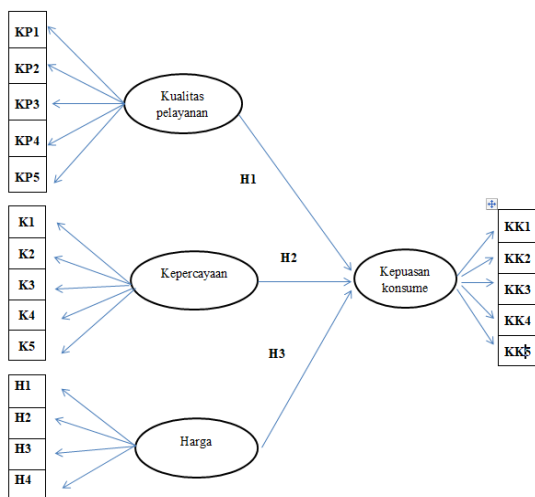
$$\sqrt{Com \times R^2}$$

Com : average communalities

R^2 : nilai rata-rata model R^2 . Nilai (GoF) didapat dari perkalian antara rata-rata AVE dengan nilai R^2 . Terdapat 3 kategori yaitu 0,1 dianggap kecil, 0,25 dianggap sedang dan 0,36 dianggap besar.[21]

F. Kerangka Konseptual

Berikut adalah kerangka konseptual pada penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Data diolah

Hipotesis yang diajukan pada kerangka konseptual ini meliputi :

H1: kualitas pelayanan akan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen GO-RIDE.

H2: kepercayaan akan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen GO-RIDE.

H3: harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen GO-RIDE.

3. Metodologi

Pada penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen GO-RIDE di Kota Tangerang Selatan. Akan tetapi Populasi tidak diketahui jumlah pastinya sehingga dalam penelitian ini mengambil

sampel yang mewakili karakteristik dari poulasi. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purosive sampling. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah $19 \times 6 = 114$ responden.

Uji validitas reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner dan menentukan suatu item layak atau digunakan atau tidak layak digunakan. (modul statistik)

Utuk menjalankan uji validits maka memakai program statistik SPSS dengan rumus :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Kolerasi

x = Nilai Variabel X

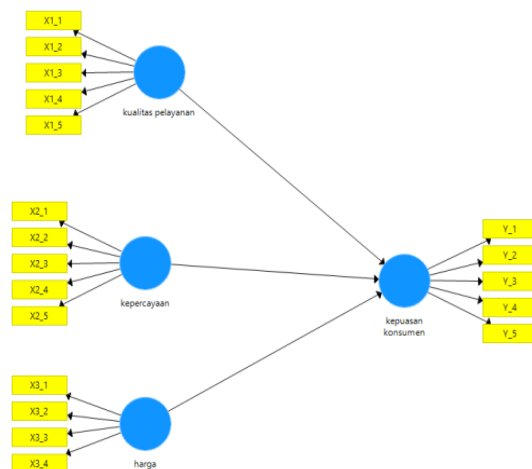
y = Nilai Variabel Y

n = Jumlah Responden

Dengan tingkat nilai sigifikan 5% terhadap nilai kolerasinya maka instrumen akan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar ($>$) dari r tabel, apabila r hitung lebih kecil ($<$) dari r tabel maka instrument dinyatakan tidak valid. Sedangkan untuk uji reliabilitas ialah pengujian instrumen untuk menentukan sepanjang mana isntrumen dapat dinyatakan sebagai hasil yang konsisten, jika ingin dikatakan reliable maka nilai Cronbach's Alpha harus lebih besar dari 60% [22].

Analisis SEM

Penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS). PLS-SEM adalah alternatif dari metode dasar Structural Equation Modeling (SEM). Berikut adalah diagram alur dari kerangka teoritis yang menggunakan software SmartPLS 3.



Gambar 2. Kerangka Pemodelan

Sumber: Data diolah

Kemudian digunakan Skala Likert untuk mengukur persepsi seseorang atau kelompok, pendapat sikap mengenai fenomena sosial.

