

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI OJEK ONLINE GOJEK MENGGUNAKAN METODE FUZZY SERVICE QUALITY

Inayati Nasrudin¹⁾, Cici Tri Nurhasanah²⁾
Jurusan Teknik Industri^{1),2)}
Universitas Sangga Buana YPKP Bandung^{1),2)}
inayati.nasrudin@yahoo.com¹⁾, cicitri2507@gmail.com²⁾

ABSTRAK

Pada dewasa ini transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan, karena dengan adanya transportasi dapat mengefektifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. PT. Gojek Indonesia atau dikenal dengan Gojek berdiri pada tahun 2011 yang didirikan oleh Nadiem, yang dilatar belakangi oleh kemacetan yang terjadi di ibu kota. Gojek dikenal sebagai ojek yang modern dan profesional yang didukung dengan penggunaan *gadget android* pada semua *driver* dengan tujuan memperkecil waktu pengantaran dan didukung juga cara pembayaran yang mudah yaitu *credit (my wallet)*. Layanan utama Gojek adalah mengantar penumpang ke tempat tujuan. Gojek juga melayani *Go-Food, Go-Transport, Go-Clean, Go-Busway* dan sebagainya.

Penelitian ini dilakukan pada penduduk yang berada dikota Bandung Provinsi Jawa Barat yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan sebagai pengguna jasa ojek online serta mengidentifikasi kriteria-kriteria pelayanan yang harus diperbaiki. Dalam pengukuran kepuasan pelanggan digunakan metode *fuzzy service quality* yakni untuk mengukur kepuasan dan mengetahui gap (Kesenjangan) berdasarkan pada persepsi dan harapan pelanggan.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh 40 kriteria pengukuran kepuasan pelanggan dan terdapat 5 kriteria pengukuran kepuasan pelanggan yang harus diprioritaskan dalam hal perbaikan dilihat dari nilai gap (kesenjangan) antara persepsi dan harapan pelanggan tertinggi serta dilihat dari urutan rank tertinggi yaitu kehandalan pengemudi Go-Jek dalam mengemudikan kendaraan dengan gap -0,088 pada rank 40, menggunakan sepeda motor yang aman dikendarai dengan gap -0,083 pada rank 39, kemampuan memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan gap -0,076 pada rank 37, memberikan pelayanan secara cepat dengan gap -0,074 pada rank 36, pengemudi Go-Jek menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan pelanggan dengan gap -0,064 pada rank 35.

Kata kunci: *Go-Jek, Kepuasan Pelanggan, Fuzzy Service Quality*

ABSTRACT

In these days of transport is a means that is needed, because of the lack of transportation can streamline work and help in meeting daily needs. PT. Gojek Indonesia or know Gojek established in 2011, founded by Nadiem, which is triggered by the congestion that occurs in the capital. Gojek known as a modern and professional motorcycle which is supported by the use of android gadget on all drivers degan destination delivery time and supported far too easy payment method is credit (my wallet). Gojek main services are taking passengers to their destination. Gojek also serves Go-Food, Go-Transport, Go-Clean, Go-Busway and so on.

This study was conducted on people who were in the city of Bandung in West Java province which aims to determine the level of customer satisfaction as a motorcycle taxi services online as well as identify the criteria of service to be repaired. In the measurement of customer satisfaction fuzzy method is used to measure the service quality and the satisfaction of knowing gap (gap) is based on the perceptions and expectations of customers.

From the data processing, obtained 40 criteria for customer satisfaction measurement and there are five criteria for customer satisfaction measurement should be prioritized in terms of the improvement seen from the gap (the gap) between the perceptions and expectations of the customer is the highest as well as the views of the highest rank, namely reliability pengemudi Go-Jek piloting vehicles with a gap -0.088 at rank 40, using a safe motorcycle driven by a gap -0.083 at rank 39, the ability to provide services in accordance with customer needs with a gap -0.076 at rank 37, provide services faster with a gap -0.074 at rank 36, Go-Jek rider demonstrates its seriousness in serving the customer complaints with the gap -0.064 at rank 35.

Keywords: *Go-Jek, Customer Satisfaction, Fuzzy Service Quality.*

I. PENDAHULUAN

Transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan pada zaman sekarang, dengan adanya transportasi bisa mengefektifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Transportasi terbagi menjadi tiga bagian yaitu: jalur darat, jalur laut, dan jalur udara. Mayoritas masyarakat lebih memilih jalur darat untuk memenuhi kebutuhannya. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi sangat tinggi, dengan alasan mempersingkat waktu perjalanan.

PT. Gojek Indonesia atau dikenal dengan Gojek berdiri pada tahun 2011 yang didirikan oleh Nadiem, yang dilatar belakangi oleh kemacetan yang terjadi di ibu kota. kartor pusat Gojek berada di ibu kota Jakarta di jalan Kemang Selatan Raya, Jakarta Selatan dan memiliki kantor cabang yang berada di beberapa daerah, yaitu: Bandung, Surabaya dan Bali. Nadiem menciptakan Gojek, sebuah layanan antar jemput dengan ojek modern berbasis pesanan. Ojek yang merupakan kendaraan motor roda dua ini menjadi transportasi yang sangat efektif untuk mobilitas di kemacetan kota. Gojek yang sudah melewati perjalanannya sejak tahun 2011 sudah memiliki lebih dari 10.000 armada ojek dan *driver* di Indonesia. Setiap harinya Gojek bisa melayani lebih dari 10.000 armada ojek dan *driver* di Indonesia. Setiap harinya Gojek bisa melayani lebih dari 150 orderan personal, belum termasuk orderan perusahaan.

Gojek dikenal sebagai ojek yang modern dan profesional. Semua *driver* Gojek telah dilengkapi dengan *Gadget Android* yang bertujuan untuk memperkecil waktu pengantaran. Konsep modern dari Gojek juga terlihat dari cara pembayarannya dengan *credit (My Wallet)*. Selain sisi modern, Gojek tidak melupakan faktor keamanan yang merupakan prioritasnya. Keamanan Gojek bisa dilihat dari para pengemudi ojeknya yang sudah berpengalaman dan memiliki izin mengemudi. Pengemudi Gojek ini juga dilengkapi seragam resmi berupa jaket dan helm yang bergambar identitas perusahaan Gojek.

Layanan utama Gojek adalah mengantar penumpang ke tempat tujuan. Namun selain mengantar penumpang, Gojek juga melayani beberapa seperti, (*instant courier/Go-Box*), seperti *Go-food, Go-transport, Go-Shopping, Go-busway, Go-Massage, Go-Glamb, Go-clean*. Pelanggan Gojek dapat memesan layanan dari Gojek dengan men-download aplikasi Gojek di *IOS* dan *Play Store*. Pelanggan melakukan registrasi email dan nomor telepon terlebih dahulu sehingga aplikasi Gojek dapat di gunakan. Setelah itu pelanggan dapat melakukan layanan dari Gojek. (*Sumber : Data Internal Gojek 2015*).

Disamping Jasa yang ditawarkan, persoalan kepuasan pelanggan dalam dunia bisnis saat ini sudah menjadi kualitas sistem yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap sukses dalam

bisnisnya. Pelanggan yang memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang pelanggan sering kali melihat dari nilai lebih dari produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian terhadap produk/jasa dibandingkan dengan perusahaan lain.

Permasalahan yang terjadi terkait kepuasan pelanggan pada gojek berkaitan dengan harapan dan persepsi pelanggan terhadap kepuasan yang ditawarkan perusahaan. Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa. ^[6]

Fenomena kepuasan pelanggan karena adanya faktor kualitas layanan, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat, ada lebih dari 41% pelanggan transportasi online yang dikecewakan oleh operasional transportasi online. Hal ini diketahui dari hasil survei yang dilakukan oleh YLKI terhadap 4.668 pengguna transportasi online, baik kendaraan roda dua maupun roda empat. Dari survei tersebut diketahui Aplikasi Gojek menduduki rating penggunaan tertinggi dipilih konsumen, sebanyak 72,6%. (*sumber: data Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia 2017*)

Hal yang paling banyak mengecewakan pelanggan adalah pengemudi yang meminta pesannya dibatalkan. Hal lainnya yang mengecewakan konsumen adalah sulitnya mendapatkan pengemudi, pengemudi yang membatalkan secara sepihak, aplikasi map error, plat nomor yang tidak sama dengan yang tertera di aplikasi, hingga kondisi kendaraan yang kurang baik. Sedangkan sisanya tertuju kepada perilaku pengemudi. Di antaranya pengemudi yang tak kunjung datang, perilaku pengemudi yang tidak jujur ke konsumen, pengemudi yang memulai perjalanan lebih dulu sebelum bertemu dengan konsumen, pengemudi yang ugal-ugalan, kendaraan yang berbau asap rokok, pengemudi yang tak mau diberi tahu dan pengemudi yang merokok saat berkendara

