

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS LAYANAN OJEK *ONLINE* (WAKJEK) DI KOTA BATAM

Yovan Sawir Saputra, Shinta Wahyu Hati

Prodi Administrasi Bisnis Terapan Politeknik Negeri Batam, yovansawir@gmail.com

Prodi Administrasi Bisnis Terapan Politeknik Negeri Batam, shinta@polibatam.ac.id

Abstract

This study aims to measure the level of customer satisfaction with the quality of their online service (Wakjek) in Batam city. Primary data obtained by spreading the questionnaires to consumers using Random Sampling techniques with the total sample as many as 100 respondents. The data were analyzed using descriptive statistics. Consumer satisfaction against the dimensions of quality are described on the diagram of the Importance-Performance Analysis (IPA). IPA charts indicate that service dimension items scattered on the four quadrants, namely 15 items on A quadrant which is a top priority, 7 items in quadrant B that should be preserved, the next 7 items in quadrant C which is a low priority, as well as 12 items in quadrant D is an item that is considered less important. Research results exposed that the satisfaction of services provided by taxi online Wakjek has showed the good results it can be seen from the level of conformity that is indicated by the variable Y i.e. satisfaction service. On the attributes of the performance of the average value of the variable Y indicates the number of attributes exist while 4.77 hopes the average value of the variable Y shows numbers 3.62. This means that service satisfaction felt by customers of their online Wakjek have been able to meet the expectations of their customers online Wakjek itself but there are still some items that must be repaired.

Keywords: *Customer Satisfaction Analysis, Quality of Service, Ojek Online*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen pelanggan terhadap kualitas layanan ojek *online* (Wakjek) di Kota Batam. Data primer didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen menggunakan teknik *Random Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif. Kepuasan konsumen terhadap dimensi kualitas digambarkan pada diagram *Importance - Performance Analysis (IPA)*. Diagram IPA menunjukkan bahwa item-item dimensi layanan tersebar pada empat kuadran, yaitu 15 item pada kuadran A yang merupakan prioritas utama, 7 item pada kuadran B yang harus dipertahankan, selanjutnya 7 item di kuadran C yang merupakan prioritas rendah, serta 12 item di kuadran D merupakan item yang dirasa kurang penting. Hasil penelitian memaparkan bahwa kepuasan pelayanan yang diberikan oleh ojek *online* Wakjek telah menunjukkan hasil yang baik hal ini dapat dilihat dari tingkat kesesuaian yang ditunjukkan oleh variabel Y yakni kepuasan pelayanan. Pada atribut kinerja nilai rata-rata variabel Y menunjukkan angka 4,77 sedangkan ada atribut harapan nilai rata-rata variabel Y menunjukkan angka 3,62. Hal ini berarti kepuasan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan ojek *online* Wakjek telah dapat memenuhi harapan dari pelanggan ojek *online* Wakjek itu sendiri namun masih ada beberapa item yang harus diperbaiki.

Kata Kunci: *Analisis Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Wakjek*

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu sektor jasa yang memiliki peranan yang cukup vital dalam menunjang kegiatan sehari-hari adalah sektor jasa transportasi darat. Karena jasa transportasi darat digunakan masyarakat untuk memperlancar aktifitas sehari-hari. Pentingnya transportasi tersebut tercermin pada semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa transportasi tersebut, serta dengan meningkatnya jumlah penduduk dan pengembangan pemukiman maupun tempat-tempat hiburan lainnya di kota-kota besar salah satunya di Kota Batam.

Keberadaan jasa transportasi darat ini dirasa sangat penting sekali, khususnya jasa transportasi yang murah, nyaman, dan aman yang diinginkan oleh masyarakat saat ini. Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor atau yang dulu biasa disebut dengan ojek. Sekarang jasa transportasi ini dikenal dengan istilah baru yaitu ojek *online*, jika dahulu ojek dikelola secara konvensional dan kepemilikan tunggal, sekarang muncul bisnis baru ojek *online* yaitu suatu usaha komersial, yang menyediakan jasa transportasi bagi umum dan dikelola secara profesional.

Maraknya bisnis *online* ini terjadi karena kemajuan zaman dan teknologi, maka muncul lah suatu inovasi yaitu transportasi *online* yaitu ojek *online*. di Indonesia sendiri ojek *online* sudah menjadi perbincangan di kalangan masyarakat dengan Go-jek sebagai pelopor pertama bisnis transportasi *online* ini yang didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim, bahkan Go-jek ini telah merambah keseluruhan wilayah di Indonesia.

Karena semakin pesatnya pertumbuhan ojek *online* ini, di Kota Batam sendiri tidak mau ketinggalan dengan ojek yang berbasis menggunakan teknologi *online* ini, maka peluang untuk membuat inovasi ojek *online* dengan mengagas Wakjek yang didirikan oleh Bapak Burhanudin Nur dengan dipelopori CV. Wakjek Indonesia.

Wakjek merupakan penyedia layanan ojek *online* pertama di Batam. Sejak tanggal 18 Juli 2016 Wakjek bermitra dengan puluhan pengendara ojek lokal guna menyediakan layanan ojek *online* terpercaya dengan tarif terjangkau. Hingga saat ini Wakjek telah memiliki jumlah *Driver* sekitar 200 orang dan *User* yang telah mengunduh aplikasi ini berjumlah 47.768 orang. Wakjek juga

menyediakan beragam layanan yang akan membantu keseharian masyarakat Kota Batam seperti jasa transportasi pengiriman barang hingga pesan antar makanan. Menggunakan aplikasi *android* yang di buat Wakjek, memudahkan masyarakat dapat melakukan pemesanan layanan ojek *online* langsung dari *smartphone android*. Layaknya virus yang menjamur begitu cepat, dan ramai dibicarakan Wakjek sebagai perusahaan lokal yang berkembang sangat pesat di Kota Batam dan menjelma sebagai perusahaan jasa transportasi *online* pertama yang menawarkan jasa transportasi antar penumpang dengan sepeda motor alias ojek *online*.

Bila dilihat dari persaingan ojek *online* yang ada pada saat ini membuat para perusahaan terus meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan kepada pelanggannya. Seperti Go-jek yang kini hadir untuk melayani Kota Batam, mereka memberikan layanan yang sudah tersedia saat ini meliputi *GO-RIDE*, *GO-FOOD*, *GO-SEND* dan *GO-SHOP* dan dengan namanya yang telah terkenal di seluruh Indonesia. Akan tetapi Wakjek yang merupakan ojek *online* pertama di Batam tidak mau kalah, mereka juga mengeluarkan fitur-fitur dari aplikasinya dengan layanan yang tersedia seperti *Wak-Food*, *Wak-Rent*, *Wak-Shop*. Wakjek juga memiliki kelebihan dari segi aplikasi dengan pemesanan Wakjek secara *online* para pelanggan bisa langsung melihat dan memilih *driver* sesuai keinginan meliputi tentang merek motor, jenis kelamin, maupun foto profil dari *driver* Wakjek tersebut. Selain itu Wakjek juga merupakan ojek *online* pertama di Kota Batam. Maka dari itu untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan maka para pihak ojek *online* ini terus berlomba untuk memenuhi dan memperbaiki kualitas layanan dari jasa transportasi tersebut, agar terciptanya kepuasan pelanggan dan memiliki konsumen yang loyal.

Jadi dapat disimpulkan bahwa untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan membandingkan antara kinerja /pelayanan yang diberikan perusahaan dan harapan dari konsumen tersebut. Konsumen akan merasa tidak puas apabila kinerja/pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak sama atau tidak sesuai yang diharapkannya dan sebaliknya konsumen akan merasa puas apabila kinerja/pelayanan yang diberikan perusahaan sama atau sesuai dengan yang diharapkannya. Dengan mengetahui

tingkat kepuasan konsumen tersebut perusahaan dapat memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena konsumen yang dapat menilai baik atau tidaknya kualitas pelayanan.

Sebuah kualitas layanan dapat diukur dengan menggunakan teori menurut Parasuraman dalam Farida Jasfar (2009:51) yang mengemukakan lima dimensi, yaitu *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Dayatanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati), dan *Tangible* (Produk-produk fisik). Teori yang dikemukakan adalah untuk menilai dan mengukur kualitas layanan pada perusahaan. Apakah kualitas layanan yang telah diberikan oleh transportasi ojek *online* Wakjek sangat mempengaruhi keputusan pembelian pada penggunaan jasa Wakjek tersebut. Terkait dengan kualitas layanan, penulis menemukan pengguna jasa layanan transportasi ojek *online* Wakjek yang mengemukakan masih perlu ada nya perbaikan layanan yang diberikan. Saat ini kenyataannya dilapangan jasa transportasi ojek *online* Wakjek masih mendapatkan beberapa komplain terkait dengan kinerja maupun harapan oleh pengguna jasa Wakjek, mulai dari komunikasi yang kurang tanggap dari pihak Wakjek nya, maupun pelayanan yang kurang memuaskan dari pihak Wakjek kepada konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang terjadi di atas, penulis tertarik untuk membahas masalah kualitas pelayanan yang akan diberikan pihak Wakjek kepada konsumen, dengan mengambil judul penelitian “**Analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan ojek online (Wakjek) di Kota Batam**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah tentang sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap ojek *online* Wakjek di Kota Batam.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan ojek *online* Wakjek di Kota Batam.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Praktis

Sebagai masukan dan saran kepada perusahaan Wakjek agar lebih memperhatikan pelayanan agar menciptakan kepuasan pelanggan serta dapat memperbaiki kualitas dan layanan dari Wakjek.

2. Manfaat Teoritis

- Sebagai bahan referensi bagi pembaca untuk penelitian selanjutnya dalam perusahaan jasa bagi peneliti yang berminat dalam meneliti transportasi *online*, dan juga sebagai tambahan untuk menambah wawasan.
- Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran Jasa Menurut Danang Sunyoto, dan Fathonah Eka Susanti (2015:59) mengatakan bahwa pemasaran merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut. Pemasaran jasa mesti menyesuaikan diri dengan selera konsumen, dipengaruhi jumlah pendapatan, tidak ada fungsi penyimpanan, dan kualitas dipengaruhi barang. Yang penting dalam pemasaran jasa tidak lain keandalan, daya tanggap, kepastian, *empati*, dan berwujud.

Bauran pemasaran jasa merupakan pengembangan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (*Marketing mix*) produk hanya mencakup 4P, yaitu: *Product, Price, Place, dan Promotion*. Sedangkan untuk jasa keempat P tersebut masih kurang mencukupi, sehingga para ahli pemasaran menambahkan 3 unsur, yaitu: *People, Process, dan Customer Service*.

Kualitas Layanan Kualitas layanan suatu perusahaan haruslah terus dipertahankan dan ditingkatkan karena pelanggan mengharapkan mendapat suatu pelayanan yang baik bahkan melebihi yang mereka harapkan sehingga pelanggan akan puas terhadap perusahaan jasa tersebut. Definisi kualitas sendiri menurut Kotler dan Keller (2009:169) adalah “*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*”. Dari penjelasan di atas bisa disimpulkan bahwa kualitas adalah keseluruhan dari fitur dan

karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan.

