

# Analisis Pengaruh Manajemen Mutu terhadap Kualitas Layanan dalam Transportasi Gojek

*by Pradnya Paramitha*

---

**Submission date:** 14-Jun-2024 11:26AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2402215910

**File name:** Wawasan\_vol\_2\_no\_3\_July\_2024\_hal\_68-79.pdf (297.97K)

**Word count:** 3865

**Character count:** 25555



## Analisis Pengaruh Manajemen Mutu terhadap Kualitas Layanan dalam Transportasi Gojek

Pradnya Paramitha<sup>1\*</sup>, Elsha Angelita<sup>2</sup>, Matthew Natanael Riung<sup>3</sup>, Aura Salsabillah Dwi Clandestine<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Mahasiswa D4 MPLM, Universitas Negeri Jakarta

Email: [pradnya.paramitha@mhs.unj.ac.id](mailto:pradnya.paramitha@mhs.unj.ac.id)<sup>1</sup>, [elsha.angelita@mhs.unj.ac.id](mailto:elsha.angelita@mhs.unj.ac.id)<sup>2</sup>, [matthew.natanael.riung@mhs.unj.ac.id](mailto:matthew.natanael.riung@mhs.unj.ac.id)<sup>3</sup>, [aura.salsabillah.dwi@mhs.unj.ac.id](mailto:aura.salsabillah.dwi@mhs.unj.ac.id)<sup>4</sup>

12

Jl. Rawamangun Muka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220. Email: [humas@unj.ac.id](mailto:humas@unj.ac.id). T<sup>16</sup>: (021) 4898486.

\*Korespondensi penulis: [pradnya.paramitha@mhs.unj.ac.id](mailto:pradnya.paramitha@mhs.unj.ac.id)

**Abstract:** This article explores the relationship between quality management and service quality at Gojek, a pioneer of online transportation services in Indonesia. Through a quantitative survey, data was collected from 35 Gojek users using an online questionnaire. The analysis results show a positive and significant correlation between quality management and Gojek's service quality. This is evidenced by the majority of respondents expressing their satisfaction with Gojek's services, especially in terms of ease and efficiency, driver friendliness and safety, and practical payment methods. Gojek's success in building a positive brand image and its commitment to meeting user needs also contribute to high service quality.

**Keywords:** Quality management, Service Quality, Gojek, Online transportation services

**Abstrak:** Artikel ini mengeksplorasi hubungan antara manajemen mutu dan kualitas layanan di Gojek, pelopor layanan transportasi online di Indonesia. Melalui survei kuantitatif, data dikumpulkan dari 35 pengguna Gojek menggunakan kuesioner online. Hasil analisis menunjukkan korelasi positif dan signifikan antara manajemen mutu dan kualitas layanan Gojek. Hal ini dibuktikan dengan mayoritas responden yang mengungkapkan kepuasan mereka terhadap layanan Gojek, terutama terkait kemudahan dan efisiensi, keramahan dan keselamatan pengemudi, serta metode pembayaran yang praktis. Kesuksesan Gojek dalam membangun citra merek yang positif dan komitmennya untuk memenuhi kebutuhan pengguna turut berkontribusi pada kualitas layanan yang tinggi.

**Kata kunci:** Manajemen mutu, Kualitas layanan, Gojek, Layanan transportasi online

### PENDAHULUAN

Transportasi menjadi salah satu bidang ataupun kebutuhan yang sangat dibutuhkan untuk membantu mobilitas manusia menjadi efisien. Peran sektor transportasi sebagai urat nadi dalam pembangunan nasional membawa konsekuensi sektor transportasi merupakan bagian yang dominan dalam pembangunan di bidang politik, ekonomi, sosial, budaya dan pertahanan keamanan (Maulana & Sahara, 2023). "Transportasi berasal dari kata Latin yaitu *transportare*, dimana *trans* berarti seberang atau sebelah lain dan *portare* berarti mengangkut atau membawa. Jadi transportasi berarti mengangkut atau membawa (sesuatu) ke sebelah lain atau dari suatu tempat ke tempat lainnya." (Perencanaan Wilayah dan Kota et al., 2019). Transportasi merupakan suatu sistem yang terdiri dari sarana dan prasarana yang didukung oleh tata laksana dan sumber daya manusia membentuk jaringan prasarana dan jaringan pelayanan, Untuk itulah diperlukan transportasi yang dapat memberikan rasa nyaman, dan aman bagi para penggunanya (D. Y. Siti Sahara, 2021).

