

PENGARUH KUALITAS SISTEM INFORMASI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA GOJEK DI KOTA YOGYAKARTA.

THE INFLUENCE OF INFORMATION SYSTEMS QUALITY, PRICE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF GOJEK SERVICES IN YOGYAKARTA

Oleh : **Halim Prawiranata**

Prodi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta

hlimkoe@gmail.com

Diana Rahmawati, M.Si.

Staf pengajar jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,667, nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada t_{tabel} yaitu $20,303 > 1,652$ dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,765, nilai t_{hitung} yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} yaitu $14,118 > 1,652$ dan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,546, nilai t_{hitung} yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} yaitu $16,562 > 1,652$ dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,379, 0,222 dan 0,206, nilai F_{hitung} yang lebih besar dibandingkan F_{tabel} yaitu $193,777 > 3,040$ dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Sistem Informasi, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

The aims of this research are to examine the influence of information system quality, price and service quality on customer satisfaction of Gojek services in Yogyakarta. The population of this research was the customers of Gojek in Yogyakarta. There were 200 respondents as the sample of the study. Questionnaires used as the methods of data collection. The prerequisite analysis tests included normality test, linearity test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. The data analysis techniques which employed to test the hypothesis were simple regression analysis and multiple regression analysis. The results show that: There is a positive and significant effect of information system quality on customer satisfaction of Gojek services in Yogyakarta. It is shown by positive value of regression coefficient is 0,667, t_{count} which is bigger than t_{table} that is $20,303 > 1,652$ and significance value equal $0,00 < 0,05$. There is positive influence and significant price on customer satisfaction of Gojek services in Yogyakarta. It is shown by positive regression coefficient that is 0,765, t_{count} which is bigger than t_{table} that is $14,118 > 1,652$ and significance value equal to $0,018 < 0,05$. (3) There is positive influence and significant service quality on customer satisfaction of Gojek services in Yogyakarta. It is shown by positive regression coefficient that is 0,546, t_{count} is bigger than t_{table} that is $16,562 > 1,652$ and significance value equal to $0,00 < 0,05$. There is positive and significant influence of information system quality, price and service quality simultaneously on customer satisfaction of Gojek services in Yogyakarta. It is shown by positive regression coefficient that is 0,379, 0,222 and 0,206, F_{count} value bigger than F_{table} that is $193,777 > 3,040$ and significance value equal to $0,00 < 0,05$



PENDAHULUAN

Tindakan Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dalam memperlancar roda perekonomian dan mempengaruhi semua aspek kehidupan. Transportasi dapat membantu perekonomian yang baik di suatu daerah bahkan disuatu negara. Semakin baik dan tertatanya transportasi di suatu daerah akan semakin baik pula perekonomiannya. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat kebutuhan akan jasa transportasi akan semakin meningkat pula, hal ini lah yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

Pada saat ini transportasi umum serasa kurang didukung oleh pemerintah, mulai dari kendaraan yang tidak layak jalan, sopir yang tidak tertib dan rawannya tindak kriminal sehingga orang takut memakai jasa transportasi umum. Oleh karena itu masyarakat lebih memilih menggunakan transportasi pribadi untuk beraktifitas dalam kehidupan sehari-hari, tak heran apabila seiring bertambahnya jumlah penduduk lama-kelamaan volume kendaraan akan meningkat dan menimbulkan kemacetan karena tidak sebanding pembangunan jalan dengan volume kendaraan. Salah satu dampak dari kemacetan adalah akan memperlambat roda perekonomian. Untuk itu banyak program kerja pemerintah pusat maupun pemerintah

daerah merencanakan peralihan dari kendaraan pribadi ke kendaraan umum. Untuk menekan angka kemacetan dan minat menggunakan transportasi umum, pemerintah seharusnya mengupayakan fasilitas, kemudahan akses transportasi umum serta jaminan keamanan bagi pelanggan.

Dewasa ini pertumbuhan transportasi umum meliputi bisnis skala besar seperti taxi, bus dan lain-lain sampai dengan bisnis skala kecil seperti ojek konvensional sudah semakin menjamur, namun dirasa kurang memenuhi keinginan para pengguna. Banyak keluhan tentang transportasi umum seperti pelayanan yang kurang memuaskan, fasilitas tidak mendukung, tidak efektif untuk beraktifitas dan masih banyak lagi. Untuk itu perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang lebih baik dan inovatif. Pembaharuan tersebut bukan hanya penciptaan sesuatu baru, tetapi juga merupakan produk aktual atau *outcome*. Bagi suatu jasa, *outcome* bukan merupakan suatu hasil output, melainkan modifikasi dari pelayanan yang sudah ada (Tjiptono,2012).

Sejalan dengan pesatnya teknologi informasi dan komunikasi, teknologi transportasi pun mulai berkembang. Saat ini banyak bermunculan jasa transportasi online di indonesia seperti Gojek, grabbike, grabtaxi, uber, dan lain-lain.