Dengan demikian, berdasarkan permasalahan yang telah diterangkan dalam latar belakang, maka penulis bermaksud untuk mengkaji permasalahan mengenai tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan harapan dan persepsi pelanggan dengan mengacu pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *reability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti terukur), *empathy* (*empati*), *responsiveness* (daya tanggap), maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang **“Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek Online Gojek Menggunakan Metode Fuzzy Service Quality”**

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada GO-JEK dengan menggunakan Metode *Fuzzy Service Quality*, untuk mengetahui

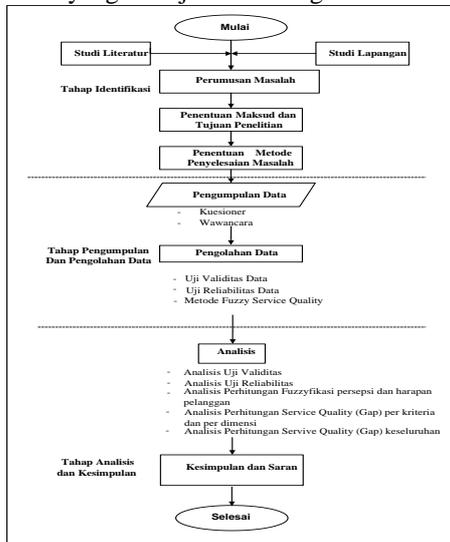
harapan dan persepsi pelanggan akan pelayanan jasa yang selama ini diberikan dari pihak GO-JEK, dan untuk mengetahui tingkat kesenjangan (gap) antara harapan pelanggan jasa yang diberikan oleh GO-JEK dengan persepsi pelanggan atas pelayanan jasa yang selama ini dirasakan.

Adapun asumsi-asumsi dan batasan-batasan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini agar pembahasan lebih terfokus adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah penduduk Di Kota Bandung Provinsi Jawa Barat Berdasarkan kecamatan Cibeunying Kidul, Cibeunying Kaler, Bandung Wetan, Bojongloa Kidul, Cibiru, Batununggal, Kiaracondong, Lengkong dan Cobleng yang sering menggunakan jasa Ojek *Online* GO-JEK.
2. Penelitian dilakukan di Kota Bandung Provinsi Jawa Barat.
3. Waktu penelitian dilakukan pada bulan April sampai dengan bulan Juli 2019.
4. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *Fuzzy Service Quality*.

METODOLOGI

Penelitian mengenai analisis tingkat kepuasan pelanggan transportasi ojek online gojek dilakukan dengan menggunakan metode *fuzzy service quality*. Berikut ini merupakan *flowchart* metodologi penelitian yang ditunjukkan oleh gambar 1 berikut.



Gambar 1 . Flowchart Metodologi Penelitian

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data-data yang dibutuhkan dalam melakukan analisis tingkat kepuasan pelanggan transportasi ojek online Gojek yaitu:

1. Data Responden

Berisikan data-data yang mendukung pemecahan masalah berupa data letak geografis, jenis kelamin, usia, frekuensi menggunakan jasa Go-Jek, pendidikan, alamat, pekerjaan, status pernikahan, penghasilan dan mengenal aplikasi Go-Jek.

2. Data Pengukuran Persepsi dan Harapan Pelanggan.

Data pengukuran persepsi dan harapan pelanggan didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada masyarakat dikota bandung sebanyak 100 responden yang berisi 40 pertanyaan yang terdiri dari 5 dimensi kepuasan pelanggan diantaranya: 8 pertanyaan Dimensi Reliability (Keandalan), 8 pertanyaan Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap), 8 pertanyaan Dimensi Assurance (Jaminan), 8 pertanyaan Dimensi Empathy (Empati) serta 8 pertanyaan Dimensi Tangible (Berwujud). Pengisian Kuesioner dipandu oleh penulis, untuk memastikan bahwa pertanyaan yang disampaikan dalam kuesioner dapat dipahami responden sehingga data yang diperoleh sesuai dengan harapan.

Agar memudahkan proses analisis kepuasan pelanggan transportasi ojek online gojek maka diperlukannya proses pengolahan dari tiap dimensi sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk setiap item kuesioner dengan menggunakan program SPSS. sebelum melakukan perhitungan r hitung terlebih dahulu melakukan perhitungan r tabel dengan berdasarkan titik persentase distribusi sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Df &= n - 2 \\
 &= 100 - 2 \\
 &= 98, \text{ maka } t_{\text{tabel}} = 1,66055 \\
 r_{\text{tabel}} &= \frac{t}{\sqrt{df + t^2}} \\
 &= \frac{1,66055}{\sqrt{98 + (1,66055)^2}} \\
 &= \frac{1,66055}{\sqrt{98 + 2,7574263}} \\
 &= \frac{1,66055}{\sqrt{100,757426}} \\
 &= \frac{1,66055}{10,0377999}
 \end{aligned}$$

$$r_{\text{tabel}} = 0,16542968 = 0,165$$

Uji validitas diatas dilakukan untuk mengetahui keakuratan data kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dan r tabel, dimana r tabel diperoleh melalui distribusi df (degree of freedom) = 98 dengan taraf signifikan 5%, maka diperoleh $t_{\text{tabel}} = 1,66055$ dengan $r_{\text{tabel}} = 0,165$ yang berarti untuk mendapatkan item atau pertanyaan yang valid maka r_{hitung} harus lebih besar dari r_{tabel} .

A. Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap) Pada Persepsi dan Harapan Pelanggan

Tabel 1. Uji Validitas Persepsi Dan Harapan Pelanggan Pada Dimensi Reliability (Keandalan)

No	Item	r hitung Persepsi	r hitung Harapan	r tabel	Validitas
1	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam melayani pesanan pelanggan	0.279	0.217	0.165	Valid
2	Pengendara GOJEK menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan pelanggan	0.365	0.170	0.165	Valid
3	Kemampu memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0.348	0.293	0.165	Valid
4	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam menangani keluhan atau kesulitan pelanggan	0.309	0.2	0.165	Valid
5	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam menjawab pertanyaan dari pelanggan	0.308	0.173	0.165	Valid
6	Merespon dengan cepat kebutuhan pelanggan	0.396	0.3	0.165	Valid
7	Adil dalam melayani pelanggan	0.505	0.295	0.165	Valid
8	Kesigapan pengendara dalam bekerja	0.341	0.296	0.165	Valid

B. Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap) Pada Persepsi dan Harapan Pelanggan.

Tabel 2. Uji Validitas Persepsi Dan Harapan Pelanggan Pada Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap)

No	Item	r hitung Persepsi	r hitung Harapan	r tabel	Validitas
1	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam melayani pesanan pelanggan	0.279	0.217	0.165	Valid
2	Pengendara GOJEK menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan pelanggan	0.365	0.170	0.165	Valid
3	Kemampu memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0.348	0.293	0.165	Valid
4	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam menangani keluhan atau kesulitan pelanggan	0.309	0.2	0.165	Valid
5	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam menjawab pertanyaan dari pelanggan	0.308	0.173	0.165	Valid
6	Merespon dengan cepat kebutuhan pelanggan	0.396	0.3	0.165	Valid
7	Adil dalam melayani pelanggan	0.505	0.295	0.165	Valid
8	Kesigapan pengendara dalam bekerja	0.341	0.296	0.165	Valid

C. Dimensi Assurance (Jaminan) Pada Persepsi dan Harapan Pelanggan

Tabel 3. Uji Validitas Persepsi Dan Harapan Pelanggan Pada Dimensi Assurance (Jaminan)

No	Item	r hitung Persepsi	r hitung Harapan	r tabel	Validitas
1	Pengendara GOJEK memiliki Pengetahuan dan kecakapan dalam berkendara	0.355	0.356	0.165	Valid
2	Pengendara GO-JEK memberikan jaminan keamanan kepada penumpang saat menggunakan jasa GO-JEK	0.193	0.169	0.165	Valid
3	Pengendara GO-JEK memberikan jaminan keselamatan kepada penumpang saat menggunakan jasa GO-JEK	0.339	0.205	0.165	Valid
4	Tingkat kesopanan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	0.719	0.439	0.165	Valid
5	Kemudahan dan kecepatan dalam menghubungi saat dibutuhkan	0.512	0.311	0.165	Valid
6	Pengendara mampu menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan	0.737	0.431	0.165	Valid
7	Memberikan informasi yang jelas	0.227	0.175	0.165	Valid
8	Memberikan pelayanan secara cepat	0.241	0.240	0.165	Valid

D. Dimensi Empathy (Empati) Pada Persepsi dan Harapan Pelanggan

Tabel 4. Uji Validitas Persepsi Dan Harapan Pelanggan Pada Dimensi Empathy (Empati)