Received Mei 12, 2024; Accepted Juni 14, 2024; Published Juli 31, 2024

\* Pradnya Paramitha, [pradnya.paramitha@mhs.unj.ac.id](mailto:pradnya.paramitha@mhs.unj.ac.id)

<sup>4</sup> Menurut (Tamin, 2008), transportasi adalah suatu sistem yang terdiri atas sarana dan prasarana sistem pelayanan yang memungkinkan adanya pergerakan ke seluruh wilayah sehingga bisa terakomodasi mobilitas penduduknya, pergerakan tersebut dimungkinkan untuk barang dengan akses ke semua wilayah, transportasi adalah alat yang digunakan oleh manusia untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Sehingga dapat dipahami bahwa transportasi adalah serangkaian kegiatan yang memiliki satu tujuan, yaitu <sup>24</sup> memindahkan suatu barang ataupun orang dari satu tempat ke tempat lainnya. Transportasi memudahkan tugas manusia untuk berpindah agar efektif dan efisien sehingga mobilitas dapat berjalan dengan waktu yang singkat. Di Indonesia tercatat terjadinya kemajuan dan peningkatan sarana dan prasarana logistik. Hal ini ditandai dengan banyaknya bidang usaha di bidang transportasi (R. J. S. Siti Sahara, 2022).

<sup>10</sup> Adapun inovasi yang terjadi pada masa kini yaitu kombinasi dari profesi ojek dan internet/online. Kata *online* berasal dari kata *on* dan *line*. *On* artinya hidup, *line* artinya saluran. Pengertian *online* adalah keadaan komputer yang terkoneksi atau terhubung ke jaringan internet. Gojek menjadi salah satu aplikasi ojek *online* peringkat pertama dengan pengunduhan 1,36 juta pada tahun 2022 dan 957 ribu pengunduh pada tahun 2023 (Santika, 2024). Dengan banyaknya pengguna aplikasi ojek *online* ini, pastinya memiliki beberapa faktor salah satunya adalah dari kualitas layanannya.

<sup>5</sup> "Penyedia layanan wajib mematuhi standar layanan minimum. Standar-standar ini mencakup pedoman untuk manajemen layanan dan penilaian kualitas layanan, serta standar untuk layanan yang mudah, cepat, dan efektif, serta layanan yang berkualitas tinggi, dengan harga terjangkau, dan dapat diukur." (Deary T. N. G & Sahara, 2023). Dengan keberadaan transportasi umum yang memadai memiliki dampak signifikan terhadap perilaku masyarakat, khususnya dalam hal loyalitas dan kepuasan pelanggan (Sahara et al., 2021). "Kepuasan pelanggan adalah bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai pelanggan. Karena terciptanya kepuasan pelanggan berarti memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik atau terciptanya kepuasan pelanggan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga timbul minat dari pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan tersebut." (Rio Sasongko & Penulis, 2021).

<sup>6</sup> Menurut (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2021), kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang

dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya. Sehingga dapat di pahami bahwa dengan hasil kerja, mutu, dan kualitas dari suatu produk ataupun layanan sangat berpengaruh untuk penilaian *customer* dari tingkat kepuasan yang didapat. Penelitian ini membahas tentang kualitas layanan fitur ojek *online*, pada aplikasi Gojek. Bagaimana respon *customer* dengan pelayanan jasa yang diberikan, dan fitur yang disediakan aplikasi. Apakah fitur dan pelayanan dan pengalaman yang diberikan sudah sama dengan pengguna lainnya. Kemudian apakah layanan yang diberikan kepada pengguna sudah memberikan kepuasan kepada *customer*.

