

## DAMPAK LAYANAN DAN KUALITAS SISTEM PADA KEPUASAN PELANGGAN

**Ketut Asteri<sup>1</sup>, Herman Sjahrudin<sup>2\*</sup>, Muh. Akob<sup>2</sup>, Hasyim Mochtar**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bongaya, Makassar, Indonesia (ketutastrid91@gmail.com)<sup>1</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bongaya, Makassar, Indonesia

(herman.sjahrudin@stiembongaya.ac.id)<sup>2\*</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bongaya, Makassar, Indonesia (akob.kadir@gmail.com)<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bongaya, Makassar, Indonesia (hasyimochtar@yahoo.com)<sup>3</sup>

---

**ABSTRACT :** *Customer satisfaction is an important factor in the sustainability of the company. Some researchers explore the determining factors of creating customer satisfaction. Based on the statement, this study retests the impact of service quality and system quality on customer satisfaction. The data obtained in this study was obtained through the dissemination of questionnaires with a sample number of 120 respondents and there were 21 data that were not used because they did not meet the criteria in the study. Sampling techniques in this finding using accidental sampling, the results of regression data show that good quality of service will encourage the level of customer satisfaction. The condition is different from the quality of the system which shows that the quality of the system does not contribute to customer satisfaction.*

**Keywords:** *Servqual, System Quality, Customer Satisfaction.*

**ABSTRAK :** Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam keberlangsungan hidup perusahaan. Beberapa peneliti mengeksplorasi faktor penentu tentang terciptanya kepuasan pelanggan. Berdasarkan pernyataan tersebut studi ini menguji Kembali dampak dari kualitas layanan dan kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan. Perolehan data dalam penelitian ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden dan terdapat 21 data yang tidak digunakan karena tidak sesuai dengan kriteria dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam temuan ini menggunakan *accidental sampling*, hasil olah data regresi menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik akan mendorong tingkat kepuasan pelanggan. Kondisi tersebut berbeda dengan kualitas sistem yang menunjukkan bahwa kualitas sistem tidak berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

**Keywords:** *Kualitas Layanan, Sistem, Kepuasan*

### **To Cite This Artikel**

Asteri, Ketut, Sjahrudin.H. , Akob.M. & Mochtar, Hasyim (2021). Dampak Layanan Dan Kualitas Sistem Pada Kepuasan Pelanggan. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol. 18, No.2, Tahun 2021. DOI: <https://doi.org/10.29259/jmbt.v18i2>

---

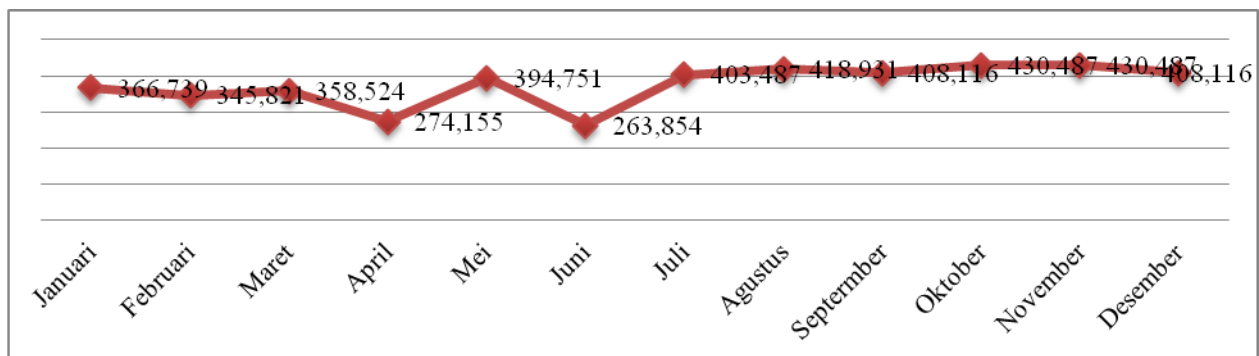
## PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa merupakan hal yang penting untuk keberlangsungan hidup perusahaan, hal ini disebabkan tingginya intensitas persaingan pada bisnis jasa. Kepuasan pelanggan atas jasa yang diberikan mengakibatkan pelanggan menjadi loyal terhadap jasa yang diberikan sehingga akan menggunakan jasa perusahaan secara terus menerus (Sholeha et al., 2018). Tinggi ataupun rendahnya kepuasan pelanggan diakibatkan oleh beberapa aspek, seperti : kenyamanan, keamanan, kualitas layanan, kualitas sistem, dan jaminan (Prawiranta & Diana, 2018 ; Tresiya et al., 2019; Akbar & Sjahrudin, 2020). Diantara beberapa faktor tersebut, terdapat dua faktor penting yaitu : kualitas layanan dan kualitas sistem. Hal ini disebabkan karena jika pelanggan memperoleh layanan yang baik dan sistem yang berkualitas maka berdampak pada terciptanya kepuasan mereka selaku pelanggan (konsumen) dalam produk dan jasa yang ditawarkan. Pemberian kualitas layanan yang baik akan mendorong rasa senang dan puas pada diri pelanggan saat menggunakan layanan yang ditawarkan perusahaan (Hanifa et al., 2019).