No	Item	r hitung	r tabel	Validitas
1	Pengendara GOJEK mudah pada saat dihubungi	0.25	0.165	Valid
2	Pengendara GOJEK mau mengerti kebutuhan pelanggan	0.357	0.165	Valid
3	Pengendara GOJEK bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan penumpang	0.266	0.165	Valid
4	Pengendara memberikan perhatian atas keluhan konsumen	0.422	0.165	Valid
5	Tingkat kesabaran dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen	0.293	0.165	Valid
6	Pengendara bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan	0.285	0.165	Valid
7	Peduli dengan keinginan pelanggan	0.335	0.165	Valid
8	Pengendara mengucapkan salam pembuka pada awal pelayanan dan mengucapkan terima kasih diakhir pelayanan	0.341	0.165	Valid

E. Dimensi Tangible (Berwujud) Pada Persepsi dan Harapan Pelanggan

Tabel 5. Uji Validitas Persepsi Dan Harapan Pelanggan Pada Dimensi Tangible (Berwujud)

No	Item	r hitung	r tabel	Validitas
1	Kebersihan dan kerapihan pengendara	0.325	0.165	Valid
2	Kondisi fisik/kondisi kendaraan yang digunakan oleh pengendara	0.283	0.165	Valid
3	Kelengkapan atribut yang dimiliki	0.265	0.165	Valid
4	Kebersihan kondisi kendaraan	0.212	0.165	Valid
5	Menggunakan sepeda motor yang aman untuk dikendarai	0.245	0.165	Valid
6	Kelengkapan surat berkendara	0.212	0.165	Valid
7	Ketersediaan atribut tambahan untuk berkendara seperti masker atau jas hujan	0.183	0.165	Valid
8	Pengendara menggunakan peralatan canggih	0.341	0.165	Valid

2. Uji Reabilitas

A. Dimensi Reliability (Keandalan)

Tabel 6. Uji Reabilitas Persepsi Pelanggan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.719	.759	9

Tabel 7. Uji Reabilitas Harapan Pelanggan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.664	.630	9

B. Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap)

Tabel 8. Uji Reabilitas Persepsi Pelanggan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.681	.679	9

Tabel 9. Uji Reabilitas Harapan Pelanggan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.613	.531	9

C. Dimensi Assurance (Jaminan)

Tabel 10. Uji Reabilitas Persepsi Pelanggan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.714	.729	9

Tabel 11. Uji Reabilitas Harapan Pelanggan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.646	.597	9

D. Dimensi Empathy (Empati)

Tabel 12. Uji Reabilitas Persepsi Pelanggan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.654	.634	9

Tabel 13. Uji Reabilitas Harapan Pelanggan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.638	.598	9

E. Dimensi Tangible (Berwujud)

Tabel 14. Uji Reabilitas Persepsi Pelanggan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.603	.525	9

Tabel 15. Uji Reabilitas Harapan Pelanggan

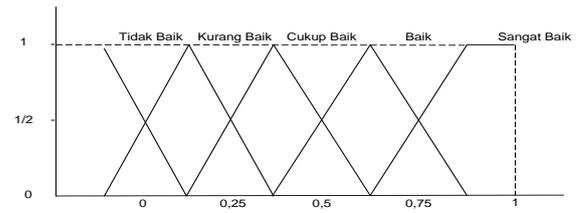
Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.641	.585	9

1. Pengolahan Fuzzy Service Quality

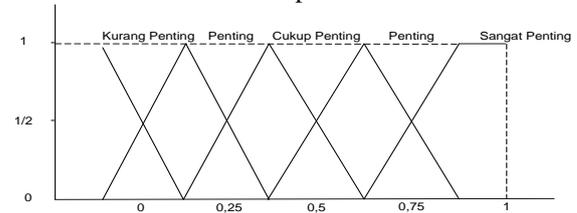
Ada tiga tahapan dalam teori *triangular fuzzy number* yaitu menentukan *fuzzy set*, *fuzzyfikasi* serta *defuzzyfikasi*. Adapun langkah pengolahannya sebagai berikut:

A. Mengintegrasikan Fuzzy Service Quality

1) Penentuan Himpunan Fuzzyfikasi (Fuzzy Set)



Gambar 2. Penentuan Nilai Fuzzy Set Untuk Persepsi



Gambar 2. Penentuan Nilai Fuzzy Set Untuk Harapan

2) fuzzyfikasi dan Defuzzyfikasi

Hasil perhitungan *fuzzyfikasi* data persepsi dan harapan pelanggan dengan menggunakan rumus metode Centroid untuk mendapatkan nilai (a,b,c). Proses *defuzzyfikasi* tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *centroid* yakni sebagai berikut:

$$Z^* = \frac{\sum_{j=1}^n z_j \mu(z_j)}{\sum_{j=1}^n \mu(z_j)}$$

Keterangan:

Z_j : nilai pusat yakni nilai *fuzzy set* yang telah ditentukan sebelumnya pada setiap variabel linguistik, yaitu:

Z_1 : *fuzzy set* untuk variabel tidak baik

Z_2 : *fuzzy set* untuk variabel kurang baik

Z_3 : *fuzzy set* untuk variabel cukup baik

Z_4 : *fuzzy set* untuk variabel baik

Z_5 : *fuzzy set* untuk variabel sangat baik

μ : jumlah responden yang memilih masing-masing variabel indeks

j : Indeks variabel (1,2,3,...n)

• Defuzzyfikasi Untuk Persepsi Pelanggan

Tabel 16. Hasil Fuzzyfikasi, Defuzzyfikasi dan Rank dimensi Reliability (Keandalan)

No	Item	Fuzzyfikasi			Defuzzyfikasi	RANG
		a	b	c		
1	Item 1	0.525	0.775	0.975	0.758	3
2	Item 2	0.490	0.740	0.965	0.732	6
3	Item 3	0.4825	0.7325	0.9675	0.728	7
4	Item 4	0.4825	0.7325	0.9825	0.733	5
5	Item 5	0.465	0.715	0.9575	0.713	8
6	Item 6	0.49	0.74	0.9825	0.738	4
7	Item 7	0.565	0.745	0.9925	0.768	2
8	Item 8	0.585	0.8375	1.0075	0.810	1

Tabel 17. Hasil *Fuzzyfikasi, Defuzzyfikasi dan Rank* dimensi *Responsiveness (Daya Tanggap)*

No	Item	Fuzzyfikasi			Defuzzyfikasi	RANG
		a	b	c		
1	Item 1	0.500	0.750	0.968	0.739	3
2	Item 2	0.470	0.720	0.960	0.717	7
3	Item 3	0.460	0.710	0.958	0.709	8
4	Item 4	0.488	0.738	0.988	0.738	4
5	Item 5	0.520	0.770	0.883	0.724	6
6	Item 6	0.515	0.765	0.980	0.753	2
7	Item 7	0.488	0.738	0.970	0.732	5
8	Item 8	0.518	0.768	0.983	0.756	1

Tabel 4.18 Hasil *Fuzzyfikasi, Defuzzyfikasi dan Rank* dimensi *Assurance (Jaminan)*

No	Item	Fuzzyfikasi			Defuzzyfikasi	RANG
		a	b	c		
1	Item 1	0.500	0.701	0.894	0.698	8
2	Item 2	0.475	0.725	0.965	0.722	6
3	Item 3	0.460	0.710	0.958	0.709	7
4	Item 4	0.498	0.748	0.965	0.737	2
5	Item 5	0.525	0.775	0.975	0.758	1
6	Item 6	0.490	0.740	0.965	0.732	4
7	Item 7	0.483	0.733	0.968	0.728	5
8	Item 8	0.483	0.733	0.983	0.733	3

Tabel 4.19 Hasil *Fuzzyfikasi, Defuzzyfikasi dan Rank* dimensi *Empathy (Empati)*

No	Item	Fuzzyfikasi			Defuzzyfikasi	RANG
		a	b	c		
1	Item 1	0.5125	0.7625	0.9675	0.748	4
2	Item 2	0.465	0.715	0.9575	0.713	8
3	Item 3	0.475	0.725	0.965	0.722	7
4	Item 4	0.4825	0.7325	0.98	0.732	6
5	Item 5	0.5275	0.7775	0.995	0.767	2
6	Item 6	0.5475	0.7975	0.985	0.777	1
7	Item 7	0.4875	0.7375	0.975	0.733	5
8	Item 8	0.5225	0.7725	0.985	0.760	3

Tabel 4.20 Hasil *Fuzzyfikasi, Defuzzyfikasi dan Rank* dimensi *Tangible (Berwujud)*

No	Item	Fuzzyfikasi			Defuzzyfikasi	RANG
		a	b	c		
1	Item 1	0.510	0.730	0.935	0.725	7
2	Item 2	0.498	0.748	0.983	0.743	5
3	Item 3	0.535	0.785	0.995	0.772	2
4	Item 4	0.510	0.760	0.983	0.751	3
5	Item 5	0.470	0.720	0.960	0.717	8
6	Item 6	0.483	0.733	0.983	0.733	6
7	Item 7	0.505	0.755	0.988	0.749	4
8	Item 8	0.555	0.805	0.990	0.783	1