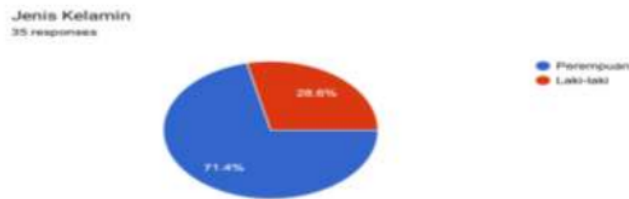
## METODOLOGI

Studi ini menemukan bahwa kualitas layanan dari aplikasi ojek *online* Gojek menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan *customer*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan statistik diagram untuk menganalisis data yang dikumpulkan dari kuesioner yang disebarakan kepada 35 orang pengguna Gojek. Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016). Selain data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner kepada 35 orang pengguna Gojek, studi ini juga memanfaatkan data hasil studi litelatur dari berbagai sumber. Data litelatur ini digunakan sebagai referensi dan validasi terhadap data primer yang dikumpulkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen mutu memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas layanan dalam transportasi Gojek. Sebagai perusahaan teknologi transportasi terkemuka di Indonesia, Gojek harus memastikan bahwa layanannya memenuhi standar kualitas yang tinggi untuk memuaskan pelanggan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Dalam konteks transportasi Gojek, manajemen mutu melibatkan perencanaan yang matang untuk menetapkan standar kualitas layanan, pengendalian yang ketat untuk memantau kinerja mitra pengemudi dan layanan, jaminan mutu melalui penerapan standar operasional yang ketat dan pelatihan yang berkualitas, serta upaya terus-menerus dalam meningkatkan kualitas layanan melalui umpan balik pelanggan dan inovasi. Dengan implementasi sistem manajemen mutu yang terstruktur, Gojek dapat memastikan konsistensi, keandalan, dan kepuasan pelanggan dalam layanan transportasinya. Upaya yang konsisten dalam menerapkan prinsip-prinsip manajemen mutu akan membantu Gojek untuk terus berkembang dan mempertahankan reputasinya sebagai penyedia layanan transportasi yang berkualitas di Indonesia.

Diagram 1. Tanggapan mengenai Identitas Responden

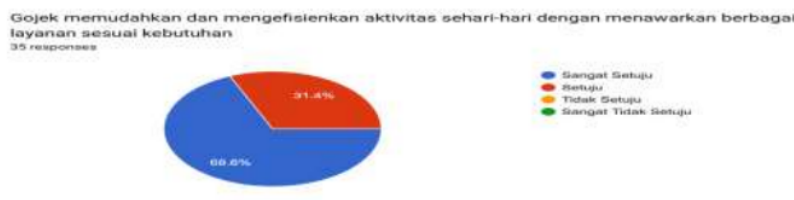


Berdasarkan pengumpulan data yang kami lakukan dengan menyebarkan angket, dalam bentuk daring yaitu berupa link *Google form*. Kami memiliki target sebanyak 20 orang responden, dengan hasil akhir responden 35 orang responden. Hasil angket pengguna aplikasi Gojek terdiri dari 28,6% (10 responden laki - laki) dan 71,4% (25 responden perempuan). Dapat disimpulkan dari hasil angket jenis kelamin ini, pengguna terbanyak dari Aplikasi Gojek ini adalah perempuan dibandingkan dengan laki - laki.

Hal tersebut bukan tanpa alasan mengapa perempuan menjadi pengguna aplikasi Gojek dari pada laki - laki. Adapun faktor-faktor yang menyebabkan proporsi pengguna Gojek lebih tinggi perempuan diantaranya adalah :

- Peningkatan Penggunaan Smartphone : Dengan perkembangan teknologi yang cepat dan penggunaan *smartphone* yang mudah untuk di dapatkan, mereka lebih cenderung memanfaatkan aplikasi *mobile* seperti Gojek untuk mempermudah mobilitas mereka.
- Pertumbuhan *E-commerce* : Munculnya *e-commerce* telah memicu permintaan untuk layanan pengiriman, untuk memenuhi keperluan perempuan untuk belanja *online*.
- Keselamatan dan Kenyamanan : Penekanan Gojek pada fitur keselamatan dan layanan yang nyaman menarik bagi perempuan, terutama mereka yang mencari pilihan transportasi yang aman, efisien, dan mudah diakses.
- Pemasaran Bertarget : Strategi pemasaran Gojek mungkin secara efektif menjangkau dan melibatkan audiens perempuan, sehingga mengarah ke proporsi pengguna perempuan yang lebih tinggi.

Diagram 2. Tanggapan Responden mengenai Efisiensi Layanan Penggunaan Gojek



Hasil survei menunjukkan bahwa 68.6% responden sangat setuju dan 31.4% responden setuju bahwa Gojek memudahkan dan mengefisienkan aktivitas sehari-hari dengan menawarkan berbagai layanan sesuai kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa Gojek telah



berhasil membangun citra positif di mata masyarakat sebagai penyedia layanan yang mudah dan bermanfaat.

Keberhasilan ini dapat dikaitkan dengan beberapa faktor yaitu Gojek telah berhasil membangun citra sebagai penyedia layanan yang memudahkan dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan beragam layanan yang ditawarkan, Gojek memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menyelesaikan berbagai aktivitas sehari-hari, mulai dari transportasi, pengiriman, hingga layanan keuangan. Keberagaman layanan ini mencerminkan komitmen Gojek untuk memenuhi berbagai kebutuhan pengguna dengan satu aplikasi, sehingga menciptakan persepsi positif terhadap kemudahan yang ditawarkan.