Sebuah kualitas pelayan tersebut dapat diukur dengan menggunakan teori menurut Parasuraman dalam Jasfar (2009:51) mengemukakan lima dimensi, yaitu *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati), dan *Tangible* (Produk-produk fisik). Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya kepuasan tersebut dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan. Agar pelayanan yang diberikan dapat berkualitas baik dan dapat memberikan kepuasan pada konsumennya maka sebaiknya perusahaan perlu memperhatikan berbagai dimensi yang bisa menciptakan dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa. Dimensi kualitas jasa Menurut Umar dalam Dwiwinarshi (2009:4) menyatakan ada 5 dimensi kualitas layanan yang meliputi sebagai berikut:

1. **Reliability**, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
2. **Responsiveness**, yaitu respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.
3. **Assurance**, yaitu meliputi kemampuan karyawan atas **pengetahuan** terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi. Dimensi ini merupakan gabungan dari sub dimensi:
 - a. Kompetensi (*Competence*), keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pelayanan.

b. Kesopanan (*Courtesy*), meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan.

c. Kredibilitas (*Credibility*), meliputi hal-hal yang mendukung dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, prestasi.

4. **Empathy**, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

5. **Tangible**, yaitu segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik dari pelayanan seperti kendaraan operasional barang dan jasa yang ditawarkan.

Kepuasan Pelanggan Definisi kepuasan pelanggan menurut Zeithaml, Bitner dan Dwayne (2009:104) adalah, "*Customer's evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met the customer's needs and expectations*". Dimana menurutnya kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Sedangkan definisi lain menurut Kotler dan Keller (2009:164), "*Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product's perceived performance (or outcome) to their expectations*". Sehingga menurutnya kepuasan didefinisikan sebagai perasaan pelanggan yang puas atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) dengan ekspektasi pelanggan.

Jadi penulis menyimpulkan bahwa kepuasan itu adalah perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan atau konsumen akan kecewa dan bila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan atau konsumen akan puas dan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan atau konsumen merasa sangat puas.

METODE

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Menurut Sugiyono (2006) penelitian *explanatory* adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini bermaksud menjelaskan pengaruh antara variabel independen yaitu kepuasan pelanggan terhadap variabel dependen yaitu kualitas layanan.

Pendekatan penelitian yang dilakukan ini melalui beberapa tahap, yakni diawali dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada sejumlah responden yang menjadi sampel penelitian, menentukan instrument penelitian, menentukan metode yang dipergunakan, serta menganalisis data yang sudah terkumpul kemudian disajikan dalam bentuk proposal.

Populasi dan sampel

Menurut Sugiyono (2008), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat yang pernah menaiki jasa transportasi ojek *online* Wakjek di Kota Batam.

Menurut Sugiyono (2008), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan pengambilan sampel ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Arikunto (2006), *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri, sifat-sifat atau karakteristik tertentu.

Adapun karakteristik sampelnya adalah:

- a. Masyarakat kota Batam
- b. Masyarakat yang telah menaiki jasa transportasi ojek *online* Wakjek
- c. Konsumen yang telah menaiki jasa transportasi ojek *online* Wakjek lebih dari 1 kali

Jumlah populasi yang menggunakan jasa transportasi ojek *online* Wakjek di Kota Batam tidak diketahui, maka pengambilan sampel menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_i = \frac{T - t_o}{t_i}$$

Keterangan:

T : Jumlah waktu

- t_o : Jumlah waktu yang direncanakan
- t_i : Waktu yang dibutuhkan untuk mengisi kuesioner
- i : Hari = 5 jam waktu yang tersedia

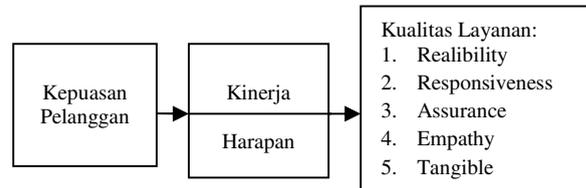
$$n = \frac{14 \text{ hari} - 4 \text{ hari}}{30 \text{ menit}}$$

$$n = \frac{4200 - 1200}{30 \text{ menit}}$$

$$n = 100$$

Jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden (Menurut Sudarmayanti dalam Hati dkk (2014)).

Kerangka Pemikiran



Gambar: 2.1 Kerangka Penelitian
Sumber : Data Olahan Peneliti (2017)

Validitas

Validitas adalah suatu ukurann yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2.

Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kuesioner dikatakan reliabel apabila hasil uji statistik $\alpha \geq 0.60$ (Sugiyono,2008).

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan

data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono,2015).

Importance Performance Analysis (IPA) Analisis Tingkat Kesesuaian.

Merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut. Data yang akan diolah dalam penelitian ini berasal dari kuesioner dan guna menjawab semua pertanyaan dalam kuesioner.

Importance-Performance Analysis (IPA), merupakan alat bantu dalam menganalisis atau yang digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana antara kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan skala prioritas yang akan dipakai dalam penanganan.

PEMBAHASAN

1. Profil Perusahaan

Wakjek adalah penyedia layanan ojek *online* pertama di Batam. Wakjek bermitra dengan puluhan pengemudi ojek lokal guna menyediakan layanan ojek *online* terpercaya dengan tarif terjangkau. Wakjek menyediakan beragam layanan yang akan membantu keseharian seperti jasa transportasi, pengiriman barang hingga pesan antar makanan.

Wakjek yang beralamat di Ruko Anggrek Mas 2 Blok A2 No 16 Batam Center itu mulai beroperasi di Batam sejak 18 Juli 2016 lalu. Sejak itu, bisnis yang berprinsip tumbuh bersama para *driver* nya itu, makin dikenal masyarakat Batam.

Wakjek sendiri memiliki aplikasi terbaru, dalam aplikasi itu pengguna Wakjek bisa memilih sopir perempuan dan laki-laki bisa, dan kendaraan sesuai dengan kebutuhan pengguna Wakjek soalnya jenis motor akan di

jelaskan dalam aplikasi tersebut, demi kenyamanan user Wakjek.

Wakjek sendiri berasal dari bahasa Melayu. Wak, selalu digunakan dalam percakapan atau panggilan kedekatan dengan teman akrab dan saudara. Tujuannya, pemilihan nama Wakjek itu diharapkan setiap pengguna jasa Wakjek merasa lebih dekat dan nyaman dengan fasilitas yang diberikan.

Wakjek sekarang ini tidak hanya menyajikan jasa transportasi ojek saja, Tetapi juga taksi, jasa mengantar pesanan makanan, *service* AC dan rental mobil. Semuanya ditampilkan dalam aplikasi dan user Wakjek tinggal meng-klik dan melanjutkan sesuai dengan keinginan user masing-masing. Bekerja sama dengan perusahaan rental mobil, jika ada user yang membutuhkan mobil, dan AC juga begitu, kita mendapatkan fee dari perusahaan tersebut.

Untuk Wakjek yang menggunakan jaket berwarna *orange* ini, dalam menggunakan kendaraan 4 Kilometer pertama sudah ditarif dengan biaya Rp 10 ribu, untuk tambahan kilo meter selanjutnya akan ditambah Rp 2 ribu setiap penambahan 1 kilo meter. Sedangkan pengiriman barang atau makanan Wakjek menghitung 3 Kilometer akan dihargai Rp 15 ribu.

WakJek menggunakan aplikasi *android* untuk memudahkan anda dalam menggunakan layanan ojek *online* Wakjek. Dengan aplikasi *android* Wakjek, anda dapat melakukan pemesanan layanan ojek *online* langsung dari *smartphone android* dengan sangat mudah.

2. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini metode utama pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuisisioner yang berjumlah 100 kuisisioner disebarkan kepada responden yaitu para konsumen Wakjek di Kota Batam. Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner, semua kuisisioner dapat tersebar dan terisi. Adapun rekapitulasi jumlah kuisisioner yang tersebar dan terisi adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Rekapitulasi Jumlah Kuisisioner

Jumlah Responden	Jumlah Kuisisioner		
	Tersebar	Terisi	Dapat Diolah
100	100	100	100

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2017

Berdasarkan data pada tabel diketahui bahwa hasil penyebaran kuisisioner yang

dilakukan telah sesuai dengan target yang diharapkan untuk memenuhi data kebutuhan

“Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Ojek *Online* (Wakjek) Di Kota Batam”.

1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden merupakan identitas responden yang memberikan respon terhadap obyektivitas dari penelitian “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Ojek *Online* (Wakjek) Di Kota Batam”. Responden dalam penelitian ini adalah para konsumen dari ojek *online* Wakjek Kota Batam dengan jumlah 100 responden.

Karakteristik responden berguna dalam penguraian deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	48	48%
2	Perempuan	52	52%
Total		100	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2017

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 48 orang atau 48% dan jumlah responden perempuan sebanyak 52 orang atau 52%.

Untuk responden perempuan lebih banyak daripada responden laki laki dikarenakan jumlah penduduk Di Kota Batam lebih banyak perempuan daripada laki-laki, dan jumlah pekerja pun lebih banyak

ditetapkan. Salah satu tujuan karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Untuk mempermudah proses analisa, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dibedakan menjadi dua yaitu: Laki-Laki dan Perempuan, Hasil Analisa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

perempuan daripada laki-laki, disini perempuan pengguna jasa ojek *online* Wakjek ini dapat disimpulkan bahwa mereka banyak yang belum memiliki kendaraan pribadi dan merasa memakai jasa ojek *online* Wakjek sangat membantu mereka untuk berpergian. Untuk lebih jelas karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada diagram di bawah ini:



Gambar 1 Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Untuk mempermudah proses analisa, saat proses analisa rentang usia responden dipisahkan oleh penulis menjadi 4 kriteria

yakni < 17 tahun, 17 s/d 26 tahun, 27 s/d 36 tahun, 37 s/d 46 tahun dan 47 s/d 56 tahun keatas. Hasil analisa karakteristik responden berdasarkan kelompok usia adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

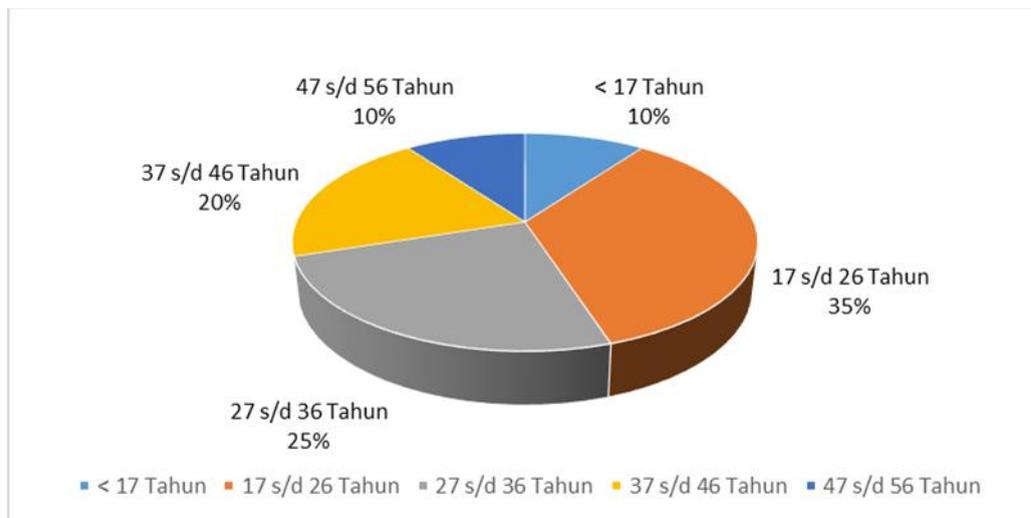
No	Rentang Usia	Jumlah	Persentase
1	< 17 Tahun	10	10%
2	17 s/d 26 Tahun	35	35%
3	27 s/d 36 Tahun	25	25%
4	37 s/d 46 Tahun	20	20%
5.	47 s/d 56 Tahun	10	10%
	Total	100	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2017

Berdasarkan data pada tabel diatas, diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki rentang usia < 17 tahun berjumlah 10% responden (10%), rentang usia 17 s/d 26 tahun berjumlah 35 responden(35%), rentang usia 27 s/d 36 tahun berjumlah 25 responden (25%), rentang usia 37 s/d 46 tahun berjumlah 20 responden (20%) dan yang memiliki rentang usia 47 s/d 56 tahun berjumlah 10 responden (10%).