Gojek merupakan salah satu penyedia pelayanan jasa transportasi online melalui aplikasi yang tersedia pada sistem operasi Android dan iOS. Gojek bermitra dengan sekitar 200.000 *driver* di JABODETABEK, Bandung, Bali, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Palembang dan Pekanbaru . Manajemen Gojek menerapkan sistem bagi hasil, pembagiannya 80% penghasilan untuk *driver* Gojek dan 20% untuk Gojek.

Mengingat Gojek adalah perusahaan jasa yang begitu diminati maka kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka keuntungan yang didapat semakin besar, karena pelanggan akan melakukan pembelian ulang/ *order* kembali terhadap jasa perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan pindah ke produk/jasa pesaing. Menurut Kotler (2000) kepuasan adalah tingkat seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang sudah dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan merupakan hal penting bagi perusahaan. Gojek sebagai sebuah perusahaan jasa harus memperhatikan kepuasan setiap pelanggannya. Namun di tengah animo masyarakat yang tinggi terhadap jasa Gojek terdapat banyak keluhan tentang tidak

puasnya pelanggan atau tidak sedikit yang merasa kecewa dalam menggunakan jasa Gojek.

Menurut survei pendahuluan yang telah dilakukan peneliti, di Kota Yogyakarta setidaknya ada 14 orang dari 30 responden yang berhasil diwawancarai merasa tidak puas terhadap jasa Gojek. Responden yang merasa jasa Gojek belum memuaskan rata-rata memiliki keluhan tentang *driver* Gojek, antara lain *driver* Gojek yang mengemudikan kendaraannya tidak tertib, *driver* Gojek tidak bisa dihubungi disaat *order* jasa Gojek, *driver* Gojek kurang menjaga kebersihan dirinya maupun perlengkapan yang akan dipakai oleh pelanggan, pemakaian bahasa yang digunakan para *driver* yang kurang dimengerti oleh pelanggan, tidak sesuai rute yang tertera di aplikasi dengan rute yang dilalui oleh *driver* dan yang lebih parah lagi yaitu *driver* Gojek tidak memakai atribut Gojek.

Banyak faktor yang menumbuhkan kepuasan pelanggan antara lain yaitu kenyamanan, kualitas sistem informasi, profesional, jaminan, keamanan, harga, dan kualitas pelayanan. Dari banyaknya faktor yang menumbuhkan kepuasan pelanggan, peneliti tertarik kepada tiga faktor yang akan menumbuhkan kepuasan pelanggan. Faktor tersebut yaitu kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan. Dengan kualitas sistem informasi yang baik

pelanggan akan merasa dimudahkan dengan penggunaan sistem informasi yang dibuat oleh penyedia jasa. Hal ini akan menumbuhkan kepuasan. Harga yang terjangkau akan menimbulkan ketertarikan pelanggan dan memberikan rasa keuntungan ekonomis dalam menggunakan jasa tersebut. Pelayanan yang memuaskan pelanggan secara konsisten akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Apabila secara konsisten kualitas sistem informasi, harga serta pelayanan itu dirasakan berkualitas maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan sangat penting bagi perusahaan agar pelanggan mau memakai kembali memakai jasa tersebut tanpa khawatir dan akan menumbuhkan loyalitas konsumen. Semakin besar kepuasan konsumen akan menciptakan loyalitas yang berdampak pada pendapatan yang meningkat bagi perusahaan.

Faktor yang menumbuhkan kepuasan salah satu contohnya yaitu kualitas sistem informasi. Sistem informasi menurut John F Nash dikutip dalam Susanto (2004) adalah kombinasi dari manusia, fasilitas atau alat teknologi, media, prosedur dan pengendalian yang bermaksud menata jaringan komunikasi yang penting, proses atau transaksi tertentu dan rutin, membantu manajemen dan pemakai *intern* dan *ekstern* dan menyediakan dasar pengambilan keputusan yang tepat. Jadi sistem informasi yang

tersedia harusnya berkualitas mulai dari manusia, fasilitas, media, prosedur dan pengendalian agar terciptanya tujuan sistem informasi yaitu untuk mempermudah kegiatan aktifitas yang dilakukan oleh pemakai sistem informasi.

Tuntutan pada Gojek selaku perusahaan jasa yang seharusnya memberikan sistem informasi yang berkualitas menemui kendala seperti banyak pelanggan Gojek mengeluhkan masalah mengenai *order* yang tidak dapat dibatalkan, rute yang dilalui tidak semestinya dan sering terjadi *error* dalam penggunaan aplikasinya yang menyebabkan kerugian bagi pelanggan Gojek. Selain itu, terdapat masalah privasi dimana banyak keluhan pelanggan yang merasa dirinya diteror oleh oknum yang tidak bertanggung jawab karena data yang seharusnya dijaga oleh Gojek di dalam aplikasi tersebut bocor dan informasi yang bersifat pribadi seperti nomor alamat rumah dan nomor telepon bisa dilihat pada *driver* Gojek yang tujuannya semula memudahkan penjemputan pelanggan rentan disalahgunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