Selain itu manajemen Gojek yang kuat juga turut berperan dalam menciptakan citra positif. Gojek telah berhasil membangun identitas **merek yang kuat dan dikenal oleh masyarakat luas**. Dengan strategi pemasaran yang tepat, Gojek mampu menjangkau target pasar dengan efektif dan memperkuat hubungan positif antara merek dan pengguna dan inovasi yang terus dilakukan oleh Gojek juga menjadi faktor penting dalam menciptakan persepsi positif.

**Perilaku berkendara umumnya ditunjang dari pelatihan dan pengujian menggunakan kendaraan** (Hadi et al., n.d.). Dengan demikian, hasil survei yang menunjukkan tingginya tingkat persetujuan terhadap Gojek sebagai penyedia layanan yang memudahkan aktivitas sehari-hari dapat dikaitkan dengan manajemen merek Gojek yang kuat, inovasi yang dilakukan, serta komitmen untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Hal ini membantu menciptakan citra positif tentang Gojek di mata masyarakat dan membuat orang berpikir baik dan positif terhadap layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

### Diagram 3. Tanggapan Responden mengenai Kualitas Pelayanan *Driver Ojek Online Gojek*



Hasil survei menunjukkan bahwa 11.4% responden sangat setuju, 71.4% responden setuju, dan 17.1% responden tidak setuju bahwa driver Gojek selalu berkelanjutan baik dan bersikap sopan terhadap customer. Hasil survei ini dapat dianalisis dengan mempertimbangkan beberapa faktor yaitu faktor kualitas layanan yang diberikan oleh *driver* Gojek dapat memengaruhi hasil survei ini. Meskipun sebagian besar responden setuju bahwa driver Gojek bersikap sopan, namun ada sebagian kecil responden yang tidak setuju. Variasi dalam perilaku

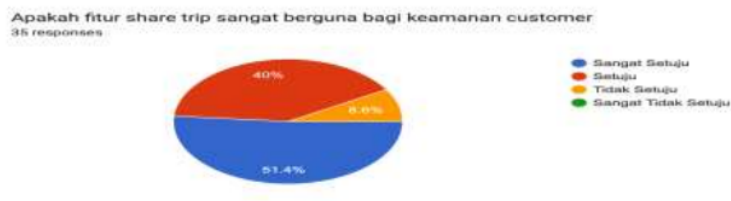
*driver*, baik dalam hal kesopanan maupun kualitas pelayanan, dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap *driver* Gojek.

Selain itu, faktor pelatihan dan pengawasan terhadap *driver* juga dapat memengaruhi konsistensi perilaku sopan dari *driver* Gojek. Manajemen Gojek perlu memastikan bahwa *driver* mendapatkan pelatihan yang memadai dalam bersikap sopan dan menghadapi berbagai situasi dengan baik. Pengawasan yang ketat terhadap perilaku *driver* juga dapat membantu dalam memastikan kualitas pelayanan yang konsisten.

Dalam konteks manajemen merek, Gojek perlu memperhatikan bagaimana citra merek mereka terkait dengan perilaku *driver*. Sebagai perwakilan dari merek Gojek, perilaku *driver* dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap keseluruhan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan memastikan konsistensi perilaku sopan dari *driver*, Gojek dapat memperkuat citra positif mereka sebagai penyedia layanan yang peduli dan profesional.

Pertambahan penduduk dan peningkatan kesejahteraan meningkatkan kebutuhan akan transportasi umum. Masyarakat yang maju ditandai dengan mobilitas yang tinggi karena tersedia layanan transportasi yang memadai dengan harga yang dapat diterima dan terjangkau (Ilmiah & S. Sahara, 2023). Dengan demikian, hasil survei yang menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa *driver* Gojek bersikap sopan perlu dilihat dalam konteks faktor-faktor yang memengaruhi perilaku *driver* dan bagaimana hal ini terhubung dengan manajemen merek Gojek.