Pada penelitian ini karakteristik usia responden persentase yang paling besar adalah pada rentang usia 17 s/d 26 tahun pada rentang

usia ini merupakan usia remaja menuju ke dewasa, dimana bisa dikatakan usia penguasaan Wakjek rata-rata usia Produktif dimana para responden banyak menggunakan jasa ojek *online* Wakjek untuk melakukan aktivitas sehari-hari seperti kuliah, bekerja, berbelanja maupun yang lain, dan diusia ini pula banyak yang mengikuti tren modern/zaman modern karena transportasi berbasis *online* sedang marak dibicarakan. Berikut persentase karakteristik responden berdasar rentang usia jika dilihat dari diagram *pie*:

**Gambar 2 Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia**

Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan dikelompokkan menjadi 6 kriteria yaitu: SD/Sederajat, SMP/Sederajat,

SMA/Sederajat, Diploma, Sarjana, Pasca Sarjana. Hasil analisa terhadap karakteristik responden berdasarkan pendidikan adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

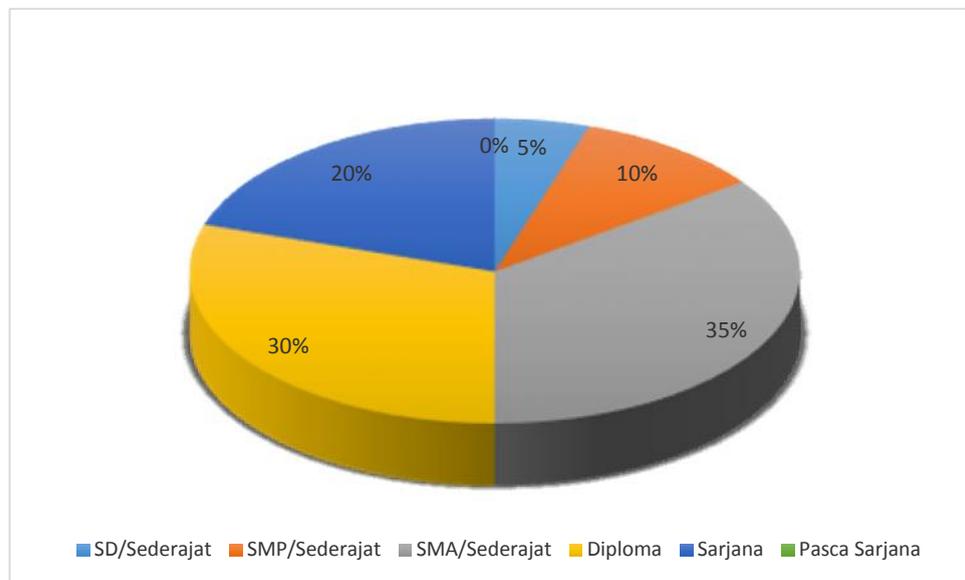
No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	SD/Sederajat	5	5%
2	SMP/Sederajat	10	10%
3	SMA/Sederajat	35	35%
4	Diploma	30	30%
5	Sarjana	20	20%
6	Pasca Sarjana	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan pendidikan diatas, dapat diketahui rentang pendidikan responden dimulai dari yang tamatan SD/Sederajat berjumlah 5 responden (5%), SMP/Sederajat 10 responden (10%), SMA/Sederajat 35 Responden (35%), Diploma 30 responden (30%), Sarjana 20 responden (20%), dan Pasca Sarjana Tidak ada Responden.

Berdasarkan karakteristik dalam pendidikan dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak menggunakan Wakjek ini adalah responden berpendidikan

terakhir SMA/Sederajat dengan jumlah responden 35 orang dengan persentase 35%, dikarenakan banyak yang menggunakan jasa ojek *online* Wakjek dengan karakteristik pendidikan SMA/Sederajat banyak yang bekerja dan berkuliah, dikarenakan mereka lebih memilih menggunakan jasa Wakjek agar lebih cepat sampai dan tidak capek untuk berkendara sendiri. Berikut persentase karakteristik responden berdasarkan rentang Pendidikan jika dilihat dari diagram *pie*:

**Gambar 3 Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

Karakteristik responden berdasarkan profesi dibagi menjadi 5 bagian profesi yaitu:

Pelajar/Mahasiswa, PNS, Karyawan Swasta, Belum Bekerja, Wirausaha. Hasil analisa terhadap karakteristik responden berdasarkan profesi adalah sebagai berikut :

Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

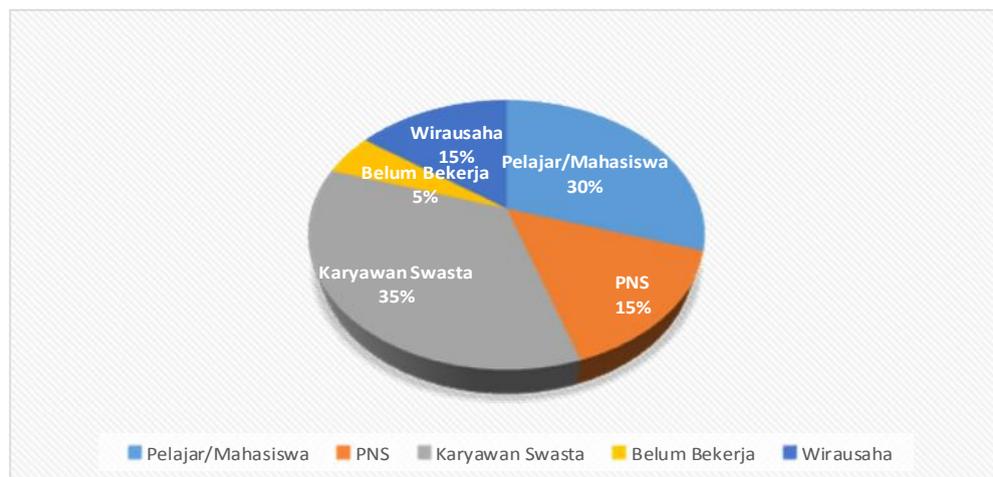
No	Profesi	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	30	30%
2	PNS	15	15%
3	Karyawan Swasta	35	35%
4	Belum Bekerja	5	5%
5	Wirausaha	15	15%
Total		100	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan profesi dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak menggunakan Wakjek ini adalah responden dengan profesi sebagai karyawan swasta dengan 35% diikuti dengan responden berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dan seterusnya.

Profesi sebagai karyawan swasta banyak menggunakan jasa wakjek dikarenakan Wakjek dapat diandalkan dalam kondisi apapun karena Wakjek dapat mengantar penumpang maupun mengantar pesanan,

selanjutnya untuk pelajar dan mahasiswa banyak yang menggunakan jasa Wakjek dikarenakan sebagian dari mereka tidak memiliki surat izin mengemudi jadi mereka lebih mengandalkan jasa ojek *online* Wakjek, dan untuk profesi wirausaha banyak yang menggunakan jasa Wakjek untuk mengantar dan mengirimkan barang pesanan dengan adanya Wakjek terciptalah satu pasok rantai supplychan. Berikut persentase karakteristik responden berdasarkan profesi jika dilihat dari diagram *pie*:

**Gambar 4 Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi**

Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Menggunakan jasa Wakjek dalam 1 Bulan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan seberapa sering menggunakan jasa ojek *online*

Wakjek dibagi menjadi 4 karakteristik yaitu: 2 kali, 3 kali, 4 – 5 kali, diatas 5 kali. Hasil analisa terhadap karakteristik responden berdasarkan penggunaan jasa Wakjek adalah sebagai berikut :

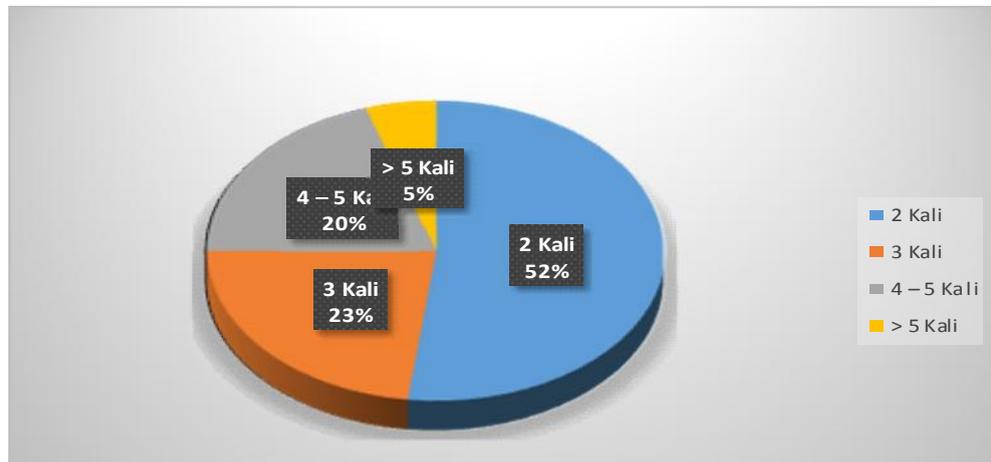
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa dalam 1 Bulan terakhir

No	Penggunaan jasa Wakjek	Jumlah	Persentase (%)
1	2 Kali	52	52%
2	3 Kali	23	23%
3	4 – 5 Kali	20	20%
4	> 5 Kali	5	5%
Total		100	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan penggunaan jasa dalam 1 bulan terakhir maka dapat disimpulkan bahwa responden banyak yang telah menaiki ojek *online* Wakjek sebanyak 2 kali dengan persentase 52% responden telah menaiki

Wakjek sebanyak 1 kali dan paling sedikit dengan menaiki ojek *online* Wakjek sebanyak > 5 kali dengan persentase 5%. Berikut persentase karakteristik responden berdasarkan penggunaan jasa dalam 1 bulan terakhir jika dilihat dari diagram *pie*:



Gambar 5 Diagram *Pie* Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa dalam 1 Bulan Terakhir

Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Memperoleh Informasi

Karakteristik responden berdasarkan darimana memperoleh informasi mengenai ojek *online* Wakjek dengan dibagi menjadi 8

bagian yaitu: Keluarga, Teman/Relasi, Brosur, Internet, Koran, Media Sosial, Tv Lokal, Majalah. Hasil analisa terhadap karakteristik responden berdasarkan memperoleh informasi adalah sebagai berikut:

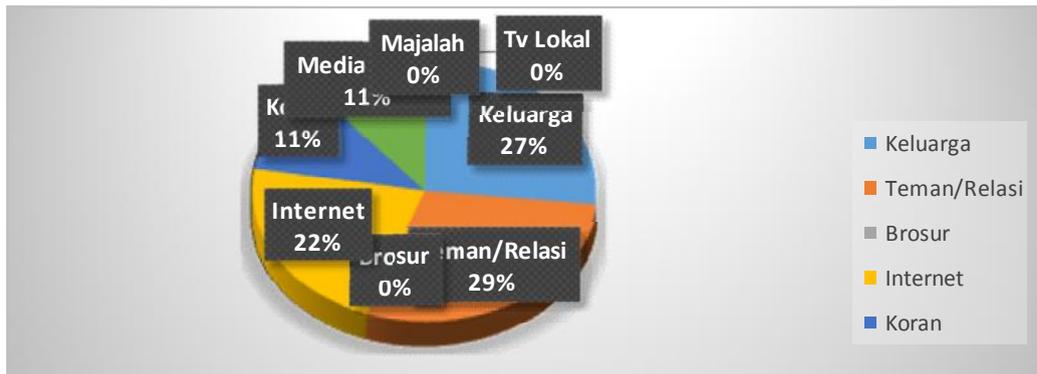
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Memperoleh Informasi

No	Penggunaan jasa Wakjek	Jumlah	Persentase (%)
1	Keluarga	24	24%
2	Teman/Relasi	26	26%
3	Brosur	-	-
4	Internet	20	20%
5	Koran	10	15%
6	Media Massa	10	15%
7	Tv Lokal	-	-
8	Majalah	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan memperoleh informasi banyak responden cenderung mengetahui informasi ojek *online* Wakjek melalui teman/relasi sebanyak 26% dikarenakan Wakjek ini sendiri menjadi baahan oerbincangan dimasyarakatkan dan juga ojek *online* pertama di Kota Batam. Berikut persentase karakteristik responden

berdasarkan perolehan informasi jika dilihat dari diagram *pie*:



Gambar 6 Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Memperoleh informasi
 Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

g. Karakteristik Responden Berdasarkan Pertimbangan Menggunakan Jasa

Karakteristik responden berdasarkan pertimbangan menggunakan jasa ojek online Wakjek dibagi menjadi 4 bagian yaitu: suasana

yang nyaman, harga terjangkau, pelayanan dari awal sampe akhir, mudah dipesan. Hasil analisa terhadap karakteristik responden berdasarkan pertimbangan menggunakan jasa ojek online Wakjek adalah sebagai berikut :

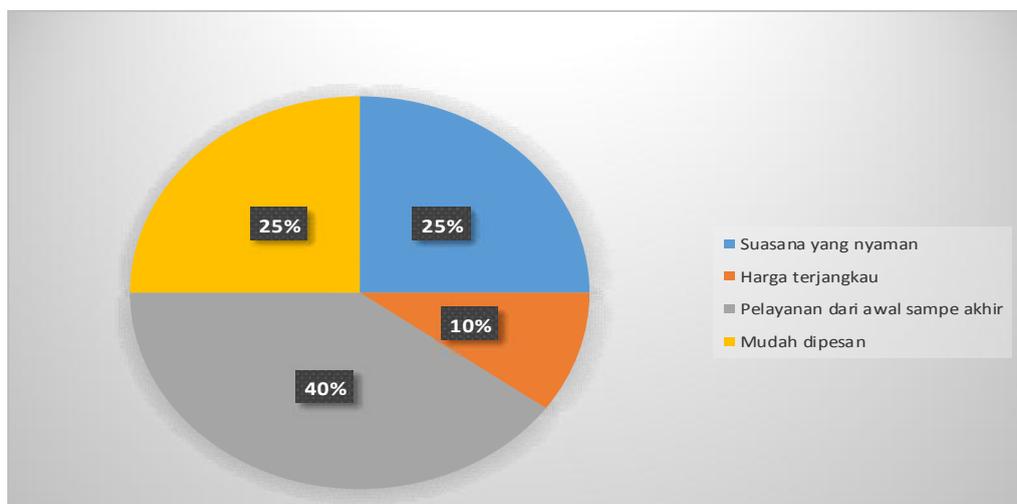
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pertimbangan Menggunakan Jasa

No	Penggunaan jasa Wakjek	Jumlah	Persentase (%)
1	Suasana yang nyaman	25	25%
2	Harga terjangkau	10	10%
3	Pelayanan dari awal sampe akhir	40	40%
4	Mudah dipesan	25	25%
Total		100	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan pertimbangan menggunakan jasa responden cenderung memilih pelayanan dari awal sampe akhir dengan persentase 40%, ini dikarenakan ojek online Wakjek memiliki komitmen dalam melakukan pelayanan sehingga mereka memberikan pelayanan ke

pada pelanggan dari awal pemesanan hingga akhir dari pemesanan dan pengantaran pelanggan tersebut. Berikut persentase karakteristik responden berdasarkan pertimbangan menggunakan jasa ojek online Wakjek jika dilihat dari diagram pie:



Gambar 7 Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Pertimbangan Menggunakan Jasa
 Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

h. Karakteristik Responden Berdasarkan Jarak Yang Ditempuh

Karakteristik responden berdasarkan jarak yang ditempuh ada 6 kriteria yaitu: jarak < 1

Km, 1 – 5 Km, 6 – 10 Km, 11 – 15 Km, 16 – 20 Km, > 20 Km. Hasil analisa terhadap karakteristik responden berdasarkan jarak yang ditempuh adalah sebagai berikut:

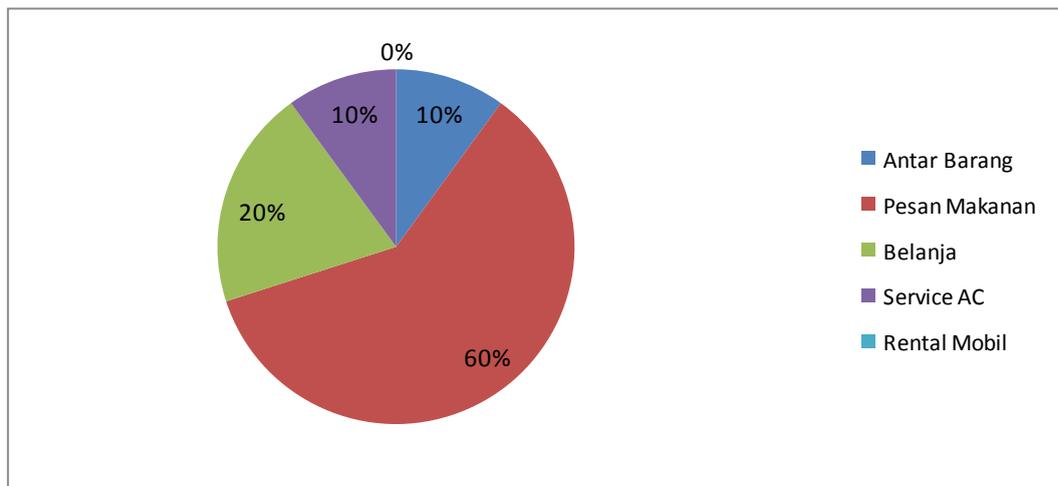
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jarak Yang Ditempuh

No	Jarak Yang Ditempuh	Jumlah	Persentase (%)
1	< 1 Km	25	25%
2	1 – 5 Km	24	24%
3	6 – 10 Km	26	26%
4	11 – 15 Km	25	25%
5	16 – 20 Km	-	-
6	> 20 Km	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan jarak yang ditempuh responden banyak yang menggunakan ojek online Wakjek dengan jarak tempuh 6 – 10 Km dengan persentase 26%, bisa dilihat banyak para pelanggan Wakjek yang memilih untuk menggunakan jasa wakjek dengan jarak

yang lumayan jauh dikarenakan banyak yang menggunakan untuk bekerja maupun memesan barang. Berikut persentase karakteristik responden berdasarkan pertimbangan menggunakan jasa ojek online Wakjek jika dilihat dari diagram *pie*:



Gambar 8
Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Jarak Yang Ditempuh

Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

i. Karakteristik Responden Berdasarkan Keputusan Layanan Yang Dipilih

Karakteristik responden berdasarkan keputusan layanan yang dipilih di kelompokan menjadi 5 bagian yaitu: Antar Barang, Pesan

Makanan, Belanja, Service AC, Rental Mobil. Hasil analisa terhadap karakteristik responden berdasarkan Layanan yang dipilih adalah sebagai berikut :

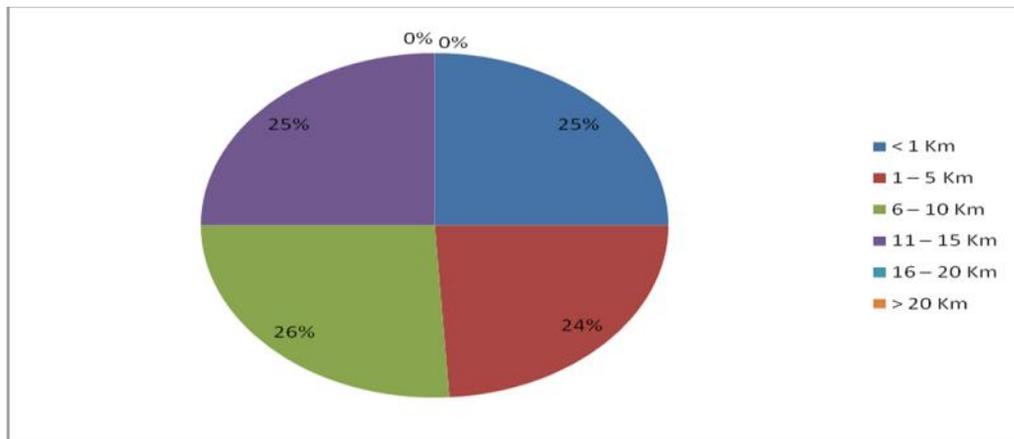
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan Yang Dipilih

No	Layanan Yang Dipilih	Jumlah	Persentase (%)
1	Antar Barang	10	10%
2	Pesan Makanan	60	60%
3	Belanja	20	20%
4	Service AC	10	10%
5	Rental Mobil	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan keputusan layanan yang dipilih responden banyak yang menggunakan ojek online Wakjek dengan memilih layanan Pemesanaan makanan dengan persentase 60%, karena banyak pelanggan dari Wakjek menggunakan jasa ojek online Wakjek ini untuk melakukan pemesanan makanan

karena jasa Wakjek memudahkan kita dalam melakukan pemesanan dan Wakjek pun dapat diandalkan dalam hal belanja, antar barang maupun service AC. Berikut persentase karakteristik responden berdasarkan keputusan layanan yang dipilih jika dilihat dari diagram pie :



Gambar 9 Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Jarak Yang Ditempuh

Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

Deskripsi Variabel Penelitian

1. Deskripsi Variabel Reliability (X1)

Variabel penelitian kemampuan untuk melaksanakan jasa diukur dengan menggunakan 8 item pertanyaan disetiap kinerja maupun harapan responden dari

dimensi variabel mengidentifikasi kemampuan untuk melaksanakan jasa. Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 responden mengenai kemampuan untuk melaksanakan jasa dari ojek *online* Wakjek adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Variabel Reliability (X1) Kinerja dan Harapan

Item	Skor Jawaban																				Mean	
	Kinerja										Mean	Harapan										
	1		2		3		4		5			1	2		3		4		5			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		f	%	f	%	f	%	f	%			
X1.1	0	0	2	2	20	20	56	56	22	22	3.98	0	0	10	10	43	43	39	39	8	8	3.45
X1.2	0	0	4	4	20	20	50	50	26	26	3.98	0	0	8	8	39	39	46	46	7	7	3.52
X1.3	0	0	0	0	24	24	68	68	8	8	3.84	0	0	9	9	42	42	42	42	7	7	3.47
X1.4	0	0	12	12	30	30	50	50	8	8	3.54	1	1	4	4	40	40	35	35	20	20	3.69
X1.5	0	0	8	8	12	12	58	58	22	22	3.94	0	0	17	17	29	29	41	41	13	13	3.5
X1.6	0	0	0	0	28	28	38	38	34	34	4.06	2	2	8	8	38	38	49	49	3	3	3.43
X1.7	0	0	2	2	20	20	46	46	32	32	4.08	2	2	9	9	26	26	48	48	15	15	3.65
X1.8	0	0	8	8	12	12	58	58	22	22	3.94	1	1	8	8	32	32	43	43	16	16	3.65

Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

Kriteria Item:

X1.1 : Kemampuan *driver* dalam merespon

X1.2 : *Driver* tepat waktu sampe ke tujuan

X1.3 : Motor tidak mogok saat mengantar penumpang

X1.4 : *Drive* melayani sesuai SOP

X1.5 : Aplikasi Wakjek Mudah digunakan

X1.6 : Wakjek dapat diandalkan masyarakat batam

X1.7 : Wakjek menjadi Alternative saat situasi macet

X1.8 : Layanan Wakjek 24 jam

Berdasarkan data olahan pada tabel diatas, pada kolom pertama menunjukkan kisaran nilai rata-rata pada reliability X1 dari item kinerja dengan *mean* berkisar pada 3.54 s/d 4.08. Pada variabel reliability merupakan dimensi mengidentifikasi kemampuan melaksanakan jasa keseluruhan indikator menunjukkan skor terbesar jawaban responden baik. Hal ini

berarti bahwa pelanggan Wakjek setuju dengan kemampuan melaksanakan jasa dengan baik.