• **Defuzzyfikasi Untuk Harapan Pelanggan**

Tabel 21. Hasil *Fuzzyfikasi, Defuzzyfikasi dan Rank* dimensi *Reliability (Keandalan)*

No	Item	Fuzzyfikasi			Defuzzyfikasi	Rang
		a	b	c		
1	Item 1	0.575	0.775	0.975	0.775	4
2	Item 2	0.550	0.800	1.000	0.783	3
3	Item 3	0.533	0.783	1.000	0.772	6
4	Item 4	0.538	0.788	1.000	0.775	4
5	Item 5	0.578	0.828	0.998	0.801	2
6	Item 6	0.483	0.733	0.983	0.733	7
7	Item 7	0.483	0.733	0.968	0.728	8
8	Item 8	0.585	0.835	1.000	0.807	1

Tabel 22. Hasil *Fuzzyfikasi, Defuzzyfikasi dan Rank* dimensi *Responsiveness (Daya Tanggap)*

No	Item	Fuzzyfikasi			Defuzzyfikasi	Rang
		a	b	c		
1	Item 1	0.550	0.800	0.985	0.778	4
2	Item 2	0.548	0.798	0.998	0.781	3
3	Item 3	0.553	0.803	0.998	0.785	1
4	Item 4	0.553	0.803	0.993	0.783	2
5	Item 5	0.525	0.775	0.863	0.721	8
6	Item 6	0.518	0.768	0.980	0.755	6
7	Item 7	0.515	0.765	0.983	0.754	7
8	Item 8	0.525	0.775	0.988	0.763	5

Tabel 23. Hasil *Fuzzyfikasi, Defuzzyfikasi dan Rank* dimensi *Assurance (Jaminan)*

No	Item	Fuzzyfikasi			Defuzzyfikasi	Rang
		a	b	c		
1	Item 1	0.535	0.766	0.959	0.753	7
2	Item 2	0.555	0.805	0.993	0.784	5
3	Item 3	0.515	0.765	0.985	0.755	6
4	Item 4	0.570	0.820	1.000	0.797	3
5	Item 5	0.573	0.823	0.998	0.798	2
6	Item 6	0.555	0.805	0.998	0.786	4
7	Item 7	0.503	0.753	0.975	0.744	8
8	Item 8	0.585	0.835	1.000	0.807	1

Tabel 24. Hasil *Fuzzyfikasi, Defuzzyfikasi dan Rank* dimensi *Empathy (Empati)*

No	Item	Fuzzyfikasi			Defuzzyfikasi	Rang
		a	b	c		
1	Item 1	0.5875	0.8375	0.985	0.803	1
2	Item 2	0.540	0.790	0.985	0.772	5
3	Item 3	0.5275	0.7775	0.9725	0.759	7
4	Item 4	0.5475	0.7975	0.9875	0.778	4
5	Item 5	0.5275	0.7775	0.995	0.767	6
6	Item 6	0.565	0.815	0.985	0.788	2
7	Item 7	0.56	0.81	0.99	0.787	3
8	Item 8	0.4325	0.6525	0.865	0.650	8

Tabel 4.25 Hasil *Fuzzyfikasi, Defuzzyfikasi dan Rank* dimensi *Tangible (Berwujud)*

No	Item	Fuzzyfikasi			Defuzzyfikasi	Rang
		a	b	c		
1	Item 1	0.530	0.776	0.992	0.766	8
2	Item 2	0.558	0.808	0.998	0.788	6
3	Item 3	0.578	0.828	0.998	0.801	1
4	Item 4	0.568	0.818	0.988	0.791	5
5	Item 5	0.575	0.825	1.000	0.800	2
6	Item 6	0.555	0.805	0.988	0.783	7
7	Item 7	0.575	0.825	0.993	0.798	3
8	Item 8	0.573	0.823	0.993	0.796	4

B. Perhitungan nilai service quality (gap) per kriteria antara persepsi dan harapan

Perhitungan nilai *Service Quality* (GAP) per kriteria antara persepsi dan harapan menunjukkan sejauh mana pihak penyedia jasa transportasi ojek online yaitu Go-Jek telah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan. Peran gap per kriteria memberikan tingkat kepentingan seberapa jauh peran kriteria tersebut dalam memberikan peningkatan kepuasan kepada pelanggan. Hasil dari perhitungan nilai *Service Quality* (GAP) per kriteria antara persepsi dan harapan dapat dilihat pada tabel 26. dibawah:

Tabel 26 Nilai *Service Quality* (GAP) Per Kriteria Antara Persepsi Dan Harapan Pelanggan

No	Item	Persepsi	Harapan	GAP	Rank
1	Ketepatan waktu berangkat dan waktu tiba	0.758	0.775	-0.017	12
2	Pelayanan pengendara GOJEK yang ramah dan selalu menolong	0.732	0.783	-0.051	28
3	Kehandalan dalam memberikan pelayanan	0.728	0.772	-0.044	21
4	Ketepatan dan kesesuaian waktu dalam memberikan pelayanan	0.733	0.775	-0.042	20
5	Kehandalan pengendara GOJEK dalam mengemudikan kendaraan	0.713	0.801	-0.088	40
6	Pengendara mampu memahami kebutuhan pelanggan	0.738	0.733	0.005	3
7	Pengendara memahami rambu-rambu lalu lintas	0.768	0.728	0.04	2
8	Mampu memahami kebutuhan pelanggan	0.81	0.807	0.003	4
9	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam melayani pesanan pelanggan	0.739	0.778	-0.039	16
10	Pengendara GOJEK menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan pelanggan	0.717	0.781	-0.064	36
11	Kemampu memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0.709	0.785	-0.076	38
12	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam menangani keluhan atau kesulitan pelanggan	0.738	0.783	-0.045	22
13	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam menjawab pertanyaan dari pelanggan	0.724	0.721	0.003	4
14	Merespon dengan cepat kebutuhan pelanggan	0.753	0.755	-0.002	7
15	Adil dalam melayani pelanggan	0.732	0.754	-0.022	13
16	Kesigapan pengendara dalam bekerja	0.756	0.763	-0.007	8
17	Pengendara GOJEK memiliki Pengetahuan dan kecakapan dalam berkendara	0.698	0.753	-0.055	31
18	Pengendara GO-JEK memberikan jaminan keamanan kepada penumpang saat menggunakan jasa GO-JEK	0.722	0.784	-0.062	35
19	Pengendara GO-JEK memberikan jaminan keselamatan kepada penumpang saat menggunakan jasa GO-JEK	0.709	0.755	-0.046	24
20	Tingkat kesopanan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	0.737	0.797	-0.06	34
21	Kemudahan dan kecepatan dalam menghubungi saat dibutuhkan	0.758	0.798	-0.04	17
22	Pengendara mampu menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan	0.732	0.786	-0.054	29
23	Memberikan informasi yang jelas	0.728	0.744	-0.016	11
24	Memberikan pelayanan secara cepat	0.733	0.807	-0.074	37
25	Pengendara GOJEK mudah pada saat dihubungi	0.748	0.803	-0.055	31
26	Pengendara GOJEK mau mengerti kebutuhan pelanggan	0.713	0.772	-0.059	33
27	Pengendara GOJEK bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan penumpang	0.722	0.759	-0.037	15
28	Pengendara memberikan perhatian atas keluhan konsumen	0.732	0.778	-0.046	24
29	Tingkat kesabaran dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen	0.767	0.767	0.000	6
30	Pengendara bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan	0.777	0.788	-0.011	9
31	Peduli dengan keinginan pelanggan	0.733	0.787	-0.054	29
32	Pengendara mengucapkan salam pembuka pada awal pelayanan dan mengucapkan terima kasih diakhir pelayanan	0.760	0.650	0.110	1
33	Kebersihan dan kerapian pengendara	0.725	0.766	-0.041	19
34	Kondisi fisik/kondisi kendaraan yang digunakan oleh pengendara	0.743	0.788	-0.045	22
35	Kelengkapan atribut yang dimiliki	0.772	0.801	-0.029	14

36	Kebersihan kondisi kendaraan	0.751	0.791	-0.04	17
37	Menggunakan sepeda motor yang aman untuk dikendarai	0.717	0.8	-0.083	39
38	Kelengkapan surat berkendara	0.733	0.783	-0.05	27
39	Ketersediaan atribut tambahan untuk berkendara seperti masker atau jas hujan	0.749	0.798	-0.049	26
40	Pengendara menggunakan peralatan canggih	0.783	0.796	-0.013	10

C. Perhitungan nilai *service quality* (gap) per Dimensi antara persepsi dan harapan.

Perhitungan nilai *Service Quality* (GAP) per dimensi antara persepsi dan harapan menunjukkan sejauh mana pihak penyedia jasa transportasi ojek online yaitu Go-Jek telah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan. Peran gap per dimensi memberikan tingkat kepentingan seberapa jauh peran kelima dimensi tersebut dalam memberikan peningkatan kepuasan pelayanan. Hasil dari perhitungan nilai *Service Quality* (GAP) per dimensi antara persepsi dan harapan dapat dilihat pada tabel 4.27

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.27, bahwa Dimensi Empathy (Empati) menempati ranking pertama kemudian Dimensi Reliability (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tangga), Dimensi Tangible (Berwujud) serta di ranking terakhir yaitu Dimensi *Assurance* (Jaminan). Hal ini menunjukkan bahwa Dimensi *Empathy* (Empati) sangat perlu atau diprioritaskan dalam perbaikan.