**Diagram 4. Tanggapan Responen mengenai Inovasi Teknologi dan Manajemen pada Aplikasi Gojek**



Hasil survei menunjukkan bahwa 51.4% responden sangat setuju, 40% responden setuju, dan 8.6% responden tidak setuju bahwa fitur *share trip* sangat berguna bagi keamanan *customer*. Persepsi positif terhadap fitur *share trip* dapat dikaitkan dengan beberapa faktor yaitu fitur *share trip* di Gojek memungkinkan pengguna untuk membagikan rute perjalanan dan informasi *driver* kepada kontak terdekat, sehingga meningkatkan rasa aman dan kepercayaan pelanggan. Fitur ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memberitahu orang terdekat tentang detail perjalanan mereka, sehingga dapat menjadi langkah preventif dalam situasi darurat.

Faktor selanjutnya adalah kebutuhan akan keamanan dan privasi yang semakin penting bagi pelanggan. Dalam era digital ini, keamanan menjadi salah satu hal yang sangat diutamakan oleh pengguna layanan transportasi *online*. Fitur *share trip* menjadi salah satu upaya Gojek untuk meningkatkan keamanan pelanggan dan memberikan perlindungan tambahan selama perjalanan.

Dengan demikian, hasil survei yang menunjukkan tingginya tingkat persetujuan terhadap fitur *share trip* sebagai berguna bagi keamanan customer perlu dilihat dalam konteks kebutuhan akan keamanan pelanggan dan upaya Gojek dalam meningkatkan keamanan dan privasi pengguna melalui fitur-fitur yang inovatif. Hal ini dapat membantu memperkuat citra positif Gojek sebagai perusahaan yang peduli terhadap keamanan pelanggan dan membuat orang berpikir baik dan positif terhadap layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

**Diagram 5. Tanggapan Responden mengenai Tingkat Keselamatan dan Keamanan Gojek**



Keselamatan dan kepatuhan terhadap peraturan lalu lintas merupakan aspek krusial dalam industri transportasi *online*. Dengan resiko terhadap kecelakaan yang lebih tinggi, digunakannya sepeda motor untuk pelayanan angkutan ojek *online* telah memunculkan isu terkait faktor keamanan dan keselamatan pada pelayanannya. Gojek, sebagai platform terdepan di Indonesia, selalu mengedepankan nilai-nilai tersebut dalam operasionalnya. Survei yang dilakukan dengan menggunakan metode penyebaran kuisioner terhadap pengguna gojek mengenai *driver* Gojek mengutamakan keselamatan dan mematuhi peraturan lalu lintas menunjukkan bahwa 17.1% responden sangat setuju, 74.3% responden setuju, dan 8.6% tidak setuju. Yang mengembirakan, yaitu 91.4% menyatakan bahwa *driver* ojek *online* Gojek mengutamakan keselamatan dan mematuhi peraturan lalu lintas. Hal ini menunjukkan komitmen kuat para *driver* untuk memberikan layanan yang aman dan bertanggung jawab kepada pengguna.

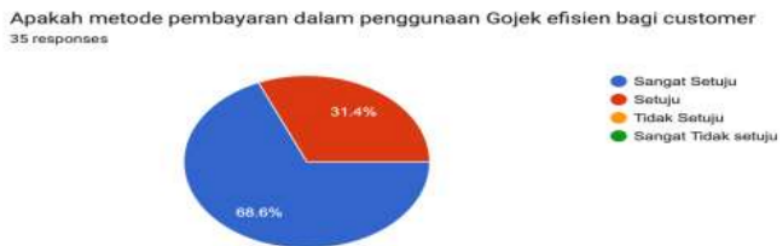
Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas responden mempunyai penilaian positif terhadap tingkat keselamatan dan keamanan ojek *online* Gojek. Perkiraan model menunjukkan bahwa tingkat keamanan dan keselamatan yang dirasakan berkaitan erat dengan karakteristik penggunaan, fasilitas layanan, pengemudi, dan pengalaman negatif. Responden yang rutin menggunakan ojek *online* cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap tingkat keselamatan dan keamanan. Studi menunjukkan bahwa penggunaan sepeda motor yang



lebih sering dikaitkan dengan tingkat kecelakaan yang lebih tinggi, yang menunjukkan bahwa pengguna telah mengatur risiko tersebut.