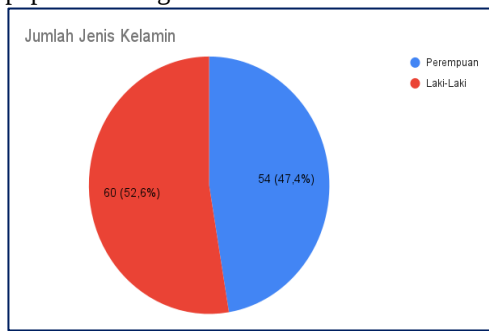
Tabel 1. Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skal Likert
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2016 [18]

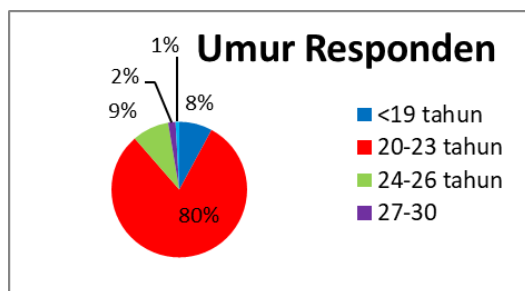
4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka hasil dari penelitian dapat dipaparkan sebagai berikut:



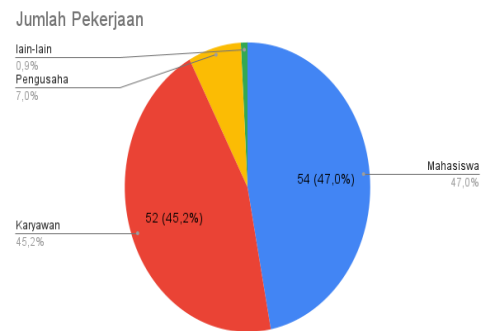
Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang menggunakan GO-JEK dimasa pandemi adalah berkenis kelamin laki-laki sebanyak 60 responden dengan presentase 52,6%. Sedangkan perempuan sebanyak 54 responden dengan presentase 47,4%.



Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan diagram diatas dari 114 responden dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak berumur 20-23 tahun dengan presentase 80%.



Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan diagram diatas dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan yang paling banyak adalah karyawan sebanyak 54 responden dengan presentase 47,4%. Kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Pernyataan	R hitung	R tabel	Hasil
1	0,459	0,184	VALID
2	0,504	0,184	VALID
3	0,522	0,184	VALID
4	0,360	0,184	VALID
5	0,595	0,184	VALID
6	0,677	0,184	VALID
7	0,646	0,184	VALID
8	0,702	0,184	VALID
9	0,623	0,184	VALID
10	0,709	0,184	VALID
11	0,621	0,184	VALID
12	0,701	0,184	VALID
13	0,750	0,184	VALID
14	0,678	0,184	VALID
15	0,735	0,184	VALID
16	0,693	0,184	VALID
17	0,720	0,184	VALID
18	0,568	0,184	VALID
19	0,752	0,184	VALID

Pada hasil pengujian diatas menunjukan bahwa seluruh indikator dinyatakan valid, karena R hitunh lebih besar dari R tabel maka indikator dapat digunakan untuk menjadi dasar dalam penelitian ini. Kemudian dilakukan uji reliabilitas dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,934	19

Pada uji Reliabilitas instrumen sudah dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 60%.

Kemudian dilakukan evaluasi outer model dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Loading Factor

	KP	K	H	KK
X1_1	0.755			
X1_2	0.703			
X1_3	0.726			
X1_4	0.546			
X1_5	0.810			
X2_1		0.773		
X2_2		0.783		
X2_3		0.783		
X2_4		0.781		
X2_5		0.857		
X3_1			0.757	
X3_2			0.815	
X3_3			0.856	
X3_4			0.838	
Y_1				0.821
Y_2				0.828
Y_3				0.844
Y_4				0.721
Y_5				0.819

Pada tabel loading factor dilakukan analisis variabel penelitian ini dengan menggunakan loading factor ≥ 0.50 . Disimpulkan loading factor signifikan atau dinyatakan memenuhi syarat dari convergent validity [15]. Kemudian dilakukan analisis discriminant validity. Tujuan dilakukan Discriminant Validity adalah untuk mengetahui nilai Average Variance Extracted (AVE) dalam penelitian ini nilai AVE sudah ≥ 0.50 .