Pernyataan tersebut relevan dengan temuan penelitian (Rivaldy & Haerudin, 2020; Rizqian & Prihantono, 2020) bahwa kualitas layanan yang baik dan diukur dengan *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* berdampak pada kepuasan pelanggan yang tinggi ditunjukkan melalui kesetiaan, keluhan dan partisipasi (Soromi et al., 2019). Inkonsistensi temuan ditunjukkan pada studi yang dilakukan Tresiya et al., (2019) bahwa perbaikan pada kualitas layanan dalam pelaksanaannya tidak dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain pada aspek kualitas layanan terdapat pula faktor kualitas sistem yang digunakan sebagai pengukur pengelolaan informasi yang berfokus pada pelanggan dan sistem (Kertahadi et al, 2015). Pernyataan tersebut terkonfirmasi pada studi Negara & Pratomo, (2019) bahwa kualitas sistem yang baik, dicirikan dengan adaptasi, ketersediaan, waktu respon, dan kegunaan berpengaruh nyata dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi. Hasil berbeda ditemukan pada studi Agani & Azis, (2021) bahwa kualitas sistem yang baik tidak dapat meningkatkan perasaan puas dari pelanggan.

Penciptaan kepuasan pada bisnis jasa transportasi merupakan kesuksesan usaha, tingginya intensitas pengguna jasa dalam memanfaatkan layanan yang diberikan menjadi bukti dari kepuasan yang dirasakan pelanggan. PT. Gojek Indonesia Branch Makassar. Yang bergerak di bidang transportasi untuk memperlihatkan jumlah pengguna, maka ditampilkan gambar berikut :



Gambar 1. Pengguna Gojek Makassar Tahun 2020

Gambar tersebut merupakan fakta lapangan yang menunjukkan jika kualitas layanan dan kualitas sistem yang baik akan memberi dampak terhadap kepuasan pelanggan demikian pula

sebaliknya. Hal ini terbukti terjadi kenaikan pengguna Gojek pada bulan Oktober 2020 sebanyak 430.974 pelanggan. Namun setelah kenaikan tersebut terjadi maka di bulan November dan Desember 2020 ditemukan adanya penurunan jumlah pengguna, kondisi tersebut disebabkan karena beberapa hal diantaranya: kualitas layanan yang diberikan oleh driver Gojek yang tidak seperti bagaimana seharusnya karena driver kesulitan berkomunikasi disebabkan adanya peraturan pemerintah di masa pandemik. Selain itu pelanggan yang tadinya telah memiliki langganan driver, di masa pandemik tidak lagi melakukan pemesanan seperti bagaimana biasanya.

Berdasarkan fakta lapangan tersebut, pemilihan perusahaan Gojek yang dilakukan pada temuan studi ini untuk membuktikan dampak dari kualitas layanan dan sistem terhadap kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat dilihat dari jumlah tingkat pengguna. Kepuasan pelanggan berdasarkan teorinya (Richard Oliver L, 1977; dalam Ramli & Sjahrudin, 2015) berujung pada *confirmation teori*, bahwa apabila pelanggan merasa kurang atau tidak senang akan hasil yang diterima pelanggan akan melakukan *disconfirmation* dan sebaliknya apabila pelanggan merasa puas, pelanggan akan melakukan konfirmasi. Merujuk pada kesenjangan penelitian dan fakta empiris, permasalahan dari studi ini, yaitu apakah kualitas layanan dan sistem memiliki keterikatan terhadap kepuasan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Layanan**