Untuk masalah Harapan pada kolom harapan menunjukkan mean berkisar pada 3.43 s/d 3.69 menunjukkan tingkat harapan pelanggan wakjek berkisar pada jawaban penting, pelanggan Wakjek sangat merespon dari tingkat kinerja sahingga harapannya terletak di tingkat penting.

2. Deskripsi Variabel Responsivness (X2)

Variabel penelitian respon atau kesiapan diukur dengan menggunakan 6 item pertanyaan dari dimensi variabel mengidentifikasi respon dan kesiapan ojek online Wakjek. Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 responden mengenai respon dan kesiapan adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Variabel Responsivness (X2) Kinerja dan Harapan

Item	Skor Jawaban																				Mean	
	Kinerja										Mean	Harapan										
	1		2		3		4		5			1	2		3		4		5			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		f	%	f	%	f	%	f	%			
X2.1	0	0	0	0	28	28	38	38	34	34	4.06	1	1	13	13	24	24	48	48	14	14	3.61
X2.2	0	0	2	2	20	20	46	46	32	32	4.08	0	0	8	8	34	34	39	39	19	19	3.69
X2.3	0	0	3	3	13	13	56	56	28	28	4.09	0	0	6	6	34	34	39	39	21	21	3.75
X2.4	0	0	3	3	30	30	47	47	20	20	3.84	0	0	8	8	29	29	47	47	16	16	3.71
X2.5	0	0	0	0	12	12	59	59	29	29	4.17	0	0	7	7	13	13	59	59	21	21	3.94
X2.6	0	0	4	4	20	20	54	54	22	22	3.94	0	0	2	2	27	27	39	39	32	32	4.01

Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

Kriteria Item:

X2.1 : *Driver* mengkonfirmasi melalui aplikasi

X1.2 : *Driver* memberikan kesan positif

X1.3 : *Driver* menjawab pertanyaan pelanggan dengan baik

X1.4 : *Driver* mengantar dengan cepat sampai ketujuan

X1.5 : *Driver* memberi respon cepat dalam mengatasi kemacetan

X1.6 : Wakjek bisa melayani kapanpun dibutuhkan

Berdasarkan data olahan pada tabel diatas, pada kolom kinerja menunjukkan kisaran nilai rata-rata pada X2 yaitu kehandalan dari item kepentingan berkisar antara 3,84 s/d 4,17. Pada variabel kinerja (X2) merupakan respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dengan indikator menunjukkan skor terbesar jawaban responden baik. Hal ini berarti bahwa pelanggan Wakjek setuju dan mengharapkan kinerja dalam memberikan pelayanan dengan segera, akurat, dan memuaskan yang diberikan oleh Driver maupun perusahaan Wakjek.

Pada kolom kedua merupakan variabel Harapan dari item Harapan. Item Harapan menunjukkan nilai *mean* pada kisaran 3,61 s/d

4,01. Pada indikator X2.1, X2.4, X2.5, X2.6 yakni menunjukkan lebih dari 40 responden menganggap penting dari harapan pelanggan atas kinerja dari wakjek dalam merespon dan memberikan pelayanan kepada pelanggan.

3. Deskripsi Variabel Assurance (X3)

Variabel penelitian assurance diukur dengan menggunakan 9 item pertanyaan dari dimensi variabel mengidentifikasi kemampuan karyawan saat memberi layanan kepada pelanggan. Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 responden mengenai kemampuan karyawan memberikan pelayanan antara kinerja dan harapan adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Variabel Assurance (X3) Kinerja dan Harapan

Item	Skor Jawaban																			Mean		
	Kinerja										Mean	Harapan										
	1		2		3		4		5			1	2		3		4		5			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		F	%	f	%	f	%	f	%			
X3.1	0	0	2	2	6	6	13	13	79	79	4.69	0	0	1	1	17	17	50	50	32	32	4.13
X3.2	0	0	2	2	6	6	23	23	69	69	4.59	0	0	7	7	15	15	55	55	23	23	3.94
X3.3	0	0	1	1	10	10	19	19	70	70	4.58	0	0	0	0	26	26	40	40	34	34	4.08
X3.4	0	0	11	11	47	47	38	38	4	4	3.35	0	0	1	1	24	24	45	45	30	30	4.04
X3.5	0	0	10	10	41	41	46	46	3	3	3.42	0	0	2	2	20	20	56	56	22	22	3.98
X3.6	0	0	12	12	45	45	38	38	5	5	3.36	0	0	4	4	20	20	50	50	26	26	3.98
X3.7	2	2	5	5	40	40	35	35	18	18	3.62	0	0	0	0	24	24	68	68	8	8	3.84
X3.8	0	0	5	5	4	4	20	20	71	71	4.57	0	0	12	12	30	30	50	50	8	8	3.54
X3.9	3	3	9	9	36	36	52	52	0	0	3.37	0	0	8	8	12	12	58	58	22	22	3.94

Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

Kriteria Item:

- X3.1 : *Driver* mengemudi dengan hati-hati
 X3.2 : *Driver* dapat mengendarai dalam situasi hujan
 X3.3 : *Driver* memahami dan mematuhi rambu-rambu lalu lintas
 X3.4 : *Driver* memberikan senyum dan sapaan
 X3.5 : *Driver* berbicara dengan sopan
 X3.6 : *Driver* bersikap sopan
 X3.7 : Wakjek dapat mengantar penumpang dalam situasi macet
 X3.8 : Wakjek dapat diandalkan saat hujan
 X3.9 : Tidak pernah mendengar isu *negative* dari layanan Wakjek

Berdasarkan data olahan pada tabel diatas, pada kolom kinerja menunjukkan kisaran nilai rata-rata pada X3 yaitu *assurance* dari item kinerja berkisar antara 3,35 s/d 4,69. Pada variabel assurance (X3) merupakan dimensi mengidentifikasi *assurance* para petugas untuk melayani keinginan para pelanggan Wakjek.

Pelanggan merasa kinerja dari Wakjek baik dikarenakan rata-rata pelanggan banyak yang menjawab pada indikator baik.

Pada kolom kedua merupakan variabel *assurance* item harapan dimana nilai rata-rata pada kolom harapan berkisar antara 3,54 s/d 4,13 dengan tingkat harapan banyak yang memilih jawaban penting, berarti menunjukkan bahwa pelanggan dari ojek *online* Wakjek merasa bahwa Wakjek perlu untuk terus memberikan pelayanan maupun kemampuan untuk memiliki pengetahuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya oleh pelanggan Wakjek.

4. Deskripsi Variabel Emphaty (X4)

Variabel penelitian *emphaty* diukur dengan menggunakan 8 item pertanyaan dari dimensi variabel mengidentifikasi *emphaty* Wakjek kepada pelanggan ojek *online* Wakjek. Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 responden mengenai *emphaty* antara kinerja dan harapan adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Variabel Emphaty (X4) Kinerja dan Harapan

Item	Skor Jawaban																				Mean	
	Kinerja										Mean	Harapan										
	1		2		3		4		5			1	2		3		4		5			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		f	%	f	%	f	%	f	%			
X4.1	3	3	13	13	33	33	49	49	2	2	3.34	0	0	0	0	28	28	38	38	34	34	4.06
X4.2	4	4	16	16	34	34	44	44	2	2	3.24	0	0	2	2	20	20	46	46	32	32	4.08
X4.3	4	4	6	6	36	36	36	36	18	18	3.58	0	0	8	8	12	12	58	58	22	22	3.94
X4.4	2	2	10	10	30	30	45	45	13	13	3.57	0	0	0	0	28	28	38	38	34	34	4.06
X4.5	1	1	10	10	36	36	39	39	14	14	3.55	0	0	2	2	20	20	46	46	32	32	4.08
X4.6	1	1	14	14	23	23	51	51	11	11	3.57	0	0	3	3	13	13	56	56	28	28	4.09
X4.7	0	0	8	8	37	37	38	38	17	17	3.64	0	0	3	3	30	30	47	47	20	20	3.84
X4.8	0	0	9	9	36	36	39	39	16	16	3.62	0	0	0	0	12	12	59	59	29	29	4.17

Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

Kriteria Item:

X4.1 : Kemudahan dalam memesan *online*

X4.2 : Kemudahan lewat via telfon

X4.3 : Driver memiliki wawasan tentang rute yang harus dilewati

X4.4 : Drive berkomunikasi dengan Bahasa yang sopan

X4.5 : Driver menyediakan helm untuk penumpang

X4.6 : Perusahaan merespon dengan cepat keluhan pelanggan

X4.7 : Driver menyediakan jas hujan

X4.8 : Wakjek memasang tarif jelas dan murah

Berdasarkan data olahan pada tabel diatas, pada kolom kinerja menunjukkan kisaran nilai rata-rata pada X4 yaitu berkisar antara 3,24 s/d 3,64. Pada variabel *emphaty* (X4) merupakan dimensi mengidentifikasi perhatian yang diberikan dari perusahaan maupun driver Wakjek, secara umum indikator menunjukkan skor terbesar jawaban responden cukup baik dan baik. Hal ini berarti bahwa pelanggan

Wakjek setuju dan merasakan kinerja dari ojek *online* Wakjek baik dari dimensi *emphaty*.

Pada kolom kedua merupakan variable harapan yang diberikan oleh pelanggan Wakjek. Item harapan menunjukkan nilai *mean* pada kisaran 3,84 s/d 4,17. Pada item harapan jika dibandingkan dengan kinerja responden nilai rata-rata kinerja lebih kecil ketimbang harapan, berarti pelanggan wakjek masih mengharapkan kinerja yang lebih yang harus diberikan Wakjek dalam indikator *emphaty*.