Beberapa penelitian sebelumnya (Docherty et al., 2018) yang membahas mengenai pengaruh aspek keselamatan dalam penggunaan juga menyimpulkan hal yang seragam, bahwa tingkat keselamatan dalam pelayanan akan berdampak pada loyalitas dan penggunaan yang berulang. Hal ini dikarenakan keselamatan akan berpengaruh kepada kepuasan terhadap pelayanan. Hasil survei dan analisis faktor-faktor pendukung menunjukkan bahwa Gojek telah berhasil dalam menanamkan budaya keselamatan dan kepatuhan di antara para drivernya. Namun, masih ada ruang untuk perbaikan agar Gojek dapat mencapai kepuasan 100% dari semua penggunanya, maka dari itu diperlukannya peningkatan kualitas dari manajemen Gojek terhadap driver Gojek. Peningkatan kualitas ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan pengguna, tetapi juga mendorong minat masyarakat untuk menggunakan angkutan umum daripada kendaraan pribadi. Berlalu lintas dengan cara mematuhi aturan-aturan yang ada merupakan salah satu cara menghindari terjadinya kecelakaan, tanpa harus mencari celah lemahnya aturan dan mencari kelengahan pengawasan dari pihak terkait (Siti Sahara & Sylvira Ananda Azwar, 2020).

Diagram 6. Tanggapan Responden mengenai Keefisienan Metode Pembayaran Ojek Online Gojek

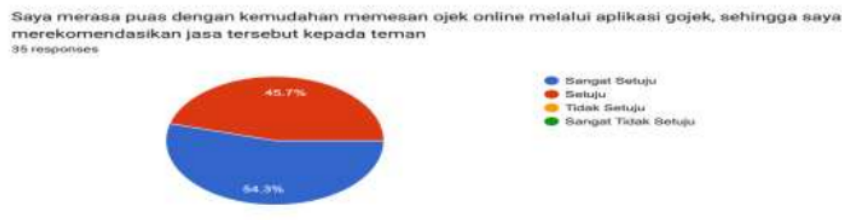


Menurut (Sahara et al., n.d., 2023) Perkembangan teknologi yang semakin canggih telah membawa perubahan pada masyarakat Indonesia. Gojek sebagai platform transportasi online terbesar di Indonesia menawarkan berbagai metode pembayaran yang mudah dan praktis bagi penggunanya. Tujuan utama Gojek adalah untuk memberikan pengalaman yang efisien dan nyaman bagi para customernya dalam melakukan pembayaran. Survei yang dilakukan dengan menggunakan metode penyebaran kuisioner terhadap pengguna Gojek mengenai efisiensi metode pembayaran ojek online Gojek menunjukkan bahwa 68.6% responden sangat setuju dan 31.4% responden setuju. Hal ini menunjukkan pengguna Gojek merasa puas dengan efisiensi metode pembayaran yang ditawarkan oleh Gojek. Secara keseluruhan, hasil

survei menunjukkan bahwa Gojek telah berhasil dalam menyediakan metode pembayaran yang efisien bagi para penggunanya.

Beberapa faktor yang mendukung kepuasan pengguna terhadap metode pembayaran Gojek meliputi kemudahan penggunaan aplikasi, keandalan dan kinerja sistem pembayaran, serta beragamnya opsi pembayaran yang tersedia. Desain antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang intuitif memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi. Selain itu, stabilitas aplikasi dan proses pembayaran yang cepat dan andal juga memberikan kepercayaan dan kenyamanan kepada pengguna. Dengan terus berinovasi dan meningkatkan layanannya, Gojek dapat semakin memperkuat posisinya sebagai platform transportasi online terdepan di Indonesia yang menawarkan pengalaman yang efisien, nyaman, dan aman bagi para penggunanya.

#### Diagram 7. Tanggapan Responden mengenai Loyalitas Penggunaan Ojek Online Gojek



Survei yang dilakukan terhadap pengguna Gojek mengenai kepuasan dalam memesan ojek online melalui aplikasi Gojek menunjukkan hasil yang sangat positif. Pertanyaan dalam survei adalah apakah pengguna merasa puas dengan kemudahan memesan ojek online melalui aplikasi Gojek dan apakah mereka akan merekomendasikan jasa tersebut kepada teman. Hasilnya menunjukkan bahwa 54.3% responden sangat setuju bahwa mereka merasa puas dengan kemudahan memesan ojek online melalui aplikasi Gojek dan karenanya mereka merekomendasikan jasa tersebut kepada teman, sementara 45.7% responden setuju dengan pernyataan yang sama. Ini berarti seluruh responden memiliki pandangan positif terhadap kemudahan penggunaan aplikasi Gojek dan bersedia merekomendasikannya kepada orang lain.