Kualitas layanan merupakan representasi dari suatu keadaan yang meliputi kecepatan dalam melayani konsumen, kesukarelaan dalam menangani kebutuhan dari para konsumen (Parasuraman et al. 1998). Kualitas layanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan dalam keberhasilan suatu perusahaan, dimana perusahaan menawarkan dan memberikan semua kemampuan terbaiknya sesuai ekspektasi pelanggan dan sebagai alternative dalam menghadapi pesaing (Mokhtar & Sjahrudin, 2019; Rizqiawan & Prihantono, 2020).

Perbaikan pada kualitas layanan mendorong ke arah positif, tingkat layanan mempunyai hubungan erat dengan kepuasan, layanan yang baik akan memperoleh kepuasan yang tinggi dari pelanggan begitu pula sebaliknya ketidakpuasan atas kualitas layanan yang diberikan penyedia jasa atas dijadikan alasan berpindahnya pelanggan ke pemberi jasa yang lain, tingginya layanan memiliki hubungan erat dan positif terhadap kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2013 : 123; Themba ., 2019). Tinggi tingkat layanan yang diterima maka semakin besar kepuasan yang dirasakan, sehingga dibuat hipotesis pertama pada studi ini, yaitu:

H<sub>1</sub>: Kualitas layanan berdampak positif pada kepuasan pelanggan jasa transportasi gojek online

### **Kualitas sistem**

Kualitas sistem merupakan suatu alat yang digunakan dalam melayani di suatu instansi yang berhubungan dengan masyarakat umum, ataupun pihak dari instansi untuk mendapatkan suatu informasi atas kejadian manajemen baik secara internal maupun eksternal yang akan dipakai untuk mengambil sebuah keputusan (Jogiyanto, 2005 ; 697). Sistem merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu pengelolaan informasi yang berfokus pada layanan sistem dan pelanggan (Kertahadi et al, 2015). Jika perusahaan memiliki sistem informasi layanan dalam teknologi yang baik maka dengan sendirinya akan memberikan rasa puas kepada pelanggan (Ulita, 2019).

Kualitas sistem yang terdapat dalam suatu organisasi atau perusahaan yang akan mempermudah setiap aktivitas atau kegiatan yang dijalani, dan sistem yang ada dalam organisasi ini berpengaruh dalam pengambilan keputusan manajemen puncak (Ulita, 2019). Jika kualitas sistem telah mampu dalam menjalankan bisnis atau usaha tentunya hal ini akan meningkatkan dan memperoleh kepuasan yang tinggi dari pelanggan (Prawiranta & Diana, 2018). Dengan kualitas sistem yang baik maka akan mendorong minat pelanggan untuk memakai sistem tersebut secara berulang. Mengacu pada pernyataan tersebut, maka dapat dibuatkan hipotesis kedua pada studi ini, yaitu:

H<sub>2</sub>: Kualitas sistem berdampak positif pada kepuasan pelanggan jasa transportasi gojek online.

### **Kepuasan pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan aktivitas, yang dirasakan pelanggan saat melihat kinerja dari suatu jasa yang didapatkan (Sholeha et al., 2018). Kepuasan pelanggan merupakan persepsi atau ekspektasinya terhadap kinerja. Konsumen merasa senang Ketika keinginannya lebih dari apa yang dipikirkan. (Irdhayanti & Firayanti, 2019). Representasi terjadi atau tidaknya perasaan puas yang dialami pelanggan dijelaskan melalui *expectancy disconfirmation model* yang mengemukakan apabila pelanggan merasa kurang atau tidak senang dan kecewa terhadap jasa yang diterima akan melakukan *disconfirmation* dan sebaliknya apabila pelanggan merasa puas, pelanggan akan melakukan konfirmasi (Richard Oliver L, 1977; dalam Ramli & Sjahrudin, 2015).