Tabel 5. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai AVE
Kualitas Pelayanan	0.509
Kepercayaan	0.634
Harga	0.668
Kepuasan konsumen	0.650

Kemudian dilakukan analisis composite reliability dan indicator reliability dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Nilai Composite Reliability

Variabel	Nilai Composite Reliability
Kualitas Pelayanan	0.836
Kepercayaan	0.896

Harga	0.889
Kepuasan konsumen	0.902

Berdasarkan pada tabel diatas nilai Composite Reliability adalah ≥ 0.70 maka dapat diartikan bawah sudah memenuhi syarat [16].

Tabel 7. Nilai Cronbach's Alpha tiap indikator

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan	0.758
Kepercayaan	0.855
Harga	0.834
Kepuasan konsumen	0.865

Pada tabel diatas nilai Cronbach's alpha adalah ≥ 0.60 maka dalam penelitian ini pengukuran data dinyatakan reliabel.

Kemudian didapatkan hasil evaluasi structural atau *inner model* berupa hasil *Goodness of Fit* (GoF). Analisis ini dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun adalah model yang kuat.

Pengujian GoF dilakukan untuk mengetahui kecocokan model dengan variabel yang diteliti. GoF memiliki kategori yaitu 0.1 *small*, 0.25 *medium*, dan 0.36 *large* [15]. Nilai GoF diperoleh dari perhitungan nilai rata-rata Average Variance Extraced (AVE) yang dikalikan dengan nilai R-Square (R^2). Berikut adalah hasil nilai AVE dan R-Square:

Tabel 8. AVE dan R-Square

Variabel	Varian Extraced AVE	R-Square (R^2)
Kualitas Pelayanan	0.509	
Kepercayaan	0.634	
Harga	0.668	
Kepuasan Konsumen	0.650	0.736

Hasil perhitungan GoF :

$$\text{Rumus : } \sqrt{\overline{Com} \times \overline{R^2}}$$

$$\sqrt{0.615 \times 0.736}$$

$$\sqrt{0.452}$$

Nilai sebesar 0.452 yang berarti masuk kedalam kategori Large karena nilai GoF lebih besar dari 0.36. Maka dapat disimpulkan berdasarkan hasil GoF dalam penelitian ini artinya kecocokan model dengan variabel yang diteliti dapat dinyatakan kuat.

Tabel 9. R-Square

Variabel	Nilai R-Square
----------	----------------

Kepuasan Konsumen	0.736
-------------------	-------

Pada tabel diatas menunjukkan bahawa yang mempengaruhi variabel pada tabel R-Square adalah R-Square dari variabel kepuasan konsumen sebesar 0.736% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 26.2%. berikutnya pengujian Q Square atau Q^2 , jika ingin model relevan maka harus mempunyai nilai Predictive lebih bedar dar

0 (nol) [19]. Berikut adalah perhitungan dari nilai Q^2 :

$$\begin{aligned}\text{Rumus } Q^2 &= 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_1^2) \\ &= 1 - (1 - 0.736) \\ &= 1 - 0.264 \\ &= 0.736 \text{ atau } 73,6 \%\end{aligned}$$

Dari data yang ada, dapat dilakukan penarikan hipotesis sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Penarikan Hipotesis

Variabel	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	P values	Hipotesis
KP → KK	0.152	0.157	0.047	3.224	0.001	Diterima
K → KK	0.211	0.215	0.091	2.323	0.021	Diterima
H → KK	0.589	0.584	0.084	7.052	0.000	Diterima