D. Perhitungan nilai *service quality* (gap) Keseluruhan.

Perhitungan nilai *service quality* (gap) keseluruhan antara persepsi dan harapan pelanggan bertujuan untuk memberikan informasi seberapa besar tingkat kepentingan dan seberapa jauh peran kriteria tersebut dalam memberikan peningkatan kepuasan. Hasil perhitungan nilai *service quality* (gap) keseluruhan antara persepsi dan harapan pelanggan dapat dilihat pada tabel 28.

Tabel 27. Nilai *Service Quality* (GAP) Per Dimensi Antara Persepsi Dan Harapan Pelanggan

No	Kriteria	Persepsi	Harapan	GAP	Rank
Reliability (Keandalan)					
1	Ketepatan waktu berangkat dan waktu tiba	0.758	0.775		
2	Pelayanan pengendara GOJEK yang ramah dan selalu menolong	0.732	0.783		
3	Kehandalan dalam memberikan pelayanan	0.728	0.772		
4	Ketepatan dan kesesuaian waktu dalam memberikan pelayanan	0.733	0.775		
5	Kehandalan pengendara GOJEK dalam mengemudikan kendaraan	0.713	0.801		
6	Pengendara mampu memahami kebutuhan pelanggan	0.738	0.733		
7	Pengendara memahami rambu-rambu lalu lintas	0.768	0.728		
8	Mampu memahami kebutuhan pelanggan	0.81	0.807		
Jumlah		5.980	6.174	-0.194	2

Responsiveness (Daya Tanggap)				
1	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam melayani pesanan pelanggan	0.739	0.778	
2	Pengendara GOJEK menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan pelanggan	0.717	0.781	
3	Kemampu memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0.709	0.785	
4	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam menangani keluhan atau kesulitan pelanggan	0.738	0.783	
5	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam menjawab pertanyaan dari pelanggan	0.724	0.721	
6	Merespon dengan cepat kebutuhan pelanggan	0.753	0.755	
7	Adil dalam melayani pelanggan	0.732	0.754	
8	Kesigapan pengendara dalam bekerja	0.756	0.763	
Jumlah		5.868	6.120	-0.252
Assurance (Jaminan)				
1	Pengendara GOJEK memiliki Pengetahuan dan kecakapan dalam berkendara	0.698	0.753	
2	Pengendara GO-JEK memberikan jaminan keamanan kepada penumpang saat menggunakan jasa GO-JEK	0.722	0.784	
3	Pengendara GO-JEK memberikan jaminan keselamatan kepada penumpang saat menggunakan jasa GO-JEK	0.709	0.755	
4	Tingkat kesopanan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	0.737	0.797	
5	Kemudahan dan kecepatan dalam menghubungi saat dibutuhkan	0.758	0.798	
6	Pengendara mampu menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan	0.732	0.786	
7	Memberikan informasi yang jelas	0.728	0.744	
8	Memberikan pelayanan secara cepat	0.733	0.807	
Jumlah		5.817	6.224	-0.407
Empathy (Empati)				
1	Pengendara GOJEK mudah pada saat dihubungi	0.748	0.803	
2	Pengendara GOJEK mau mengerti kebutuhan pelanggan	0.713	0.772	
3	Pengendara GOJEK bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan penumpang	0.722	0.759	
4	Pengendara memberikan perhatian atas keluhan konsumen	0.732	0.778	
5	Tingkat kesabaran dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen	0.767	0.767	
6	Pengendara bersikap sopan dan ramah	0.777	0.788	
7	Pedulil dengan keinginan pelanggan	0.733	0.787	
8	Pengendara mengucapkan salam pembuka pada awal pelayanan dan mengucapkan terima kasih diakhir pelayanan	0.760	0.65	
Jumlah		5.952	6.104	-0.152
Tangible (Berwujud)				
1	Kebersihan dan kerapian pengendara	0.725	0.766	
2	Kondisi fisik/kondisi kendaraan yang digunakan oleh pengendara	0.743	0.788	
3	Kelengkapan atribut yang dimiliki	0.772	0.801	
4	Kebersihan kondisi kendaraan	0.751	0.791	
5	Menggunakan sepeda motor yang aman untuk dikendarai	0.717	0.8	
6	Kelengkapan surat berkendara	0.733	0.783	
7	Ketersediaan atribut tambahan untuk berkendara seperti masker atau jas hujan	0.749	0.798	
8	Pengendara menggunakan peralatan canggih	0.783	0.796	
Jumlah		5.973	6.323	-0.350

Tabel 28. Nilai *Service Quality* (GAP) Keseluruhan Antara Persepsi Dan Harapan Pelanggan

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap	Rank
1	<i>Reliability</i> (Keandalan)	5.980	6.174	-0.194	2
2	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	5.868	6.12	-0.252	3
3	<i>Assurance</i> (Jaminan)	5.817	6.224	-0.407	5
4	<i>Empathy</i> (Empati)	5.952	6.104	-0.152	1
5	<i>Tangible</i> (Berwujud)	5.973	6.323	-0.350	4
		5.918	6.189	-0.271	

Berdasarkan perhitungan nilai *service quality* (gap) keseluruhan antara persepsi dan harapan pelanggan diatas menunjukkan bahwa semua nilai dari masing-masing dimensi bernilai negatif yang artinya apa yang diharapkan pelanggan belum sesuai dengan apa yang diperoleh pelanggan dari perusahaan penyedia jasa Ojek *Online* yaitu Go-Jek.

III. ANALISIS

Analisis pada penelitian ini dilakukan dengan menjelaskan hasil pengolahan data yang telah penulis kumpulkan. Analisis terdiri dari Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Perhitungan *Fuzzyfikasi* Persepsi dan Harapan Pelanggan, Perhitungan *Service Quality* (Gap) Per Kriteria dan Per Dimensi serta Perhitungan *Service Quality* (Gap) Keseluruhan yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa ojek online Go-Jek dengan berdasarkan pada penilaian 5 dimensi kepuasan pelanggan diantaranya *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati) serta *Tangible* (Berwujud) dengan menggunakan metode *Fuzzy Service Quality*.

1. Analisis Uji Validitas

Uji Validitas merupakan suatu uji yang wajib dilakukan untuk mengukur kevalidan suatu instrumen kuesioner yang dilakuakn penulis untuk memperoleh data dari responden.

Berdasarkan Pada hasil perhitungan uji validitas pada tabel 4.1 sampai tabel 4.5 yang dilakukan pada bab sebelumnya terhadap persepsi dan harapan pelanggan yang mengacu pada lima dimensi kepuasan pelanggan yaitu *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati) serta *Tangible* (Berwujud) dengan total keseluruhan terdapat 40 item pertanyaan yang masing-masing dimensi memiliki 8 item pertanyaan, maka didapatkan hasil uji validatas dari setiap item dinyatakan valid dikarenakan nilai *r* hitung yang diperoleh oleh masing-masing item lebih besar dari pada nilai *r* tabel dengan demikian item-item tersebut akurat dan bisa digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut.

2. Analisis Uji Reliabilitas

Uji Realibilitas berfungsi untuk mengetahui tingkat kekonsistensian angket yang digunakan oleh peneliti sehingga angket tersebut dapat diandalkan. Uji Realibilitas mengacu pada *Alpha Cronbach's*, dasar pengambilan keputusan dalam Uji Realibilitas adalah jika nilai Alpha lebih besar dari *r* tabel atau alpha lebih besar dari nilai minimum *Cronbach's Alpha* yaitu sebesar 0.06.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.6 sampai pada tabel 4.15 yang dilakukan pada bab sebelumnya terhadap persepsi dan harapan pelanggan yang mengacu pada lima dimensi kepuasan pelanggan yaitu *Reliability* (Keandalan),

Responsiveness (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati) serta *Tangible* (Berwujud) didapatkan hasil bahwa setiap dimensi berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan dinyatakan reliabel karena *Cronbach's Alpha* yang didapat oleh masing-masing dimensi melebihi angka minimal *Cronbach's Alpha* sebesar 0,6 sehingga penelitian bisa

3. Analisis Perhitungan *Fuzzyfikasi* dan *Defuzzyfikasi* Persepsi Dan Harapan Pelanggan.

A. Analisis Perhitungan *Fuzzyfikasi* dan *Defuzzyfikasi* Persepsi Pelanggan.

Pada Tahap perhitungan *Fuzzyfikasi* yang pertama dilakukan yaitu menentukan himpunan *Fuzzyfikasi* (*Fuzzy Set*) untuk menentukan skor yang harus diberikan oleh responden untuk setiap kriteria yang diajukan dalam kuesioner. cara penentuan seperti terlihat pada gambar tabel 4.12 penentuan nilai *Fuzzy set* untuk persepsi pelanggan. Dengan variabel linguistik pada persepsi pelanggan terdiri dari TB (Tidak Baik) bernilai (0;0;0,25), KB (Kurang Baik) bernilai (0;0,25;0,5), CB (Cukup Baik) bernilai (0,25;0,5;0,75), B (Baik) bernilai (0,5;0,75;1, serta SB (Sangat Baik) bernilai (0,75;1;1).