Manajemen<sup>18</sup> kepuasan pelanggan sangat penting dalam menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam konteks Gojek, kepuasan terhadap kemudahan memesan melalui aplikasi dan harga yang sesuai dengan kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong mereka untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Beberapa faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pengguna meliputi kemudahan penggunaan aplikasi, keandalan dan kinerja aplikasi, fitur tambahan, kualitas layanan pengemudi, dan dukungan pelanggan. Desain

<sup>13</sup> antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang intuitif dan mudah digunakan, serta proses pemesanan yang sederhana dan jelas, sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna.

Stabilitas aplikasi dan waktu respons yang cepat juga berkontribusi besar terhadap kepercayaan dan kenyamanan pengguna. Fitur tambahan seperti beragam metode pembayaran dan pelacakan real-time juga meningkatkan rasa aman dan nyaman pengguna. <sup>8</sup> Secara keseluruhan, seluruh penilaian tersebut didasarkan pada aspek kualitas estetika, kinerja, pelayanan, kesesuaian, fitur, dan persepsi kualitas yang diberikan oleh masyarakat untuk mewakili nilai yang baik. Menurut (Siti Saha et al., 2023), hal ini dapat dijadikan acuan bagi pihak terkait untuk terus meningkatkan pelayanan dan fasilitas yang ada, sehingga dapat memberikan kepuasan yang lebih baik lagi bagi pengguna.

## KESIMPULAN

Berdasarkan <sup>25</sup> hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi praktik manajemen mutu yang baik dalam layanan transportasi Gojek memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kualitas pelayanan yang tinggi. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pengguna adalah keselamatan, di mana Gojek telah berhasil menanamkan budaya keselamatan dan kepatuhan di antara para *drivernya*. Meskipun demikian, terdapat ruang untuk perbaikan guna mencapai tingkat kepuasan yang optimal dari seluruh pengguna. Selain itu, faktor lain yang turut berperan dalam meningkatkan kepuasan pengguna adalah kualitas layanan pengemudi, desain antarmuka pengguna yang intuitif, serta respons cepat terhadap kebutuhan pengguna. Gojek juga telah berhasil membangun identitas <sup>17</sup> merek yang kuat dan dikenal oleh masyarakat luas melalui strategi pemasaran yang efektif dan inovasi yang terus dilakukan.

Dengan terus mengembangkan fitur-fitur baru dan meningkatkan kualitas layanan, Gojek dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya dan memperkuat hubungan positif antara merek dan pengguna. Dalam konteks manajemen merek, Gojek perlu memperhatikan bagaimana citra merek mereka terkait dengan perilaku *driver*, <sup>26</sup> karena perilaku *driver* dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap keseluruhan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Selain itu, <sup>13</sup> desain antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang intuitif dan mudah digunakan, serta proses pemesanan yang sederhana dan jelas, juga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Stabilitas aplikasi dan waktu respons yang cepat juga berkontribusi besar terhadap kepercayaan dan kenyamanan pengguna. Fitur tambahan seperti beragam metode pembayaran dan pelacakan *real-time* juga meningkatkan rasa aman dan nyaman pengguna. Dengan terus memperhatikan faktor-faktor ini, Gojek dapat

terus meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat posisinya sebagai penyedia layanan transportasi online yang terpercaya dan berkualitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Docherty, I., Marsden, G., & Anable, J. (2018). The governance of smart mobility. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 115, 114–125. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2017.09.012>
- Hadi, W., Rahmayanti, H., Sahara, S., Ladesi, V. K., Purnomo, A., Aulia, F., & Rokhyani, D. (2022). Sosialisasi pemahaman blindspot pada kendaraan dalam rangka menekan angka kecelakaan lalu lintas bagi guru dan siswa SMP Negeri 1 Karang Bahagia, Desa Karang Bahagia, Kecamatan Karang Bahagia, Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2022. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/snppm>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga Belas Jilid 2)*.
- Maulana, A. A., & Sahara, S. (2023). Penggunaan teknologi informasi dalam manajemen pelabuhan. *Wahana: Tridarma Perguruan Tinggi*, 75(2). <http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/whn>
- Perencanaan Wilayah dan Kota, J., Dukung Layanan Angkot Berdasarkan Jarak Jangkauan, D., Wakari, V. V, Rogi, O. H., & Makarau, V. H. (2019). Masyarakat terhadap jalur trayek di Kota Manado. *Jurnal Spasial*, 6(3).
- Sahara, S. (2021). Analisis tingkat kepuasan pelanggan dalam penerapan sistem boarding pass di gate keberangkatan terminal terpadu Pulo Gebang. *Jurnal Logistik*, 14, 44–56.
- Sahara, S., & Azwar, S. A. (2020). Pelatihan keselamatan berkendara sepeda motor dalam menekan angka kecelakaan lalu lintas bagi siswa SMK di Kota Bekasi. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(3), 303–314. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v1i3.368>
- Sahara, S., & F. U. (2023). Peningkatan mutu transportasi umum demi kenyamanan dan keamanan pengguna. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 20(1).
- Sahara, S., & Jessica Silitonga, R. (2022). Optimalisasi kegiatan trucking di PT. Jasa Prima Logistik Bulog. *Jurnal Logistik*, 15.
- Sahara, S., & Tree, D. N. P. S. (2023). Analisis kinerja pelayanan fasilitas penumpang stasiun kereta api Manggarai berdasarkan standar pelayanan minimum dan importance performance analysis (IPA). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10.
- Sahara, S., Ladesi, V. K., Hadi, W., & Verawati, K. (2021). Ramp check examination evaluation of public transport business. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1098(2), 022069. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/1098/2/022069>