5. Deskripsi Variabel Tangible (X5)

Variabel penelitian *tangible* diukur dengan menggunakan 6 item pertanyaan dari dimensi variabel mengidentifikasi bukti fisik yang diberikan oleh ojek *online* Wakjek. Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 responden mengenai bukti fisik antara kinerja dan harapan ojek *online* Wakjek adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Variabel Tangible (X5) Kinerja dan Harapan

Item	Skor Jawaban																				Mean	
	Kinerja										Mean	Harapan										
	1		2		3		4		5			1	2		3		4		5			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		f	%	f	%	f	%	f	%			
X5.1	0	0	10	10	33	33	46	46	11	11	3.58	0	0	4	4	20	20	54	54	22	22	3.94
X5.2	0	0	0	0	10	10	23	23	67	67	4.57	0	0	0	0	4	4	56	56	40	40	4.36
X5.3	0	0	4	4	10	10	18	18	68	68	4.5	0	0	2	2	30	30	47	47	21	21	3.87
X5.4	0	0	0	0	9	9	28	28	63	63	4.54	0	0	2	2	19	19	51	51	28	28	4.05
X5.5	0	0	2	2	6	6	13	13	79	79	4.69	0	0	11	11	47	47	38	38	4	4	3.35
X5.6	0	0	1	1	8	8	11	11	80	80	4.7	0	0	10	10	41	41	46	46	3	3	3.42

Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

Kriteria Item:

X5.1 : Keadaan motor dalam keadaan baik dan bersih

X5.2 : Kondisi motor nyaman untuk dinaiki

X5.3 : Kelengkapan motor sesuai standar

X5.4 : Drive selalu tampil bersih, rapi, harum dan wangi

X5.5 : Driver selalu menggunakan seragam Wakjek

X5.6 : Driver selalu menggunakan helm saat mengantar pelanggan

Berdasarkan data olahan pada tabel diatas, pada kolom kinerja menunjukkan kisaran nilai rata-rata pada X5 yaitu tangible dari item kinerja berkisar antara 3,58 s/d 4,95 Pada variabel tangible (X5) merupakan dimensi mengidentifikasi segala bukti fisik, fasilitas, peralatan, maupun tampilan fisik kendaraan. indikator menunjukkan skor terbesar jawaban responden baik dan sangat baik. Hal ini berarti bahwa pelanggan Wakjek telah merasakan kinerja yang sangat baik dari indikator tangible dengan skor tertinggi terdapat pada jawaban sangat baik dengan presentase 80%.

Pada kolom kedua merupakan variabel *tangible* dari item harapan atau. Item harapan

menunjukkan nilai *mean* pada kisaran 3,35 s/d 4,36. Pada item harapan jika dibandingkan dengan kinerja responden nilai rata-rata kinerja menunjukkan angka diatas harapan. Dapat dikatakan bahwa pelanggan ojek *online* Wakjek telah merasakan kinerja dari Wakjek dengan sangat baik.

6. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelayanan (Y)

Variabel penelitian kepuasan pelayanan (Y) diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan dari pelayanan dari ojek *online* Wakjek Di Kota Batam. Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 responden mengenai kepuasan pelanggan dari Wakjek antara kinerja dan harapan adalah sebagai berikut:

Tabel 6 Variabel Kepuasan Pelayanan (Y) Kinerja dan Harapan

Item	Skor Jawaban																				Mean	
	Kinerja										Mean	Harapan										
	1		2		3		4		5			1	2		3		4		5			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		f	%	f	%	f	%	f	%			
Y1.1	0	0	3	3	4	4	8	8	85	85	4.75	0	0	12	12	45	45	38	38	5	5	3.36
Y1.2	0	0	3	3	4	4	6	6	87	87	4.77	2	2	5	5	40	40	35	35	18	18	3.62
Y1.3	0	0	3	3	6	6	9	9	82	82	4.7	0	0	18	18	35	35	36	36	11	11	3.4
Y1.4	0	0	6	6	1	1	10	10	83	83	4.7	3	3	9	9	36	36	52	52	0	0	3.37

Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

Kriteria Item:

Y1.1 : Jasa yang ditawarkan sesuai ekspektasi pelanggan

Y1.2 : Kinerja driver Wakjek Sesuai SOP perusahaan

Y1.3 : Wakjek dapat diandalkan untuk mengurangi kemacetan

Y1.4 : Layanan Wakjek dapat diandalkan dalam jasa transportasi di Kota Batam

Berdasarkan data olahan pada tabel diatas, pada kolom kinerja menunjukkan kisaran nilai rata-rata pada Y yaitu kinerja dari ojek *online* Wakjek berkisar antara 4,7 s/d 4,75. Variabel ini menggambarkan kepuasan pelayanan secara keseluruhan yang dirasakan oleh responden mengenai ojek *online* Wakjek

Seperti yang terlihat pada kolom kinerja diatas menggambarkan kinerja secara keseluruhan mengenai kepuasan pelayanan yang diinginkan responden cukup tinggi dengan persentase 87% mengatakan kinerja dari ojek *online* Wakjek sudah sangat baik.

Pada kolom kedua merupakan variabel kepuasan pelayanan dari item harapan yang dirasakan oleh responden. Item harapan menunjukkan nilai *mean* pada kisaran 3,4 s/d 3,62. Pada item harapan jika dibandingkan dengan kinerja responden nilai rata-rata kinerja juga menunjukkan angka yang sangat tinggi. Dimana dapat dikatakan untuk kepuasan pelanggan dengan indikator kinerja telah melebihi harapan yang dibangun oleh responden.

3. Tingkat Kepuasan Konsumen

Tabel 1 Tingkat Kesesuaian Rata-Rata antara Kinerja dan Harapan

No	Nama Atribut	Tingkat Kesesuaian	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja	GAP
1	Kemampuan <i>driver</i> untuk merespon order dari penumpang	115.36	3.45	3.98	0.87
2	<i>Driver</i> tepat waktu sampai ketujuan pemesan	113.07	3.52	3.98	0.88
3	Motor tidak mogok pada saat mengantar penumpang	110.66	3.47	3.84	0.90
4	<i>Driver</i> melayani penumpang/pelanggan sesuai dengan SOP dari perusahaan Wakjek	95.93	3.69	3.54	1.04
5	Aplikasi dari Wakjek mudah digunakan saat melakukan pemesanan	112.57	3.5	3.94	0.89
6	Jasa transportasi wakjek dapat diandalkan oleh masyarakat Batam	118.37	3.43	4.06	0.84
7	Wakjek menjadi alternative anda untuk sampai ketujuan pada saat situasi macet	111.78	3.65	4.08	0.89
8	Layanan operasional Wakjek 24 jam	107.95	3.65	3.94	0.93
9	<i>Driver</i> merespon dengan cara mengkonfirmasi order dari pemesan melalui aplikasi	112.47	3.61	4.06	0.89
10	<i>Driver</i> memberikan kesan positif saat bertemu dengan penumpang/pelanggan	110.57	3.69	4.08	0.90
11	<i>Driver</i> menjawab pertanyaan pelanggan dengan baik	109.07	3.75	4.09	0.92
12	<i>Driver</i> mengantar pelanggan dengan cepat sampai ketujuan	103.50	3.71	3.84	0.97
13	<i>Driver</i> memberikan respon cepat dengan mencari alternative jalan dalam kondisi macet dan terdekat	105.84	3.94	4.17	0.94
14	<i>Driver</i> Wakjek bisa melayani kapanpun dibutuhkan	98.25	4.01	3.94	1.02
15	<i>Driver</i> Wakjek mengemudi motor dengan hati-hati sehingga penumpang merasa aman	113.56	4.13	4.69	0.88
16	<i>Driver</i> Wakjek dapat mengendarai dalam situasi hujan	116.50	3.94	4.59	0.86
17	<i>Driver</i> Wakjek memahami dan mematuhi rambu-rambu lalu lintas	112.25	4.08	4.58	0.89
18	<i>Driver</i> Wakjek memberikan sapaan dan senyuman saat awal bertemu penumpang	82.92	4.04	3.35	1.21
19	<i>Driver</i> selalu berbicara dengan sopan kepada pelanggan selama diperjalanan	85.93	3.98	3.42	1.16
20	<i>Driver</i> bersikap sopan selama diperjalanan	84.42	3.98	3.36	1.18
21	Wakjek dapat diandalkan saat mengantarkan penumpang dalam situasi macet	94.27	3.84	3.62	1.06
22	Wakjek dapat diandalkan saat mengantar penumpang dalam situasi hujan	129.10	3.54	4.57	0.77
23	Tidak pernah mendengar isu negatif dari layanan Wakjek	85.53	3.94	3.37	1.17
24	Pelanggan merasa mudah untuk memesan Wakjek dalam sistem <i>online</i>	82.27	4.06	3.34	1.22
25	Kemudahan menghubungi dalam via telepon	79.41	4.08	3.24	1.26
26	<i>Driver</i> Wakjek memiliki wawasan tentang rute jalan yang harus dilalui oleh Wakjek	88.83	3.94	3.5	1.13
27	<i>Driver</i> berkomunikasi dengan menggunakan bahasa sopan	87.93	4.06	3.57	1.14
28	<i>Driver</i> Wakjek menyediakan helm untuk penumpang/pelanggan	87.01	4.08	3.55	1.15
29	Perusahaan Wakjek selalu merespon dengan	87.29	4.09	3.57	1.15

	cepat keluhan dari pelanggan				
30	Anda yakin bahwa <i>driver</i> Wakjek menyediakan jas hujan	94.79	3.84	3.64	1.05
31	Wakjek memasang tarif yang jelas dan murah sesuai dengan tujuan penumpang	86.81	4.17	3.62	1.15
32	Keadaan motor yang dipakai Wakjek dalam keadaan baik dan bersih	90.86	3.94	3.58	1.10
33	Kondisi motor Wakjek dalam keadaan baik sehingga nyaman untuk dinaiki	104.82	4.36	4.57	0.95
34	Kelengkapan motor sesuai standar yang telah ditetapkan	116.28	3.87	4.5	0.86
35	<i>Driver</i> selalu tampil bersih, rapi, harum dan wangi	112.10	4.05	4.54	0.89
36	<i>Driver</i> selalu menggunakan seragam yang mudah dikenali oleh pelanggan	140.00	3.35	4.69	0.71
37	<i>Driver</i> selalu menggunakan helm saat mengendarai Wakjek untuk mengantar penumpang	137.43	3.42	4.7	0.73
38	Jasa yang ditawarkan Wakjek sesuai ekspektasi pelanggan	141.37	3.36	4.75	0.71
39	Kinerja <i>driver</i> Wakjek dilapangan sesuai SOP perusahaan	131.77	3.62	4.77	0.76
40	Wakjek dapat diandalkan dalam mengurangi kemacetan	138.24	3.4	4.7	0.72
41	Layanan Wakjek dapat diandalkan dalam jasa transportasi di Kota Batam	124.63	3.37	4.2	0.80
Rata - Rata		106.38	3.80	4.00	0.95