Kejadian yang dialami oleh salah satu pelanggan Gojek berinisial AA yang dalam blognya memaparkan pengalaman pahitnya saat akun Gojek dibobol dimana AA tidak bisa membuka aplikasi Gojek dan beberapa saat setelah itu akun Gojek AA

dapat login kembali ke aplikasi Gojek tetapi saldo Go-Pay yaitu semacam alat pembayaran elektronik yang didepositkan melalui bank untuk membayar Gojek ternyata bersaldo nol, padahal menurutnya saldo Go-Pay baru saja diisi. Belum lagi ada praktik kecurangan yang dipakai oleh oknum *driver* untuk menipu sistem menggunakan aplikasi seperti fake GPS dan aplikasi yang dilarang oleh perusahaan Gojek sendiri agar oknum *driver* dapat mengambil untung dari perbuatan yang tidak sportif. Dari banyaknya masalah di atas terkait masalah sistem informasi Gojek, manajemen perlu meningkatkan kualitas sistem informasinya. diperbaiki agar masalah tersebut tak lagi menakuti para pelanggan Gojek.

Jika kualitas sistem informasi telah mumpuni untuk menjalankan bisnis transportasi Gojek maka hal lain yang tak kalah penting diperhatikan yaitu masalah kualitas pelayanan terhadap pelanggan Gojek. Menurut Ginting (2012) pelayanan merupakan interaksi produsen dan konsumen. Akibat transaksi tersebut, pelanggan akan merasakan akibat atau efek dari pelayanan yang mereka terima saat itu. Pelayanan menurut Umar (2013) rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka. jadi kualitas pelayanan haruslah memiliki

keunggulan yang pada akhirnya memenuhi keinginan pelanggan.

Pelayanan yang diterima oleh pelanggan Gojek bisa melalui *customer service* yang membantu apabila ada kendala di dalam sistem informasi, bisa juga diterima dari *driver* Gojek yang langsung berinteraksi memberikan pelayanannya pada pelanggan. Namun pelayanan di jasa Gojek belumlah maksimal mengingat masih ada saja masalah yang berkaitan dengan pelayanan Gojek, beberapa contoh masalah yang dihadapi oleh Gojek contohnya, keterlambatan pada layanan Go Send, *driver* yang tidak ramah kepada pelanggan, *driver* Gojek yang tidak menyediakan perlengkapan seperti jas hujan untuk digunakan disaat hujan agar perjalanan lancar sampai tujuan, *driver* yang kadang-kadang tidak mengetahui atau menguasai lokasi tertentu. Tentunya masalah ini tidak dapat ditolerir mengingat seharusnya para *driver* mengetahui secara pasti lokasi yang menjadi daerah operasinya, banyak dari kalangan menengah ke bawah yang beralih profesi menjadi *driver* Gojek karena penghasilan yang akan diterimanya.

Namun di sisi lain ini menjadi pemicu timbulnya masalah pelayanan seperti tidak dapat diandalkan *driver* Gojek, dalam memiliki tingkat pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan dari pelanggan mengenai lokasi atau jarak

tempuh dan lain-lainya, apabila hal ini terjadi tentunya akan memberikan kerugian bagi pelanggan Gojek yang menginginkan para *driver* Gojek berkerja secara profesional.

Kualitas sistem informasi dan kualitas pelayanan adalah hal penting dalam bisnis jasa, karena sistem informasi dan pelayanan akan membuat pelanggan tertarik menggunakan jasa tersebut, tetapi semakin tinggi kualitas sistem informasi dan kualitas pelayanan biasanya juga mempengaruhi biaya pokok perusahaan yang tentunya akan dibebankan oleh perusahaan kepada pelanggan. Semakin tinggi beban pokok perusahaan pasti akan mempengaruhi harga. Harga menurut (Kotler dan Armstrong, 2008) “Sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa”. Harga yang tinggi akan membuat pelanggan berpikir dua kali untuk memakai jasanya, meskipun dalam hal ini menurut tekno kompas dalam artikelnya menyatakan bahwa “Gojek menyasar kepada konsumen yang tidak sensitif terhadap harga” tetapi fakta di lapangan menunjukkan bahwa Gojek banyak dipakai kalangan menengah ke bawah yang sensitif terhadap harga.

Harga yang tinggi tentunya akan membuat pelanggan Gojek kesulitan untuk

membayar dan tidak berminat lagi menggunakan jasa Gojek. Banyak pelanggan Gojek dari kalangan kelas menengah ke bawah yang mengeluhkan tingginya harga Gojek meskipun sebenarnya harga Gojek termasuk standar dalam persaingan ojek *online*. Hal ini terjadi karena pelanggan Gojek membandingkan tarif Gojek dengan ojek konvensional. Penyesuaian tarif terjadi karena promo yang diberikan Gojek sudah habis. Tarif baru tersebut dirasa berat untuk mereka yang biasa menggunakan Gojek dengan jarak tempuh diatas 15 KM, karena apabila pelanggan menempuh jarak diatas 15 KM akan dikenai biaya tambahan 2000 rupiah perkilometer yang dirasa cukup mahal mengingat tarif ojek pesaing mematok tarif 1500 rupiah perkilometer. Oleh karena itu manajemen diharapkan mematok tarif dengan bijak agar para pelanggan tidak memilih ojek *online* lainnya dalam memenuhi kebutuhan transportasinya.