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan hasil hipotesis penelitian ini adalah:

1. Hipotesis H1: kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen GO-RIDE dimasa pandemi COVID-19. berdasarkan sampel asli memberikan nilai 0.152 artinya kualitas pelayanan memberikan nilai positif terhadap kepuasan konsumen. P Values 0.001 artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen artinya diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nasrullah dkk. (2019) dimana kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan objek penelitian pada perusahaan logistik [8].
2. Hipotesis H2: kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen GO-RIDE dimasa pandemi COVID-19. berdasarkan sampel asli memberikan nilai 0.211 artinya kepercayaan memberikan nilai positif terhadap kepuasan konsumen. P Value 0.021 artinya kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen artinya diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Awaluddin dan Setiawan (2012) dimana kepercayaan pelanggan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada objek penelitian berupa Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) [23].
3. Hipotesis H3 : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen GO- RIDE dimasa pandemi COVID-19. berdasarkan sampel. memberikan nilai 0.584 artinya harga memberikan nilai positif terhadap kepuasan konsumen. P Value 0.000 artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen artinya diterima. Hasil penelitian

ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nasrullah dkk. (2019) dimana harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan [8].

5. Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh driver GO-RIDE berpengaruh kuat dan signifikan terhadap kepuasan konsumen GO-RIDE dimasa pandemi COVID-19 dengan nilai sampel asli 0.152 dan P value 0.001.
2. Kepercayaan berpengaruh kuat dan signifikan terhadap kepuasan konsumen GO-RIDE dimasa pandemi COVID-19 yang timbul dari kualitas layanan yang diberikan driver GO-RIDE kepada konsumen dengan nilai asli 0.211 dan P value 0.021.
3. Harga yang diberikan oleh GO-RIDE berpengaruh kuat dan signifikan terhadap kepuasan konsumen GO-RIDE dimasa pandemi COVID-19 dengan nilai asli 0.589 dan P value 0.000
4. Hasil GoF dalam penelitian ini adalah kecocokan model dengan variabel yang diteliti dapat dinyatakan kuat dengan nilai 0.465. dan konsistensi ke 3 variabel sebesar 73,6%

B. Saran

Berdasarkan pembahasan diatas maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Saran bagi perusahaan GO-JEK
Meningkatkan kualitas pelayanan baik saat pandemi maupun setelah pandemi COVID-19 dengan cara memberikan pelayanan yang cepat tanggap ketika mendapat pesanan dan meningkatkan fasilitas driver GO-RIDE menggunakan kendaraan yang layak sesuai dengan standar berkendara dan selalu

mengutamakan protokol kesehatan baik saat pandemi maupun setelah pandemi COVID-19