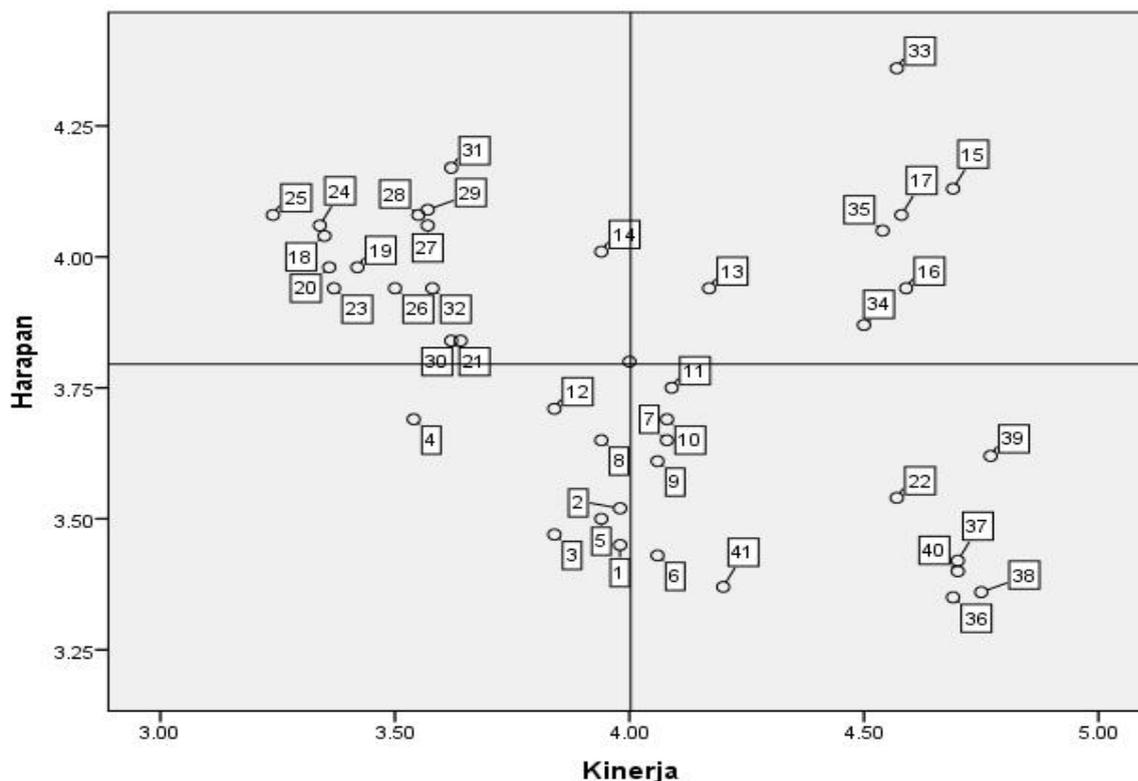
Sumber: Data Olahan Peneliti (2017)

Tabel diatas menjelaskan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan harapan , jika persentase < 80% maka dikatakan bahwa kinerja dari masing-masing atribut tidak dapat memenuhi harapan dari responden, jika persentase 80-100% maka dikatakan kinerja dari masing-masing indikator telah dapat memenuhi harapan dari konsumen tetapi masih perlu diperbaiki lagi, dan jika persentase >100% dapat dikatakan kinerja indikator tersebut telah melebihi dengan harapan konsumen Indrawingsih dan Sudrayanto (2007).

Pada tabel tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 106.38% dengan rentang nilai pada kisaran 79.41% s/d 141.37%. Atribut yang memiliki nilai sebesar 79.41% yaitu atribut nomor 25 merupakan atribut dari Kemudahan menghubungi dalam via telepon masih belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para konsumen dari ojek *online* Wakjek dan masih perlu dilakukan perbaikan. Atribut yang memiliki nilai 141.37% adalah atribut nomor 38 yaitu jasa yang ditawarkan Wakjek sesuai ekspektasi pelanggan sangat sesuai dengan harapan sehingga pihak perusahaan Wakjek perlu mempertahankan kualitasnya.

Berdasarkan tabel di atas, tingkat kepuasan pengguna ojek *online* Wakjek mempunyai gap rata-rata 0,71 artinya tingkat kepuasan pelanggan berada pada kondisi “cukup puas” terhadap masing-masing dimensi.

Nilai rata-rata tingkat Kinerja sebesar 4,00 dan rata-rata tingkat Harapan sebesar 3,80. Nilai rata-rata tersebut akan digunakan dalam menentukan diagram kartesius. Berikut penjabaran kuadran *importance performance analysis*:



Gambar Penjabaran Indikator dalam Diagram Kartesius

Sumber: Data Olahan SPSS, 20 (2017)

Berdasarkan gambar penjabaran atribut dalam diagram kartesius diatas menggambarkan keadaan yang berbeda. Pemetaan berdasarkan tingkat Kinerja dan harapan memungkinkan pihak Wakjek untuk segera melakukan perbaikan pada atribut yang dianggap penting oleh pelanggan. Pejelasan setiap kuadran adalah sebagai berikut:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Pada kuadran ini merupakan prioritas utama dimana responden merasakan atribut yang sangat penting tetapi merasakan tidak puas terhadap kinerja yang diberikan oleh pihak Wakjek. Adapun atribut tersebut adalah:

- a. Pernyataan nomor 14 yang menyatakan *Driver* Wakjek bisa melayani kapanpun dibutuhkan
- b. Pernyataan nomor 18 yang menyatakan *Driver* Wakjek memberikan sapaan dan senyuman saat awal bertemu penumpang
- c. Pernyataan nomor 19 yang menyatakan *Driver* selalu berbicara dengan sopan kepada pelanggan selama diperjalanan
- d. Pernyataan nomor 20 yang menyatakan *Driver* bersikap sopan selama diperjalanan
- e. Pernyataan nomor 21 yang menyatakan Wakjek dapat diandalkan saat mengantarkan penumpang dalam situasi macet
- f. Pernyataan nomor 23 yang menyatakan Tidak pernah mendengar isu negatif dari layanan Wakjek
- g. Pernyataan nomor 24 yang menyatakan Pelanggan merasa mudah untuk memesan Wakjek dalam sistem online
- h. Pernyataan nomor 25 yang menyatakan Kemudahan menghubungi dalam via telepon
- i. Pernyataan nomor 26 yang menyatakan *Driver* Wakjek memiliki wawasan tentang rute jalan yang harus dilalui oleh Wakjek
- j. Pernyataan nomor 27 yang menyatakan *Driver* berkomunikasi dengan menggunakan bahasa sopan
- k. Pernyataan nomor 28 yang menyatakan *Driver* Wakjek menyediakan helm untuk penumpang/pelanggan

- l. Pernyataan nomor 29 yang menyatakan Perusahaan Wakjek selalu merespon dengan cepat keluhan dari pelanggan
- m. Pernyataan nomor 30 yang menyatakan Anda yakin bahwa *driver* Wakjek menyediakan jas hujan
- n. Pernyataan nomor 31 yang menyatakan Wakjek memasang tarif yang jelas dan murah sesuai dengan tujuan penumpang
- o. Pernyataan nomor 32 yang menyatakan Keadaan motor yang dipakai Wakjek dalam keadaan baik dan bersih

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan dimana kuadran A merupakan prioritas utama dimana responden merasakan atribut yang sangat penting tetapi merasakan tidak puas terhadap kinerja yang diberikan oleh pihak Wakjek, dalam kuadran A terdapat 15 item yang sangat penting tetapi responden masih merasa tidak puas terhadap kinerja dari ojek *online* Wakjek. Dengan rata-rata harapan nya berkisar pada 3.75 – 4.20.

Untuk atribut nomor 14 pelanggan Wakjek kurang merasakan kepuasan karena Wakjek tidak sepenuhnya melayani masyarakat saat dibutuhkan, Atribut 18 yang menyatakan masih kurangnya untuk masalah *driver* Wakjek memberikan sapaan dan senyuman saat awal bertemu penumpang, serta untuk atribut 19 dan 20 *driver* Wakjek pun ada beberapa yang berbicara kurang sopan seperti masih bersikap cuek maupun lainnya.

Masih kurangnya Wakjek untuk dapat diandalkan dalam mengantarkan penumpang dalam keadaan macet Di Kota Batam terlihat pada atribut 21, Masih terdengarnya isu negatif tentang layanan ojek *online* Wakjek ini tergambar pada atribut 23, untuk atribut 24 dan 25 responden masih merasakan masih sulitnya menghubungi atau memesan ojek *online* Wakjek baik via telepon maupun *online*.

Driver Wakjek sendiri masih kurang dalam pengetahuan masalah rute-rute untuk tujuan pelanggan terlihat pada atribut 26 dan untuk atribut 27 masih kurangnya komunikasi yang sopan dari *driver* Wakjek. Untuk atribut 28 responden mengatakan masih ada *driver* Wakjek yang jarang memberikan helm kepada penumpangnya.

Serta untuk atribut 29, 30, 31, dan 32 responden masih merasakan pihak perusahaan masih kurang dalam menyikapi keluhan dari pelanggan, dan tarif ojek *online* Wakjek ini sendiri masih terbilang mahal dibandingkan tarif ojek *online* lainnya, dan untuk keadaan

motor masih ada nya motor yang digunakan *driver* tidak dalam kondisi yang baik maupun bersih.

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh pelanggan dan telah dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan. Atribut-atribut yang masuk pada kuadran ini harus tetap dipertahankan dan harus terus dikelola dengan baik, karena semua atribut ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan Wakjek sehingga pada atribut ini wajib dipertahankan. Adapun atribut tersebut adalah:

- a. Pernyataan nomor 13 yang menyatakan *Driver* memberikan respon cepat dengan mencari alternative jalan dalam kondisi macet dan terdekat
- b. Pernyataan nomor 15 yang menyatakan *Driver* Wakjek mengemudi motor dengan hati-hati sehingga penumpang merasa aman
- c. Pernyataan nomor 16 yang menyatakan *Driver* Wakjek dapat mengendarai dalam situasi hujan
- d. Pernyataan nomor 17 yang menyatakan *Driver* Wakjek memahami dan mematuhi rambu-rambu lalu lintas
- e. Pernyataan nomor 33 yang menyatakan Kondisi motor Wakjek dalam keadaan baik sehingga nyaman untuk dinaiki
- f. Pernyataan nomor 34 yang menyatakan Kelengkapan motor sesuai standar yang telah ditetapkan
- g. Pernyataan nomor 35 yang menyatakan *Driver* selalu tampil bersih, rapi, harum dan wangi

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan dimana kuadran B merupakan pertahankan prestasi dimana responden merasakan atribut yang sangat penting dan sangat memuaskan terhadap kinerja yang diberikan oleh pihak Wakjek sehingga pada atribut ini wajib dipertahankan, dalam kuadran B terdapat 7 item yang harus dipertahankan dan responden merasa puas dengan kinerja dari Wakjek 3,80 – 4,50.

Atribut 13 menyatakan *driver* memberikan respon cepat dengan mencari alternative jalan dalam kondisi macet dan terdekat atribut ini menunjukkan bahwa *driver* memiliki respon yang cepat, untuk atribut 15 yang menyatakan *Driver* Wakjek mengemudi motor dengan hati-hati sehingga penumpang

merasa aman membuat responden mengatakan bahwa *driver* Wakjek tidak kebut-kebutan, untuk atribut 16 yang menyatakan *Driver* Wakjek dapat mengendarai dalam situasi hujan, responden merasa walaupun dalam kondisi hujan *driver* Wakjek tetap berhati-hati dalam mengendarai motornya, atribut 17 yang menyatakan *Driver* Wakjek memahami dan mematuhi rambu-rambu lalu lintas membuat responden percaya karena *driver* Wakjek sangat mematuhi rambu-rambu lalu lintas dan tidak ugal-ugalan.