Berdasarkan uraian tentang masalah kualitas sistem informasi yang dialami Gojek, Masalah harga yang tinggi dari pesaingnya dan permasalahan mengenai pelayanan Gojek yang belum optimal yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Gojek di Kota Yogyakarta.”

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kasual komparatif merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih, peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel yang mempengaruhi (variabel independen)

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2017 sampai Mei 2017.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan berasal dari apa yang dirasakan oleh pelanggan Gojek secara keseluruhan mengenai Gojek. Indikator yang dipakai dalam variabel ini diadopsi dari Mardikawati dan Farida (2013), yaitu kesesuaian jasa dengan yang diharapkan, kesesuaian jasa dengan

tarif yang dibayarkan dan kepuasan pelanggan akan jasa yang ditawarkan.

Variabel Independen

Kualitas Sistem Informasi (X1)

Kualitas sistem informasi pada Gojek menyangkut keterkaitan fitur dalam software berbasis Android/iOS termasuk performa aplikasi. Kualitas sistem informasi yang digunakan disini adalah kualitas sistem informasi yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan indikator-indikator yang digunakan diadopsi dari penelitian Gita Gowida (2010) yaitu Kemudahan Penggunaan, Kecepatan akses, Keandalan sistem informasi, Fleksibilitas dan Keamanan.

Harga (X2)

Harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa mengenai sejumlah uang yang akan diberikan untuk mendapatkan manfaat yang diinginkan atas jumlah nominal tersebut. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel harga diadopsi dari penelitian Stanton (1998) yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa, daya saing harga dan kesesuaian dengan manfaat.

Kualitas Pelayanan (X3)

Kualitas pelayanan didefinisikan seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima. Kualitas pelayanan disini adalah kualitas pelayanan yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Indikator untuk mengukur kualitas pelayanan diadopsi dari penelitian Raymond McLeod (2007) yaitu: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Semua orang yang pernah memakai jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Menggunakan teknik sampel *non probabilitas*. Sampel penelitian ini sebanyak 200 pelanggan.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner *online* serta memberikan langsung kuesioner kepada sampel.

Teknik Analisis Data

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2007). Data yang akan dilihat adalah mean, standar deviasi, nilai maksimal, nilai minimum, dan jumlah data penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini akan digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik, dengan melakukan uji linearitas akan diperoleh

informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik (Ghozali, 2011).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung multikolinearitas. Mendeteksi multikolinieritas dapat melihat nilai *tolerance* dan *varian inflation factor* (VIF) sebagai tolak ukur. Apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian tersebut terdapat multikolinieritas (Ghozali, 2011).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui terjadi tidaknya ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam sebuah regresi (Husein Umar, 2011: 179). Pada penelitian ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glesjer* yaitu mengkorelasikan nilai absolut residual dengan masing-masing variabel. Saat variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen maka terindikasi terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat apabila nilai probabilitas

signifikansinya diatas 5% (0,05) (Imam Ghozali, 2011).

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan secara parsial Terhadap Kepuasan pelanggan. Pengujian ini dilakukan dengan uji-t untuk memberikan gambaran besarnya signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Guna mengetahui besarnya signifikansi tersebut, maka dibandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Uji signifikansi regresi berganda menggunakan uji-F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Cara

mengukur signifikansi tersebut adalah dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan sebaliknya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini meliputi *mean*, *median*, *modus*, dan tabel frekuensi responden, untuk mendeskripsikan dan menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, maka akan disajikan deskripsi dari tiap variabel berdasarkan data yang diperoleh di lapangan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini merupakan variabel terikat atau dependen. Kuesioner variabel Kepuasan Pelanggan terdiri dari 9 pernyataan. Skor tertinggi adalah 36 dan skor terendah adalah 9, Mean sebesar 30,57 dan standar deviasi 2,865. Jumlah kelas interval setelah dihitung menggunakan rumus Struges sebanyak 8,59 dibulatkan menjadi 9 kelas, rentang

data sebesar 16, panjang kelas adalah 1,77 dibulatkan menjadi 2.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Kelas Frekuensi	Frekuensi
1	21 - 22,78	1
2	22,79 - 24,56	0
3	24,57 - 26,34	1
4	26,35 - 28,12	21
5	28,13 - 29,90	36
6	29,91 - 31,68	10
7	31,69 - 33,46	43
8	33,47 - 35,24	56
9	35,25 - 37,02	32
		200

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan data variabel kepuasan pelanggan. kategori tersebut terdiri dari 5 kategori yaitu kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.