Setelah dilakukannya himpunan *Fuzzyfikasi* (*Fuzzy Set*) selanjutnya dilakukan perhitungan *Fuzzyfikasi* dengan menggunakan metode *centroid* untuk menentukan nilai rata-rata, a (nilai *Fuzzyfikasi* batas bawah), nilai b (nilai *Fuzzyfikasi* batas tengah) serta nilai c (nilai *Fuzzyfikasi* batas atas).

Pada tabel 4.16 Hasil *Fuzzyfikasi*, *Defuzzyfikasi* dan *rank* dimensi *Reliability* (Keandalan) diketahui nilai *fuzzyfikasi* yang paling tinggi yaitu item 8 atau pertanyaan 8 dengan nilai a sebesar 0.585, nilai b sebesar 0.8375 dan nilai c sebesar 1.0075 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.810 berada pada rank 1. sedangkan nilai *fuzzyfikasi* paling rendah terdapat pada item 5 atau pertanyaan 5 dengan nilai a sebesar 0.465, nilai b sebesar 0.715, dan nilai c sebesar 0.9575 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.713 berada pada rank 8.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang harus menjadi perhatian dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan yaitu item 8 pada rank 1.

Pada tabel 4.17 Hasil *Fuzzyfikasi*, *Defuzzyfikasi* dan *rank* dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap) diketahui nilai *fuzzyfikasi* yang paling tinggi yaitu item 8 atau pertanyaan 8 dengan nilai a sebesar 0.518, nilai b sebesar 0.768 dan nilai c sebesar 0.983 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.756 berada pada rank 1. sedangkan nilai *fuzzyfikasi* paling rendah terdapat pada item 3 atau pertanyaan 3 dengan nilai a sebesar 0.460, nilai b sebesar 0.710, dan nilai c sebesar 0.958 dengan

nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.709 berada pada rank 8.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang harus menjadi perhatian dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan yaitu item 8 pada rank 1.

Pada tabel 4.18 Hasil *Fuzzyfikasi*, *Defuzzyfikasi* dan *rank* dimensi *Assurance* (Jaminan) diketahui nilai *fuzzyfikasi* yang paling tinggi yaitu item 5 atau pertanyaan 5 dengan nilai a sebesar 0.525, nilai b sebesar 0.0.775 dan nilai c sebesar 0.975 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.758 berada pada rank 1. sedangkan nilai *fuzzyfikasi* paling rendah terdapat pada item 1 atau pertanyaan 1 dengan nilai a sebesar 0.500, nilai b sebesar 0.0.701, dan nilai c sebesar 0.894 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.698 berada pada rank 8.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang harus menjadi perhatian dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan yaitu item 5 pada rank 1.

Pada tabel 4.19 Hasil *Fuzzyfikasi*, *Defuzzyfikasi* dan *rank* dimensi *Empathy* (Empati) diketahui nilai *fuzzyfikasi* yang paling tinggi yaitu item 6 atau pertanyaan 6 dengan nilai a sebesar 0.5475, nilai b sebesar 0.7975 dan nilai c sebesar 0.985 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.777 berada pada rank 1. sedangkan nilai *fuzzyfikasi* paling rendah terdapat pada item 2 atau pertanyaan 2 dengan nilai a sebesar 0.465, nilai b sebesar 0.715, dan nilai c sebesar 0.9575 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.713 berada pada rank 8.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang harus menjadi perhatian dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan yaitu item 6 pada rank 1.

Pada tabel 4.20 Hasil *Fuzzyfikasi*, *Defuzzyfikasi* dan *rank* dimensi *Tangible* (Berwujud) diketahui nilai *fuzzyfikasi* yang paling tinggi yaitu item 8 atau pertanyaan 8 dengan nilai a sebesar 0.555, nilai b sebesar 0.805 dan nilai c sebesar 0.990 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.783 berada pada rank 1. sedangkan nilai *fuzzyfikasi* paling rendah terdapat pada item 5 atau pertanyaan 5 dengan nilai a sebesar 0.470, nilai b sebesar 0.720, dan nilai c sebesar 0.960 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.717 berada pada rank 8. Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang harus menjadi perhatian dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan yaitu item 8 pada rank 1.

B. Analisis Perhitungan *Fuzzyfikasi* dan *Defuzzyfikasi* Harapan pelanggan

Pada Tahap perhitungan *Fuzzyfikasi* yang pertama dilakukan yaitu menentukan himpunan *Fuzzyfikasi* (*Fuzzy Set*) untuk menentukan skor yang harus diberikan oleh responden untuk setiap kriteria yang diajukan dalam kuesioner. Cara penentuan seperti terlihat pada gambar tabel 4.13

penentuan nilai *Fuzzy set* untuk harapan pelanggan. Dengan variabel linguistik pada persepsi pelanggan terdiri dari TP (Tidak Penting), bernilai (0;0;0,25), KP (Kurang Penting) bernilai (0;0,25;0,5), CP (Cukup Penting) bernilai (0,25;0,5;0,75), P (Penting) bernilai (0,5;0,75;1), serta SP (Sangat Penting) bernilai (0,75;1;1).

Setelah dilakukannya himpunan *Fuzzyfikasi* (*Fuzzy Set*) selanjutnya dilakukan perhitungan *Fuzzifikasi* dengan menggunakan metode centroid untuk menentukan nilai rata-rata, a (nilai *Fuzzyfikasi* batas bawah), nilai b (nilai *Fuzzyfikasi* batas tengah) serta nilai c (nilai *Fuzzyfikasi* batas atas).

Pada tabel 4.21 Hasil *Fuzzyfikasi*, *Defuzzyfikasi* dan *rank* dimensi *Reliability* (Keandalan) diketahui nilai *fuzzyfikasi* yang paling tinggi yaitu item 8 atau pertanyaan 8 dengan nilai a sebesar 0.585, nilai b sebesar 0.8375 dan nilai c sebesar 1.000 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.807 berada pada rank 1. sedangkan nilai *fuzzyfikasi* paling rendah terdapat pada item 7 atau pertanyaan 7 dengan nilai a sebesar 0.483, nilai b sebesar 0.733, dan nilai c sebesar 0.968 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.728 berada pada rank 8. Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang harus menjadi perhatian dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan yaitu item 8 pada rank 1.

Pada tabel 4.22 Hasil *Fuzzyfikasi*, *Defuzzyfikasi* dan *rank* dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap) diketahui nilai *fuzzyfikasi* yang paling tinggi yaitu item 3 atau pertanyaan 3 dengan nilai a sebesar 0.553, nilai b sebesar 0.803 dan nilai c sebesar 0.785 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.785 berada pada rank 1. sedangkan nilai *fuzzyfikasi* paling rendah terdapat pada item 5 atau pertanyaan 5 dengan nilai a sebesar 0.525, nilai b sebesar 0.775, dan nilai c sebesar 0.863 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.721 berada pada rank 8. Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang harus menjadi perhatian dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan yaitu item 3 pada rank 1.

Pada tabel 4.23 Hasil *Fuzzyfikasi*, *Defuzzyfikasi* dan *rank* dimensi *Assurance* (Jaminan) diketahui nilai *fuzzyfikasi* yang paling tinggi yaitu item 8 atau pertanyaan 8 dengan nilai a sebesar 0.585, nilai b sebesar 0.835 dan nilai c sebesar 1.000 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.807 berada pada rank 1. sedangkan nilai *fuzzyfikasi* paling rendah terdapat pada item 7 atau pertanyaan 7 dengan nilai a sebesar 0.503, nilai b sebesar 0.753, dan nilai c sebesar 0.975 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.744 berada pada rank 8. Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang harus menjadi perhatian dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan yaitu item 8 pada rank 1.