Untuk atribut 33, 34, dan 35 menyatakan kelengkapan dan kondisi motor Wakjek telah sesuai standar yang ditentukan dan *driver* Wakjek selalu tampil bersih, rapi, harum dan wangi.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Pada kuadran ini merupakan prioritas rendah dimana responden merasakan kinerja yang rendah namun tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga pihak Wakjek tidak perlu memprioritaskan atribut tersebut untuk diperbaiki. Adapun atribut tersebut adalah:

- a. Pernyataan nomor 1 yang menyatakan Kemampuan driver untuk merespon order dari penumpang
- b. Pernyataan nomor 2 yang menyatakan *Driver* tepat waktu sampai ketujuan pemesan
- c. Pernyataan nomor 3 yang menyatakan Motor tidak mogok pada saat mengantar penumpang
- d. Pernyataan nomor 4 yang menyatakan *Driver* melayani penumpang/pelanggan sesuai dengan SOP dari perusahaan Wakjek
- e. Pernyataan nomor 5 yang menyatakan Aplikasi dari Wakjek mudah digunakan saat melakukan pemesanan
- f. Pernyataan nomor 8 yang menyatakan Layanan operasional Wakjek 24 jam
- g. Pernyataan nomor 12 yang menyatakan *Driver* mengantar pelanggan dengan cepat sampai ketujuan

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan dimana kuadran C ini merupakan prioritas rendah dimana responden merasakan kinerja yang rendah namun tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga pihak Wakjek tidak perlu memprioritaskan atribut tersebut untuk diperbaiki, dalam kuadran C terdapat 7 item yang dirasa kinerjanya sangat rendah mulai dari item 1,2,3,4,5,8,12, namun

pihak Wakjek tidak perlu memprioritaskan atribut tersebut untuk diperbaiki.

4. Kuadran D

Kuadran ini wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kinerja yang dilakukan oleh pihak perusahaan dirasakan terlalu tinggi atau berlebihan. Adapun atribut tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pernyataan nomor 6 yang menyatakan Jasa transportasi wakjek dapat diandalkan oleh masyarakat Batam
- b. Pernyataan nomor 7 yang menyatakan Wakjek menjadi *alternatife* anda untuk sampai ketujuan pada saat situasi macet
- c. Pernyataan nomor 9 yang menyatakan *Driver* merespon dengan cara mengkonfirmasi order dari pemesan melalui aplikasi
- d. Pernyataan nomor 10 yang menyatakan *Driver* memberikan kesan positif saat bertemu dengan penumpang/pelanggan
- e. Pernyataan nomor 11 yang menyatakan *Driver* menjawab pertanyaan pelanggan dengan baik
- f. Pernyataan nomor 22 yang menyatakan Wakjek dapat diandalkan saat mengantar penumpang dalam situasi hujan
- g. Pernyataan nomor 36 yang menyatakan *Driver* selalu menggunakan seragam yang mudah dikenali oleh pelanggan
- h. Pernyataan nomor 37 yang menyatakan *Driver* selalu menggunakan helm saat mengendarai Wakjek untuk mengantar penumpang
- i. Pernyataan nomor 38 yang menyatakan Jasa yang ditawarkan Wakjek sesuai ekspektasi pelanggan
- j. Pernyataan nomor 39 yang menyatakan Kinerja driver Wakjek dilapangan sesuai SOP perusahaan
- k. Pernyataan nomor 40 yang menyatakan Wakjek dapat diandalkan dalam mengurangi kemacetan
- l. Pernyataan nomor 41 yang menyatakan Layanan Wakjek dapat diandalkan dalam jasa transportasi di Kota Batam

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan dimana kuadran D ini merupakan menunjukkan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, namun perusahaan telah melaksanakannya dengan baik, sehingga dianggap berlebihan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat

dikurangi, agar perusahaan dapat menghemat sumber daya, ada 12 item yang masuk ke dalam kuadran D.

4. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data yang telah penulis lakukan secara umum kepuasan pelayanan yang diberikan oleh ojek *online* Wakjek telah menunjukkan hasil yang baik hal ini dapat dilihat dari tingkat kesesuaian yang ditunjukkan oleh variabel Y yakni kepuasan pelayanan. Pada atribut kinerja nilai rata-rata variabel Y menunjukkan angka 4,77 sedangkan ada atribut harapan nilai rata-rata variabel Y menunjukkan angka 3,62. Hal ini berarti kepuasan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan ojek *online* Wakjek telah dapat memenuhi harapan dari pelanggan itu sendiri namun masih ada beberapa item yang perlu diperbaiki.

Dilihat dari kuadran A bahwa ada 15 item yang menjadi prioritas utama dimana responden merasakan atribut yang sangat penting tetapi merasakan tidak puas terhadap kinerja yang diberikan oleh pihak Wakjek. Item-item tersebut tergambar pada diagram kartesius diatas. Untuk kuadran B ada 7 item merupakan pertahankan prestasi dimana responden merasakan atribut yang sangat penting dan sangat memuaskan terhadap kinerja yang diberikan oleh pihak Wakjek sehingga pada atribut ini wajib dipertahankan. Kuadran C merupakan prioritas rendah dimana responden merasakan kinerja yang rendah namun tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga pihak Wakjek tidak perlu memprioritaskan atribut tersebut untuk diperbaiki ada 7 item pada kuadran C ini menunjukkan bahwa pelanggan merasakan kinerja yang tidak terlalu diharapkan. Sedangkan kuadran D memiliki 12 item dengan tingkat kepentingan yang relatif rendah dan dirasakan oleh pengguna terlalu berlebihan dengan tingkat kepuasan yang relative tinggi. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Irawati, Hati (2015)

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis kepuasan "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Ojek *Online* (Wakjek) Di Kota Batam" dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dari pelanggan ojek *online* Wakjek, dimana penulis

menyebarkan kuesioner ke 100 responden Wakjek dengan karakteristik pengguna yang telah menggunakan Wakjek lebih dari 1 kali dalam 1 bulan ini. Adapun karakteristik responden untuk jenis kelamin kebanyakan responden perempuan dengan tingkat persentase 52% dan laki-laki hanya 48%, untuk karakteristik usia responden usia 17 s/d 26 lah yang banyak menggunakan ojek *online* Wakjek. Adapun untuk karakteristik pendidikan terakhir yang paling banyak adalah tamatan SMA/Sederajat, untuk karakteristik profesi yaitu profesi karyawan swasta yang paling banyak dengan tingkat persentase 35%, dan untuk jenis layanan yang sering dipesan maupun digunakan adalah jenis pesan makanan dengan persentase 60%.

Penulis juga menggunakan teknik Importance Performance Analysis (IPA) menunjukkan hasil bahwa pada kuadran A harus menjadi prioritas utama yang harus ditingkatkan karena memiliki tingkat kinerja / harapan tinggi dengan kinerja yang dinilai kurang, dalam kuadran ini ada 15 atribut yang dinilai kurang memuaskan yaitu atribut dengan kode no 14, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32 atribut-atribut ini harus menjadi acuan untuk perusahaan ojek online Wakjek untuk diperbaiki.

Kuadran B harus dipertahankan karena memiliki tingkat kinerja/harapan tinggi dengan tingkat kinerja yang dinilai tinggi, item ini terdapat pada atribut no 13, 15, 16, 17, 33, 34, 35 atribut-atribut ini harus dipertahankan oleh perusahaan Wakjek.

Untuk kuadran C termasuk prioritas rendah karena memiliki tingkat kinerja/harapan terhadap atribut kualitas pelayanan dinilai tidak penting dan kinerjanya dinilai kurang ini terdapat pada atribut no 1, 2, 3, 4, 5, 8, 12

Sedangkan untuk kuadran D ini menunjukkan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, namun perusahaan telah melaksanakannya dengan baik, sehingga dianggap berlebihan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi, agar perusahaan dapat menghemat sumber daya, adapun itemnya sebanyak 12 item yang terdapat di kuadran D adalah no 6, 7, 9, 10, 11, 22, 36, 37, 38, 39, 40, 41.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah penulis lakukan secara umum kepuasan pelayanan yang diberikan oleh ojek *online* Wakjek telah menunjukkan hasil yang baik hal ini dapat dilihat dari tingkat kesesuaian yang

ditunjukkan oleh variabel Y yakni kepuasan pelayanan. Pada atribut kinerja nilai rata-rata variabel Y menunjukkan angka 4,77 sedangkan ada atribut harapan nilai rata-rata variabel Y menunjukkan angka 3,62. Hal ini berarti kepuasan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan ojek *online* Wakjek telah dapat memenuhi harapan dari pelanggan ojek *online* Wakjek itu sendiri namun masih ada beberapa item yang harus diperbaiki

Saran

Berdasarkan pembahasan yang diperoleh dari penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap mengenai analisis kepuasan “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Ojek *Online* (Wakjek) Di Kota Batam” adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada perusahaan agar terus diperbaiki kualitas dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Secara berkelanjutan akan bermanfaat terhadap perusahaan untuk menghadapi persaingan global saat ini dan dimasa yang akan datang.
2. Agar pihak Wakjek lebih memperhatikan kinerjanya karena pada kuadran A harus menjadi prioritas utama yang harus ditingkatkan karena memiliki tingkat kinerja / harapan tinggi dengan kinerja yang dinilai kurang, dalam kuadran ini ada 15 atribut yang dinilai kurang memuaskan yaitu atribut dengan kode no 14, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32 atribut-atribut ini harus menjadi acuan untuk perusahaan ojek *online* Wakjek untuk diperbaiki.
3. Serta harus mempertahankan item yang berada pada Kuadran B dikarenakan ada 7 atribut yang harus perusahaan Wakjek pertahankan agar kepuasan pelanggan terus tercipta.
4. Untuk kuadran C maupun kuadran D perusahaan juga harus memperhatikan nya tetapi tidak harus memperbaiki karena kuadran C maupun D tidak wajib untuk diperbaiki.
5. Memberikan masukan kepada perusahaan agar lebih peka terhadap masalah kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

Dwiwinasrih; Rina. (2009). Analisis Tingkat kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan

Bakmi Aisy di Depok. *Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma .Public Relations*” di Provinsi Banten. *MediaTor*, 9(2), 393-402.

Fonseca, Filipa; Pinto, Sofia; Brito, Carlos. (2010). Service Quality and Customer Satisfacation In Public Transports. *International Journal For Quality Research, UDK- 656.025.2:658.56 Short Scentic Paper (1.03)*.

Hamid, Fortuna Zain; Siambota, Ernita. (2010). Pengarus Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Jasa Ojek Online Go-jek. *Administrasi Bisnis Terapan Poiteknik Negeri Jakarta .*

Hati, S.W., Irawati, R., & Wirangga, A. (2014). Motivasi Kerja Terhadap Kondisi Sosial ekonomi Tenaga Kerja Wanita di Sektor Industri. *Proceeding Applied Business and Engineering Conference (ABEC)*

Irawati, Rusda; Hati, Shinta Wahyu. (2015). Survei Kepuasan Pelanggan Pelabuhan Penyebrangan Domestik Sekupang. *Jurusan Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam .*

Jahanshasi, Asghar Afsar; Gashti, Mohammad Ali Hajizadeh; Mirdamadi, Sayed Abbas; Nawaser, Khaled; Khaksar, Seyed Mohammad Sadeq. (2011). Study The Effects of Customer Service and Product Quality On Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal Of Humanities and Social Science , Vol 1 No 7*.

Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa*. Ciawi, Bogor: Ghalia Indonesia.

Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Marketing management (13th ed.)*. New Jersey : Prentice Hall, Inc.

Ravichandran, K.; Mani, B. Tamil; Kumar, S. Arum; Prabhakaran, S. (2010). Influnce of Service Quality on Customer Satisfacation Application of Servqual Model. *International Journal of Business and Management , Vol 5 No 4*.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang; Susanti, Fatonah Eka. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta.

Umar, Z. A. (2012, Maret). Strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volumen penjualan ikan tuna olahan pada PT Betel Citra Seyan Gorontalo. *Jurnal INOVASI*, 9(1), 1-2