Tabel 2. Kategori Kecenderungan Data Kepuasan Pelanggan

Kategori	Interval	Frekuensi
Sangat Tinggi	$29,75 < X \leq 36,5$	132
Tinggi	$25,25 < X \leq 29,75$	66
Sedang	$20,75 < X \leq 25,25$	2
Rendah	$16,25 < X \leq 20,75$	0
Sangat Rendah	$9,5 < X \leq 16,25$	0

Tabel 2 menunjukkan bahwa kategori sangat tinggi sebanyak 113 responden, tinggi sebanyak 85 responden, sedang sebanyak 2 responden, rendah sebanyak 0 responden, dan sangat rendah 0 responden. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Kepuasan Pelanggan paling banyak memberikan penilaian sangat tinggi

Kualitas Sistem Informasi

Kuesioner variabel Kualitas Sistem Informasi terdiri dari 10 pernyataan. Skor tertinggi adalah 40 dan skor terendah adalah 10, Mean sebesar 33,14 dan standar deviasi 3,530.. Jumlah kelas interval setelah dihitung dengan rumus Struges sebanyak 8,59 kelas, dibulatkan menjadi 9 kelas, rentang data sebesar 17 sedangkan panjang kelas sebesar 1,88 dibulatkan menjadi 2.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Sistem Informasi

No	Kelas Frekuensi	Frekuensi
1	24,00 - 25,80	1
2	25,81 - 27,60	12
3	27,61 - 29,40	26
4	29,41 - 31,20	29
5	31,21 - 33,00	27
6	33,01 - 34,80	18
7	34,81 - 36,61	54

No	Kelas Frekuensi	Frekuensi
8	36,61 - 38,41	24
9	38,42 - 40,2	9
		200

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan data variabel kepuasan pelanggan. kategori tersebut terdiri dari 5 kategori yaitu kategori sangat baik, baik, sedang, buruk, dan sangat buruk.

Tabel 4. Kategori Kecenderungan Data Kualitas Sistem Informasi

Kategori	Interval	Frekuensi
Sangat Tinggi	$32 < X \leq 40$	119
Tinggi	$27 < X \leq 32$	68
Sedang	$22 < X \leq 27$	13
Rendah	$17 < X \leq 22$	0
Sangat Rendah	$10 < X \leq 17$	0
Jumlah		200

Dari Tabel 4 menunjukkan bahwa kategori sangat tinggi sebanyak 119 responden, tinggi sebanyak 68 responden, sedang sebanyak 13 responden, rendah sebanyak 0 responden, dan sangat rendah 0 responden. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Kualitas Sistem Informasi paling banyak memberikan penilaian sangat tinggi.

Harga

Kuesioner variabel Harga terdiri dari 8 pernyataan skor tertinggi adalah 32 sedangkan skor terendah adalah 8. Mean adalah, 26,63 dan standar deviasi adalah 2,65. Jumlah kelas interval setelah dihitung dengan rumus Struges sebesar 8,59 dibulatkan menjadi 9, rentang data adalah 16, sedangkan panjang kelas sebesar 1,77 dibulatkan menjadi 2.

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Variabel Harga

No	Kelas Frekuensi	Frekuensi
1	17,00 - 18,78	1
2	18,79 - 20,56	0
3	20,57 - 22,34	6
4	22,35 - 24,12	44
5	24,13 - 25,90	18
6	25,91 - 27,68	45
7	27,69 - 29,46	60
8	29,47 - 31,24	22
9	31,25 - 33,02	4
		200

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan data variabel kepuasan pelanggan. kategori tersebut terdiri dari 5 kategori yaitu kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.

Tabel 6. Kategori Kecenderungan Data Harga

Kategori	Interval	Frekuensi
Sangat Tinggi	$26 < X \leq 32$	112
Tinggi	$22 < X \leq 26$	81
Sedang	$18 < X \leq 22$	6
Rendah	$14 < X \leq 18$	1
Sangat Rendah	$8 < X \leq 14$	0
Jumlah		200

Tabel di atas menunjukkan bahwa kategori sangat tinggi sebanyak 112 responden, tinggi sebanyak 81 responden, sedang sebanyak 6 responden, rendah sebanyak 1 responden, dan sangat rendah 0 responden. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang Harga paling banyak memberikan penilaian sangat tinggi

Kualitas Pelayanan

Kuesioner variabel Kepuasan Pelanggan terdiri dari 11 pernyataan. Skor tertinggi adalah 44 dan skor terendah adalah 11, Mean sebesar 35,52 dan standar deviasi 4,00. Jumlah kelas interval setelah dihitung dengan rumus Struges sebesar 8,59 dibulatkan menjadi 9, rentang data adalah 16, sedangkan panjang kelas sebesar 1,77 dibulatkan menjadi 2.