Pada tabel 4.24 Hasil *Fuzzyfikasi*, *Defuzzyfikasi* dan *rank* dimensi *Empathy* (Empati) diketahui nilai *fuzzyfikasi* yang paling tinggi yaitu item 1 atau pertanyaan 1 dengan nilai a sebesar 0.5875, nilai b sebesar 0.8375 dan nilai c sebesar 0.985 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.803 berada pada rank 1. sedangkan nilai *fuzzyfikasi* paling rendah terdapat pada item 8 atau pertanyaan 8 dengan nilai a sebesar 0.4325, nilai b sebesar 0.6525, dan nilai c sebesar 0.865 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.650 berada pada rank 8.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang harus menjadi perhatian dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan yaitu item 1 pada rank 1.

Pada tabel 4.25 Hasil *Fuzzyfikasi*, *Defuzzyfikasi* dan *rank* *Tangible* (Berwujud) diketahui nilai *fuzzyfikasi* yang paling tinggi yaitu item 3 atau pertanyaan 3 dengan nilai a sebesar 0.578, nilai b sebesar 0.828 dan nilai c sebesar 0.998 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.801 berada pada rank 1. sedangkan nilai *fuzzyfikasi* paling rendah terdapat pada item 1 atau pertanyaan 1 dengan nilai a sebesar 0.530, nilai b sebesar 0.776, dan nilai c sebesar 0.992 dengan nilai *defuzzyfikasi* sebesar 0.766 berada pada rank 8.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang harus menjadi perhatian dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan yaitu item 3 pada rank 1.

4. Analisis Perhitungan *Service Quality* (Gap) Per Kriteria Dan Per Dimensi.
 - A. Analisis Perhitungan *Service Quality* (Gap) Per Kriteria.

Perhitungan nilai *Service Quality* (GAP) per kriteria antara persepsi dan harapan menunjukkan sejauh mana pihak penyedia jasa transportasi ojek online yaitu Go-Jek telah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan dan memberikan tingkat kepentingan seberapa jauh peran kriteria tersebut dalam peningkatan kualitas pelayanan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan dinyatakan dengan nilai gap, gap (+) akan diperoleh apabila skor persepsi lebih besar dari skor harapan maka pelanggan dianggap sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan, sedangkan gap (-) akan diperoleh apabila skor harapan lebih besar dari skor persepsi maka pelanggan kurang atau tidak puas terhadap pelayanan yangdiberikan.

Pada gambar tabel 26. nilai *service quality* (gap) per kriteria antara persepsi dan harapan pelanggan terdapat nilai gap yang bernilai positif yaitu sebagai berikut:

No	Item	Persepsi	Harapan	GAP	Rank
1	Pengendara mengucapkan salam pembuka pada awal pelayanan dan mengucapkan terima kasih diakhir pelayanan	0.76	0.65	0.110	1
2	Pengendara memahami rambu-rambu lalu lintas	0.768	0.728	0.040	2
3	Pengendara mampu memahami kebutuhan pelanggan	0.738	0.733	0.005	3
4	Mampu memahami kebutuhan pelanggan	0.81	0.807	0.003	4
5	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam menjawab pertanyaan dari pelanggan	0.724	0.721	0.003	4
6	Tingkat kesabaran dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen	0.767	0.767	0.000	6

Dari data diatas terdapat 6 kriteria yang bernilai positif (+) nilai gap tertinggi yaitu pada item 1 sebesar 0.110, maka dapat diartikan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pengendara ojek online Go-Jek. sedangkan untuk kriteria yang bernilai negatif (-) yaitu sebagai berikut:

No	Item	Persepsi	Harapan	GAP	Rank
1	Ketepatan waktu berangkat dan waktu tiba	0.758	0.775	-0.017	12
2	Pelayanan pengendara GOJEK yang ramah dan selalu menolong	0.732	0.783	-0.051	28
3	Kehandalan dalam memberikan pelayanan	0.728	0.772	-0.044	21
4	Ketepatan dan kesesuaian waktu dalam memberikan pelayanan	0.733	0.775	-0.042	20
5	Kehandalan pengendara GOJEK dalam mengemudikan kendaraan	0.713	0.801	-0.088	40
6	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam melayani pesanan pelanggan	0.739	0.778	-0.039	16
7	Pengendara GOJEK menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan pelanggan	0.717	0.781	-0.064	36
8	Kemampu memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0.709	0.785	-0.076	38
9	Pengendara GOJEK cepat tanggap dalam menangani keluhan atau kesulitan pelanggan	0.738	0.783	-0.045	22
10	Merespon dengan cepat kebutuhan pelanggan	0.753	0.755	-0.002	7
11	Adil dalam melayani pelanggan	0.732	0.754	-0.022	13
12	Kesigapan pengendara dalam bekerja	0.756	0.763	-0.007	8
13	Pengendara GOJEK memiliki pengetahuan dan kecakapan dalam berkendara	0.698	0.753	-0.055	31
14	Pengendara GO-JEK memberikan jaminan keamanan kepada penumpang saat menggunakan jasa GO-JEK	0.722	0.784	-0.062	35
15	Pengendara GO-JEK memberikan jaminan keselamatan kepada penumpang saat menggunakan jasa GO-JEK	0.709	0.755	-0.046	24

16	Tingkat kesopanan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	0.737	0.797	-0.06	34
17	Kemudahan dan kecepatan dalam menghubungi saat dibutuhkan	0.758	0.798	-0.04	17
18	Pengendara mampu menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan	0.732	0.786	-0.054	29
19	Memberikan informasi yang jelas	0.728	0.744	-0.016	11
20	Memberikan pelayanan secara cepat	0.733	0.807	-0.074	37
21	Pengendara GOJEK mudah pada saat dihubungi	0.748	0.803	-0.055	31
22	Pengendara GOJEK mau mengerti kebutuhan pelanggan	0.713	0.772	-0.059	33
23	Pengendara GOJEK bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan penumpang	0.722	0.759	-0.037	15
24	Pengendara memberikan perhatian atas keluhan konsumen	0.732	0.778	-0.046	24
25	Pengendara bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan	0.777	0.788	-0.011	9
26	Peduli dengan keinginan pelanggan	0.733	0.787	-0.054	29
27	Kebersihan dan kerapuhan pengendara	0.725	0.766	-0.041	19
28	Kondisi fisik/kondisi kendaraan yang digunakan oleh pengendara	0.743	0.788	-0.045	22
29	Kelengkapan atribut yang dimiliki	0.772	0.801	-0.029	14
30	Kebersihan kondisi kendaraan	0.751	0.791	-0.04	17
31	Menggunakan sepeda motor yang aman untuk dikendarai	0.717	0.8	-0.083	39
32	Kelengkapan surat berkendara	0.733	0.783	-0.05	27
33	Ketersediaan atribut tambahan untuk berkendara seperti masker atau jas hujan	0.749	0.798	-0.049	26
34	Pengendara menggunakan peralatan canggih	0.783	0.796	-0.013	10

Berdasarkan data diatas terdapat 34 kriteria yang bernilai negative (-). Gap negatif (-) yang paling tinggi yaitu pada item ke 5 yaitu kehandalan pengendara Go-Jek dalam mengemudikan kendaraan sebesar -0.088 pada ranking 40 , sedangkan yang paling rendah pada item ke 10 yaitu merespon dengan cepat kebutuhan pelanggan sebesar -0.002 pada ranking 7. Hal tersebut dapat diartikan bahwa disetiap kriteria memerlukan perbaikan.

Proses perbaikan dilakukan dari ranking tertinggi atau nilai gap tertinggi, berikut 5 kriteria yang diprioritaskan dalam melakukan perbaikan:

No	Item	Persepsi	Harapan	GAP	Rank
1	Kehandalan pengendara GOJEK dalam mengemudikan kendaraan	0.713	0.801	-0.088	40
2	Menggunakan sepeda motor yang aman untuk dikendarai	0.717	0.8	-0.083	39
3	Kemampu memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0.709	0.785	-0.076	38
4	Memberikan pelayanan secara cepat	0.733	0.807	-0.074	37
5	Pengendara GOJEK menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan pelanggan	0.717	0.781	-0.064	36

Dari urutan 5 kriteria diatas perlu mendapat perhatian dari pihak perusahaan Go-Jek sendiri, karena berdasarkan hasil perhitungan diatas 5 kriteria tersebut dirasakan kurang oleh pelanggan. Apabila pihak perusahaan Go-Jek tidak segera melakukan proses perbaikan maka kemungkinan pelanggan akan berpindah menggunakan jasa transportasi ojek online yang lain.

B. Analisis Perhitungan *Service Quality* (Gap) Per Dimensi.

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.27, bahwa Dimensi *Empathy* (Empati) menempati rangking pertama dengan nilai gap sebesar -0.152, kemudian Dimensi *Reliability* (Keandalan) pada rangking ke 2 dengan nilai Gap sebesar -0.252, Dimensi *Responsiveness* (Daya Tangga) pada rangking ke 3 dengan nilai Gap sebesar -0.252, Dimensi *Tangible* (Berwujud) pada rangking ke 4 dengan nilai Gap sebesar -0.350 serta di rangking terakhir yaitu Dimensi *Assurance* (Jaminan) dengan nilai Gap sebesar -0.407

Dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa kriteria-kriteria dalam Dimensi *Empathy* (Empati) sangat perlu diperhatikan dan diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan.