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Apabila peneliti selanjutnya melakukan penelitian yang masih berkaitan dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini maka penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi. Kemudian alangkah lebih baiknya bagi peneliti selanjutnya untuk lebih banyak menambahkan variabel agar penelitian lebih luas dan kompleks. Selain itu dapat pula menambah jumlah variabel seperti GO-FOOD, GO-CAR dan sebagainya untuk mengetahui hasil penelitian yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- [1] R. Oktarini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang," *J. Sekr. Univ. Pamulang*, vol. 6, no. 2, p. 248, 2020, doi: 10.32493/skr.v6i2.5541.
- [2] <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/gojek-vs-grab-mana-yang-konsumen-lebih-banyak>
- [3] Kurniawan, Andri. "Analisis Keunggulan Bersaing Go-Jek dan Grab di Wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara/Andri Kurniawan/24130390/Pembimbing: Tony Sitinjak." (2017).
- [4] Badan Pusat Statistik, "Katalog: 3101028," *Anal. Has. Survei Dampak COVID-19 terhadap Pelaku usaha*, p. vi+ 22 halaman, 2020.
- [5] P. F. Yanti, "Mengukur Kualitas Pelayanan pada Ojek Online di Masa Pandemi," *Pros. Ind. Res. Work. Natl. Semin.*, pp. 940–947, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2833/2212>.
- [6] D. G. A. Adnyana and N. W. S. Suprapti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar," *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 7, no. 11, p. 6041, 2018, doi:10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p09.
- [7] N. E. Kartika, "Fitur Aplikasi Gojek Favorit Konsumen Pada Saat Pandemi COVID-19 Di Kota Bandung," *J. Communio J. Jur. Ilmu Komun.*, vol. 9, no. 2, pp. 1680–1695, 2020, doi: 10.35508/jikom.v9i2.2922.
- [8] Nasrullah, Achmad Rizal, Nurul Qomariah, and Achmad Izzudin. "PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) CABANG JEMBER." 2019.
- [9] S. Wahyuning, "濟無No Title No Title No Title," *Anal. Standar Pelayanan Minimal Pada Instal. Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang*, vol. 3, pp. 103–111, 2015.
- [10] C.Meidiasari."Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Dan Loyalitas Pelanggan GOJEK (Study Kasus Mahasiswa Universitas Mercu Buana Meruya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis) Diss. Universitas Mercu Buana,pp.1-10,2016.
- [11] V. Susanti and C. Hadi, "Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadget secara Online," *Psikol. Ind. Dan Organ.*, vol. 02, no. 01, pp. 55–33, 2013.
- [12] A. Sudirman, F. Halim, and R. J. Pinem, "Kepercayaan Sebagai Pemediasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek," *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 3, no. 3, p. 66, 2020, doi: 10.32493/jpkpk.v3i3.4822.
- [13] Dr. Meithiana Indarsari,"Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan"edisi pertama, Surabaya Jawa Timur,utomopress, pp. 1-166,2019.
- [14] R. M. S. Prihartono, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)," *Jimea*, vol. 4, no. 1, pp. 106–113, 2020, [Online]. Available: <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS KOMPARATIF PENGUKURAN KINERJA ENTITAS SYARIAH DENGAN BALANCE SCORECARD DAN MASLAHAH SCORECARD>.
- [15] K. Kasinem, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

- Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat,” *J. Media Wahana Ekon.*, vol. 17, no. 4, p. 329, 2020, doi: 10.31851/jmwe.v17i4.5096.
- [16] K. Fadhli and N. D. Pratiwi, “Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang,” *J. Inov. Penelit.*, vol. 2, no. 2, pp. 603–612, 2021, [Online]. Available: <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684>.
- [17] S. Haryono, “Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS, LISREL, PLS,” *Badan Penerbit PT. Intermedia Pers. Utama*, p. 450, 2016.
- [18] R. R. Marlina, “Partial Least Square-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0,” *J. Mat. Stat. dan Komputasi*, vol. 16, no. 2, p. 174, 2019, doi: 10.20956/jmsk.v16i2.7851.
- [19] G. Participaton, E. The, M. Roles, and O. Procedural, “ANALISIS SEM-PLS,” 2015.
- [20] A. Permata and Y. B. Bhakti, “Keefektifan Virtual Class dengan Google Classroom dalam Pembelajaran Fisika Dimasa Pandemi Covid-19,” *JIPFRI (Jurnal Inov. Pendidik. Fis. dan Ris. Ilmiah)*, vol. 4, no. 1, pp. 27–33, 2020, doi: 10.30599/jipfri.v4i1.669.
- [21] I. G. N. M. Jaya and I. M. Sumertajaya, “Pemodelan Persamaan Structural dengan Partial Least Square,” *Semnas Mat. dan Pendidik. Mat. 2008*, pp. 118–132, 2008.
- [22] A. H. Hutasoit, “Pengaruh Tarif Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Yang Berdampak Kepada Loyalitas Masyarakat Kota Medan Menggunakan Transportasi Grab-Car,” pp. 4–16, 2019.
- [23] Awaluddin, I., & Setiawan, M. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan, Nilai, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Rumah Tangga (Perusahaan Daerah Air Minum Kota Kendari). *Jurnal aplikasi manajemen*, 10(4), 733-740.