Tabel 7. Distribusi frekuensi variabel
Kualitas Pelayanan

No	Kelas Frekuensi	Frekuensi
1	24,00 - 26,11	2
2	26,12 - 28,22	10
3	28,23 - 30,33	12
4	30,34 - 32,44	19
5	32,45 - 34,55	36
6	34,56 - 36,66	22
7	36,67 - 38,77	46
8	38,78 - 40,88	38
9	40,89 - 42,99	15
Jumlah		200

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan data variabel kepuasan pelanggan. kategori tersebut terdiri dari 5 kategori yaitu kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.

Tabel 8. Kategori Kecenderungan Data
Harga

Kategori	Interval	Frekuensi
Sangat Tinggi	$36,25 < X \leq 44,5$	99
Tinggi	$30,75 < X \leq 36,25$	77
Sedang	$25,25 < X \leq 30,75$	22
Rendah	$19,75 < X \leq 25,25$	2
Sangat Rendah	$11,5 < X \leq 19,75$	0
Jumlah		200

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi: uji normalitas, linearitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Tabel 9. Uji Normalitas

	<i>Unstandarize d Residual</i>	Kesimpulan
<i>Kolmogorov- Smimow Z</i>	0,820	Berdistribusi Normal
<i>Asmp. Sig. (2- tailed)</i>	0,512	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Sig* sebesar $0,512 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dan memenuhi prasyarat uji asumsi klasik.

Uji Linearitas

Tabel 10. Uji Linearitas

Hubungan	<i>Deviation From Linearity</i>	Kriteria
X1 - Y	0,140	Linear
X2 - Y	0,064	Linear
X3 - Y	0,082	Linear

Berdasarkan hasil uji linearitas diatas untuk kedua model tersebut memiliki nilai $< 0,05$, dapat disimpulkan bahwa model tersebut linear, sehingga dapat menggunakan uji regresi linear.

Uji Multikolinearitas

Tabel 11. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Sistem Informasi	0,364	2,745
Harga	0,492	2,031
Kualitas Pelayanan	0,425	2,352

Dari *output* di atas diketahui bahwa nilai *Tolerance* >0,1 dan *VIF* < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 12. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig
Kualitas Sistem Informasi	0,853
Harga	0,281
Kualitas Pelayanan	0,522

Hasil uji *Glejser* di atas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai absolute U_t (ABSUT). Nilai probabilitas signifikansinya di atas 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan .

Tabel 13. Rangkuman Hasil Analisis Hipotesis 1

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	Sig
Konstanta	8,468		
Kualitas Sistem Informasi	0,667	20,303	0,000
R Square = 0,676			

Berdasarkan hasil perhitungan linear sederhana yang ditunjukkan pada tabel di atas, maka persamaan regresi adalah $Y=8,468 + 0,667X_1$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi kualitas sistem informasi (X_1) sebesar 0,667 dan nilai konstanta sebesar 8,468 yang berarti jika variabel independen dianggap konstan (independen = 0), maka nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah 8,468. Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar 20,303. Jika dibandingkan dengan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan $df=200$ sebesar 1,652, maka t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} $20,303 > 1,652$. Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,00 juga menunjukkan nilai yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah

ditentukan yaitu sebesar 0,05 ($0,00 < 0,05$). Hal ini berarti pengaruh kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan signifikan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anggih Risdianto (2014) yang membuktikan bahwa kualitas sistem informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas sistem informasi maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .

Tabel 14. Rangkuman Hasil Analisis Hipotesis 1

Variabel	Koefisien Regresi	t _{hitung}	Sig
Konstanta	10,204		
Harga	0,765	14,118	0,000
R Square = 0,502			

Berdasarkan hasil perhitungan linear sederhana yang ditunjukkan pada tabel di atas, maka persamaan regresi adalah $Y=10,204 + 0,765X_1$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Harga (X_1) sebesar 0,765 dan nilai konstanta sebesar 10,204 yang berarti jika variabel independen

dianggap konstan (independen = 0), maka nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah 10,204. Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar 14,118. Jika dibandingkan dengan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df=200 sebesar 1,652, maka t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} $14,118 > 1,652$. Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,00 juga menunjukkan nilai yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05 ($0,00 < 0,05$). Hal ini berarti pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan signifikan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Whenny (2011) yang membuktikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin kompetitif harga maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .

Tabel 15. Rangkuman Hasil Analisis Hipotesis 1

Variabel	Koefisien Regresi	t _{hitung}	Sig
Konstanta	11,193		
Kualitas Pelayanan	0,546	16,562	0,000
R Square = 0,581			

Berdasarkan hasil perhitungan linear sederhana yang ditunjukkan pada tabel di atas, maka persamaan regresi adalah $Y=11,193 + 0,546X_3$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,546 dan nilai konstanta sebesar 11,193 yang berarti jika variabel independen dianggap konstan (independen = 0), maka nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah 11,193. Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar 16,562. Jika dibandingkan dengan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan $df=200$ sebesar 1,652, maka t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} $16,562 > 1,652$. Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,00 juga menunjukkan nilai yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05 ($0,00 < 0,05$). Hal ini berarti pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan signifikan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dessica (2016) yang membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 16. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien
X1	0,379
X2	0,222
X3	0,206
Konstanta	4,814
R^2	0,748
Adjusted R^2	0,744
F_{hitung}	193,777
F_{tabel}	3,040
Sig	0,000

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,744. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa sebesar 74,4% variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 25,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

Berdasarkan nilai koefisien dan nilai konstanta pada tabel di atas, dapat disusun persamaan regresi adalah $Y = 4,814+0,379X_1+0,222X_2+0,206X_3$.

Persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- α :Nilai konstanta sebesar 4,814, jika variabel independen dianggap konstan (variabel independen = 0), maka variabel dependennya yaitu Kepuasan Pelanggan sebesar 4,814.
- b1 :Koefisien regresi Kualitas Sistem Informasi sebesar 0,379, artinya bahwa setiap kenaikan Kualitas Sistem Informasi 1 poin maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,379, dengan asumsi variabel Harga dan Kualitas Pelayanan konstan.
- b2 :Koefisien regresi Harga sebesar 0,222, artinya bahwa setiap kenaikan Harga 1 poin maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,222, dengan asumsi variabel Kualitas Sistem Informasi dan Kualitas Pelayanan konstan.
- b3 :Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,206, artinya bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan 1 poin maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,206, dengan asumsi variabel Kualitas Sistem Informasi dan Harga konstan.

Pengujian signifikansi regresi berganda dilakukan dengan cara membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} atau dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05. Berdasarkan tabel di atas maka

diketahui bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $193,77 > 3,04$ dan signifikansi 0,00 yang nilainya lebih kecil dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan $0,00 < 0,05$ yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Hal ini berarti pengaruh kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan signifikan.

Berdasarkan penelitian ini, Kualitas Sistem Informasi yang baik akan membuat Kepuasan Pelanggan. Bagi konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan karena mereka akan mendapatkan *value form money*. Kualitas Pelayanan yang baik juga akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika Kualitas Sistem Informasi yang baik, Harga yang kompetitif dan Kualitas Pelayanan yang baik secara bersama-sama akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut

ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,667, nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada t_{tabel} yaitu $20,303 > 1,652$. Selain itu nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05 yang berarti bahwa Kualitas Sistem Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian ini diperoleh nilai *r square* (r^2) sebesar 0,676, yang berarti bahwa 67,6% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi Kualitas Sistem Informasi pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,765, nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada t_{tabel} yaitu $14,118 > 1,652$. Selain itu nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05 yang berarti bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. hasil pengujian ini diperoleh nilai *r square* (r^2) sebesar 0,502, yang berarti bahwa 50,2%

Kepuasan Pelanggan dipengaruhi Harga pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,546, nilai t_{hitung} yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} yaitu $16,562 > 1,652$. Selain itu nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dibandingkan tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05, yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian ini diperoleh *r square* (r^2) sebesar 0,581 yang berarti bahwa 58,1% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi Kualitas Pelayanan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,379, 0,222 dan 0,206, nilai F_{hitung}

yang lebih besar dibandingkan F_{tabel} $193,777 > 3,040$. Tingkat signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dibandingkan tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05. *Adjusted R square* (R^2) dalam penelitian ini diperoleh sebesar 0,748 yang berarti bahwa 74,8% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta

Saran

Berdasarkan keterbatasan yang telah diuraikan tersebut, dapat disampaikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. *Driver* Gojek perlu menyiapkan uang kembalian sehingga apabila nanti pelanggan memberikan uang untuk membayar jasa Gojek akan siap untuk memberi kembalian uang.
2. Gojek selaku perusahaan transportasi yang berbasis aplikasi *online* harus membuat aplikasi yang kompatibel untuk semua jenis perangkat dan selalu memantau server agar selalu siap jika mengalami gangguan yang dirasakan oleh pelanggan Gojek..
3. Gojek harus memperhatikan fasilitas yang digunakan oleh *driver* selaku mitra Gojek, Gojek juga

dituntut untuk memberikan seleksi fasilitas yang boleh digunakan para *driver* sehingga nanti pelanggan akan merasa puas karena sesuai dengan fasilitas yang digunakan.

4. Gojek harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *driver* Gojek dalam hal menyangkut kendaraan dan atribut yang belum baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggih Risdiyanto. (2011). Pengaruh Kualitas informasi, kualitas sistem dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pengguna pada sistem informasi klinik. Yogyakarta : UNY
- Adi Nugroho. (26 September 2016). *Sistem Gojek bobol, pelanggan diteror*. Diambil pada tanggal 6 Januari 2017, dari <http://www.boombastis.com/sistem-Gojek-jebol/79963>
- Aulia Susanti (16 Juli 2016). *Waduh ribuan akun Gojek dibobol*. Diambil pada tanggal 5 Januari 2017, dari <https://www.labana.id/view/waduh-ribuan-akun-Gojek-dibobol-dan-diperjualbelikan-di-internet/>
- Azhar, Susanto. (2004). *Sistem Informasi Manajemen Konsep dan Pengembangannya*. Bandung: Lingga Jati
- Davis, Fred D .(1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and UserAcceptance of Information Technology* : MIS Quarterly
- Delone and McLean. (1992). “*Information System Success : The Quest for Dependent Variable* “ Information System Research,
- Dessica Dinar Sari. (2016). Pengaruh kualitas produk Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap kepuasan