- Sahara, S., Mahendra, A., Widodo, S., & Pratama, R. A. (2023). Reputasi potret kualitas satisfaction kereta moda raya terpadu (MRT) Jakarta berimplikasikan kesinambungan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 1(1).
- Sahara, S., Saifana, N., Aqshal, G., Suryaningrat, R., Arifian, T. A., Yazid, M. I., & Maritim, L. (2023). Analisis kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa pengiriman Sicepat Ekspres. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 14(2023), 524–535. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8176845>
- Santika, E. (2024, January 23). Aplikasi transportasi online terbanyak diunduh di RI 2023, Gojek juaranya. Databoks.
- Sasongko, R., & Penulis, K. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Inovasi Manajemen dan Teknologi*, 3(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tamin, O. Z. (2008). *Perencanaan, pemodelan, & rekayasa transportasi: Teori, contoh soal, dan aplikasi*. ITB.



# Analisis Pengaruh Manajemen Mutu terhadap Kualitas Layanan dalam Transportasi Gojek

## ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://eprints.itenas.ac.id">eprints.itenas.ac.id</a> Internet Source	3%
2	<a href="http://journal.unimar-amni.ac.id">journal.unimar-amni.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://prin.or.id">prin.or.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://jurnaluniv45sby.ac.id">jurnaluniv45sby.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://eprints.polsri.ac.id">eprints.polsri.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://jurnal.peneliti.net">jurnal.peneliti.net</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://www.prin.or.id">www.prin.or.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://jurnal2.untagsmg.ac.id">jurnal2.untagsmg.ac.id</a> Internet Source	1%

10	repo.jayabaya.ac.id Internet Source	1 %
11	stmt-bp3ip-xv-2010.blogspot.com Internet Source	1 %
12	andriansyah.weebly.com Internet Source	1 %
13	nscpolteksby.ac.id Internet Source	1 %
14	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1 %
15	journal.amikveteran.ac.id Internet Source	1 %
16	journal.unj.ac.id Internet Source	<1 %
17	siapusaha.com Internet Source	<1 %
18	Rizky Farah Fazira, Erida Erida, Novita Sari. "Membangun loyalitas pelanggan dari perspektif membership card dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening", Jurnal Dinamika Manajemen, 2020 Publication	<1 %
19	Fagundes, Eloisa. "A ModeraCao Da ApreciaCao De Melhoria Dos Processos De	<1 %

Coaching Na RelaCao Entre o Work-Life Balance e O Bem-Estar No Trabalho", ISCTE - Instituto Universitario de Lisboa (Portugal), 2022

Publication

---

20	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://geograf.id">geograf.id</a> Internet Source	<1 %
22	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %
23	<a href="http://ejournal.uhn.ac.id">ejournal.uhn.ac.id</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://tahtamedia.co.id">tahtamedia.co.id</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://berkas.dpr.go.id">berkas.dpr.go.id</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id">jurnalmahasiswa.unesa.ac.id</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://ojs.uho.ac.id">ojs.uho.ac.id</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
29	Retno Dewi Wijastuti, Nidya Cantika. "PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK	<1 %

# DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG JASA GOFOOD DI KOTA SORONG", KALIANDA HALOK GAGAS, 2021

Publication

---

30

Riyanda, Fasa Yogi. "Peningkatan Employee Performance Melalui Knowledge Donating, Work Experience dan Workplace Spirituality Dengan Innovation Behaviour Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Karyawan Nasmoco Jateng & Diy)", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023

Publication

---

<1 %

---

Exclude quotes    On

Exclude matches    Off

Exclude bibliography    On