5. Analisis Perhitungan *Service Quality* (Gap) Keseluruhan

Perhitungan nilai *service quality* (gap) keseluruhan antara persepsi dan harapan pelanggan bertujuan untuk memberikan informasi seberapa besar tingkat kepentingan dan seberapa jauh peran kriteria tersebut dalam memberikan peningkatan kepuasan pelanggan.

Pada tabel 4.28 Nilai *Service Quality* (GAP) Keseluruhan Antara Persepsi Dan Harapan Pelanggan didapatkan output sebagai berikut: Dimensi *Reliability* untuk nilai persepsi pelanggan sebesar 5.980 sedangkan nilai harapan pelanggan sebesar 6.174 dengan nilai Gap sebesar -0.194 pada rangking 2, Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap) untuk nilai persepsi pelanggan sebesar 5.868 sedangkan nilai harapan pelanggan sebesar 6.120 dengan nilai Gap sebesar -0.252 pada rangking 3, Dimensi *Assurance* (Jaminan) untuk nilai persepsi pelanggan sebesar 5.817 sedangkan nilai harapan pelanggan sebesar 6.224 dengan nilai Gap sebesar -0.407 pada rangking 5, Dimensi *Empathy* (Empati) untuk nilai persepsi pelanggan sebesar 5.952 sedangkan nilai harapan pelanggan sebesar 6.104 dengan nilai Gap sebesar -0.152 pada rangking 1, Dimensi *Tangible* (Berwujud) untuk nilai persepsi pelanggan sebesar 5.973 sedangkan nilai harapan pelanggan sebesar 6.323 dengan nilai Gap sebesar -0.350 pada rangking 4.

Berdasarkan perhitungan nilai *service quality* (gap) keseluruhan antara persepsi dan harapan pelanggan diatas menunjukkan bahwa semua nilai dari masing-masing dimensi bernilai negatif (-) yang artinya apa yang diharapkan pelanggan belum sesuai dengan apa yang diperoleh pelanggan dari perusahaan penyedia jasa dan yang diberikan pengemudi Ojek *Online* yaitu Go-Jek.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah disampaikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yaitu:

- a. Dari hasil penelitian dan pengolahan dengan metode *fuzzy service quality* yang dilakukan antara persepsi dan harapan yang didasarkan pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *realibility* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti terukur), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap) didapatkan bahwa secara umum dari masing-masing dimensi memiliki nilai gap (kesenjangan) bernilai negatif dikarenakan nilai harapan lebih besar dari pada nilai pelanggan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa pelanggan kurang atau tidak puas terhadap pelayanan yang selama ini diberikan oleh pihak Go-Jek dan masih perlu dilakukannya perbaikan supaya pelanggan tidak beralih ke ojek *online* lainnya.

Adapun kriteria dari masing-masing dimensi pengukuran kualitas pelayanan yang diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan dari semua dimensi dilihat dari nilai gap (kesenjangan) antara persepsi dan harapan pelanggan tertinggi serta dilihat dari urutan rank tertinggi yaitu kehandalan pengemudi Go-Jek dalam mengemudi kendaraan dengan gap -0,088 pada rank 40, menggunakan sepeda motor yang aman dikendarai dengan gap -0,083 pada rank 39, kemampuan memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan gap -0,076 pada rank 37, memberikan pelayanan secara cepat dengan gap -0,074 pada rank 36, pengemudi Go-Jek menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan pelanggan dengan gap -0,064 pada rank 3.

- b. Dari hasil penelitian dan pengolahan Persepsi dan harapan pelanggan yang dibahas pada bab sebelumnya, pelayanan yang diterima selama menggunakan jasa ojek *online* Go-Jek secara keseluruhan lebih rendah dari pada apa yang diharapkan.

Pada dimensi *Reliability* (Kehandalan) yaitu kehandalan pengemudi Go-Jek dalam mengemudi kendaraan di dapatkan nilai persepsi sebesar 0.713 sedangkan untuk nilai harapan pelanggan sebesar 0.801 dengan selisih gap sebesar -0.088 yang berada pada rank ke-40. Hasil tersebut menunjukkan pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

c. Tingkat Kesenjangan (gap) antara persepsi dan harapan pelanggan per kriteria yang paling tinggi terdapat pada dimensi *Reliability* (Kehandalan) yaitu kehandalan pengemudi Go-Jek dalam mengemudikan kendaraan sebesar -0.088 pada rank ke-40 yang artinya kriteria tersebut yang banyak dikeluhkan pelanggan sehingga harus diprioritaskan dalam perbaikan sedangkan untuk nilai gap yang paling rendah pada dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap) yaitu merespon dengan cepat kebutuhan pelanggan sebesar -0.002 rank ke-7 yang berarti kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik. Semakin kecil nilai kesenjangan (gap) maka kualitas pelayanan dinilai semakin baik.

Tingkat kesenjangan (gap) per dimensi didapatkan nilai tertinggi yaitu dimensi *Assurance* (Jaminan) dengan nilai gap sebesar -0.407 pada rank ke-5, serta nilai yang paling rendah yaitu dimensi *Empathy* (Empati) dengan nilai gap sebesar -0.152 pada rank ke-1. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kriteria-kriteria dalam Dimensi *Assurance* (Jaminan) sangat perlu atau diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan.

Berdasarkan perhitungan nilai *service quality* (gap) keseluruhan antara persepsi dan harapan pelanggan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa semua nilai dari masing-masing dimensi bernilai negatif yang artinya apa yang diharapkan pelanggan belum sesuai dengan apa yang diperoleh pelanggan dari perusahaan penyedia jasa dan pengemudi Ojek Online yaitu Go-Jek.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan transportasi Ojek Online Go-Jek Menggunakan Metode *Fuzzy Service Quality* berdasarkan pada 5 dimensi yaitu *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti terukur), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap), maka ada beberapa saran yang penulis berikan:

- a. Hal pertama yang harus dilakukan pihak Go-Jek yaitu meningkatkan kepuasan pelayanan pelanggan dengan cara memperbaiki pelayanan yang sudah ada supaya pelanggan tidak berpindah ke jasa ojek online lain.
- b. Dalam meningkatkan kepuasan pelayanan hendaknya pihak Go-Jek memprioritaskan perbaikan pelayanan pada kriteria yang memiliki nilai gap (Kesenjangan) yang paling

tinggi atau yang prioritaskan untuk segera dilakukan perbaikan. Adapun kriteria yang harus segera dilakukannya perbaikan berdasarkan pada penelitian yang dilakukan penulis sebagai berikut:

- 1) Kehandalan pengemudi Go-Jek dalam mengemudikan kendaraan.
- 2) Menggunakan sepeda motor yang aman untuk dikendarai.
- 3) Kemampuan memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- 4) memberikan pelayanan secara cepat.
- 5) Pengemudi Go-jek menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan pelanggan.

V. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ali, Hasan. 2013. Marketing dan Kasus-kasus Pilihan, CAPS, Jakarta.
- [2] Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers
- [3] Alma, Buchari. 2004. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta, cv.
- [4] Brysland, A. dan Curry, A. (2001). "Service improvements in public services using Servqual", *Managing Service Quality*, Vol. 11 (6), pp. 389-401. Diakses 26 April 2019 jam 16:00
- [5] Danang, Sunyoto. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. CAPS : Yogyakarta
- [6] J. Supranto. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [7] Khotler, Philip dan Keller Lane Kevin. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- [8] Kusumadewi, Sri. 2002. Analisis dan Desain Fuzzy Menggunakan Toolbox Matlab. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [9] Kusumadewi, S. & Purnomo, H. (2013). Aplikasi logika fuzzy untuk pendukung keputusan. Ed 2. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [10] Mutiara, Rahmi. 2018. Pengaruh kualitas sistem dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi gojek online pada mahasiswa UMS. Skripsi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Diakses 26 April 2019 jam 16:30
- [11] Oentoro, Deliyanti. 2010. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.

-
- [12] Sugianto Jimmy, Sugiharto Sugiono. 2013. Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price Terhadap Kepuasan pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol 1, No 2, 1-10. Diakses 26 April 2019 jam 17.00
- [13] Sugiyono. 2007. Statistika Penelitian. Bandung: CV ALFABETA.
- [14] Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, pemasaran strategik. Yogyakarta: Andi.
- [15] Tjiptono, Fandy. 2012. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- [16] Umar, Husein. 2000. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [17] Parasuraman, A, Valerie A. Zeithaml, Leonard L. Berry. 1998 SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality. Journal Of Retailing Vol. 64 No. 1, pp 12-37. 27 April 2019 jam 10:00