- konsumen sim card gsm Prabayar XI
Yogyakarta : UNY
- Duwi Priyatno. (2013). *Olah Data Statistik Dengan Program PSPP*. Yogyakarta : Mediakom
- Fadil, Zaki dan Priyono. (2015). *Teknik Marketing itu Mudah Perencanaan Marketing Strategis untuk mengurus Bisnis*. Yogyakarta: Second Hope
- Ginting, Anasta. (2012) *Not Just A Smile Inovasi Merancang, Implementasi Serta Evaluasi Service Excellence*. Jakarta: PT Gramedia
- Gita Gowinda Kirana. (2010). *Analisa Perilaku Penerimaan Wajib pajak Terhadap Penggunaan E-Filling (kajian Empiris di Wilayah Kota Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Bisnis Multivarians*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Irawan, H.D. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*, Edisi I, Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (1999). *Principle of Marketing*, 8th Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller. (2006). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Livari, Juhani. (2005). *An Empirical Test of The Delone- Mc-Lean Model Of Information System Success, Data For Advance ini Information System (DFA)*. ISSN:1532-0936. Volume 36. ProQuest Company
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- McLeod Raymond. (2007). *Manajemen Information Systems*. 10th.ed., Upper Saddle River : Pearson Education.
- Malhotra K. Naresh. (2010). *Marketing Research An Applied Orientation, Fourth Edition*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Mardikawati, Woro dan Farida, Naili. (2013). “*Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi*”. Jurnal Administrasi Bisnis. Semarang: Universitas Diponegoro
- Nash, J.F., and Martin, B.R. (1984). “*Accounting Information System*”. New York : Mac Millan Publishing Company. First Edition.
- Nasution. (2005). “*Total Quality Management*”. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nismi Wima Tiarasari. (2012). Pengaruh kualitas sistem, kualitas Informasi dan Kualitas Pelayanan Siserm Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan ATM Setor Tunai. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nirwana. (2012). *Pemasaran Jasa*. Malang : Alta Pustaka
- Nova, Firsan. (2012). *Republic Relations*. Jakarta: Media Bangsa
- Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan, dan Marzuki. (2004). *Statistik Terapan: Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Cetakan Ketiga (Revisi). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Oliver. (2005). *A Cognitive Model of the Antecedent and Consequences of Satisfaction Decisions*” Journal of Marketing Research,
- Onno W Purbo dan Aang Arif Wahyudi. (2001). *Mengenal e-Commerce*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Poeradisastra, T. (2010). *Pelayanan Mengesankan vs. Pelayanan Menyebalkan*. Majalah SWA No. 21/XXVI/4-13 Oktober
- Rao, Purba. (1996). “*Measuring Costumer Perceptions Through Factor Analysis*” The Asian Manajer, February-March, pp 28-32
- Retna, Wulan. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan

- terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Pakuan Tirta Bogor. Skripsi. STIE Kesatuan Bogor
- Rivera (7 Januari 2017) *Aplikasi tidak resmi sumber masalah bagi Gojek*. Diambil pada tanggal 17 Januari 2017, dari <https://Gojekdriver.wordpress.com/2016/01/07/aplikasi-tidak-resmi-sumber-masalah-server-Gojek/>
- Smith, S.M. and Albaum, G.S. (2010). *Measuring Respondent Information: Attitudes, Satisfaction, Loyalty, and Behavior*. An Introduction to Marketing Research.
- Sopiah dan Syihabudhin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: CV Andi
- Soegiharto. (2001). "Influence Factors Affecting The Performance of Accounting Information Systems". Gajah Mada International Journal of Business. May.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- _____.(2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. (2003). "*Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*". Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suharsimi, Arikunto. (2008). *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sutrisno Hadi. (2001). *Statistik*. Yogyakarta : Andi Offset
- Sunyoto. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Buku Seru
- Stanton, William J. (1998). *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh, Jilid I. Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, Husein. (1997). *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Parasuraman A, Zheitmal VA.(1998) *SERVQUAL: a multipleitem scale for measuring consumer perceptions of service quality*. J Retailing.
- Payne,Adrian (2001) *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset
- Whenny Khistiano (2011) Pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam melakukan online shopping.Malang : Universitas Brawijaya
- Yoga Hastyadi. (20 Mei 2016). *Gojek akui kehabisan uang gara-gara tarif murah*. Diambil pada tanggal 10 Januari 2017, dari <http://tekno.kompas.com/read/2016/05/02/11181767/Gojek.Akui.Kehabisan.Uang.gara-gara.Tarif.Murah>
- Zahira Fadillah. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan toko online lazada. Jakarta : Universitas Darma Persada