Studi yang dilakukan Negara & Pratomo, (2019) memberikan bukti jika variabel kualitas layanan lebih besar kontribusinya dalam pemodelan dibandingkan kualitas sistem. Peneliti lainnya, Hasil serupa juga ditemukan pada riset Agani & Azis, (2021). Kualitas layanan yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan karena semakin baik persepsi pelanggan atas pelayanan jasa maka semakin meningkat kepercayaan dan kepuasan yang dialami, sehingga diajukan rumusan hipotesis ketiga pada temuan ini, yaitu:

H<sub>3</sub>: Kualitas layanan memberikan efek dominan pada kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek Online

### **METODE RISET**

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *accidental sampling*, yang merupakan penarikan sampel dimana populasinya tidak diketahui pasti jumlahnya, aksidental dilakukan dengan menentukan sampel pada saat individu tersebut menggunakan dan atau memanfaatkan jasa Gojek. Distribusi kuesioner pada pelanggan Gojek selama kurun waktu dua pekan pada beberapa area di Kota Makassar yang dipandang ramai, seperti pada perumahan dan perkantoran sehingga diperoleh 99 partisipan.

Pembobotan pada masing-masing konstruk disajikan dengan 5 opsi, dimulai dengan skor sangat baik/tinggi, buruk/rendah. Untuk operasionalisasi, kualitas layanan dinyatakan sebagai perbedaan pendapat atas jasa yang diperoleh dan dijabarkan melalui kehandalan, *responsiveness*, jaminan berkendara, empati dan *tangible* (Wardana & Seno, 2019). Untuk kualitas sistem dinyatakan sebagai respon atas sistem layanan Gojek online berdasarkan kebutuhan yang diharapkan (Negara & Pratomo, 2019), yang dicirikan dengan adaptasi, ketersediaan, kegunaan dan *time to response*. Selanjutnya pada kepuasan pelanggan yang dinyatakan sebagai perasaan yang dirasakan seperti rasa senang atau kecewa yang terjadi Ketika merasakan perbedaan antara pikiran atas ekspektasinya terhadap hasil kerja yang berada dibawa harapan, pelanggan

akan merasa puas dan senang ketika kinerja melebihi dari keinginan (Irdhayanti & Firayanti, 2019), yang ditunjukkan dengan kesetiaan, keluhan dan partisipasi.

## PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Deskripsi partisipan pada riset ini dicirikan dengan gender, usia, level pendidikan akhir, penghasilan dan intensitas penggunaan serta pekerjaan. Pemilihan kriteria tersebut dipandang dapat menjadi penjabar dalam menganalisis kepuasan pelanggan.

Tabel 1 Kriteria Responden

Kriteria	Partisipan (N=99)	Persentase (%)
Gender		
Pria	57	57,6
Wanita	42	42,4
Usia (Tahun)		
17 – 25	86	86,9
26 – 35	5	5,1
36 – 52	8	8,1
Level pendidikan		
Mahasiswa	53	53,50
Sarjana	29	29,30
SMU (Setara)	17	17,20
Penghasilan (Rp)		
500,000	63	63,6
> 1,000,000	24	24,2
< 5,000,000	12	12,1
Intensi penggunaan		
2 X	21	21,2
5 X	24	24,2
10 X	19	19,2
20 X	30	30,3
> 20 X	5	5,1
Pekerjaan		
Belum Bekerja	73	73,7
Karyawan Swasta	23	23,2
Aparatur Sipil Negara	3	3,0

Terdapat 99 responden yang memberikan penilaian yang didominasi dengan perempuan = 57 orang dan sisanya sebanyak 42 orang berjenis kelamin laki-laki. Dikarena layanan Driver Gojek membuat pelanggan perempuan merasa aman Ketika berpergian menggunakan jasa transportasi Gojek online, ini disebabkan karena perolehan layanan sesuai dengan apa yang dipikirkan. Baik dari segi bukti fisik, kehandalan para driver dalam mengendarai sepeda motor, *jaminan*, *responsive* dan *emphaty* driver kepada pelanggan menjadi salah satu tolak ukur kenapa kebanyakan perempuan memilih Gojek sebagai alternatif saat berpergian. Rerata usia yang paling banyak menggunakan transportasi Gojek berusia 17 sampai 58 tahun dengan total perolehan responden sebanyak 86 orang atau 86,9%. Hal ini karena pada usia itu kebanyakan

dari pelanggan berstatus mahasiswi/mahasiswa sebanyak 53 orang atau 53,50% status belum bekerja sebanyak 73 orang atau 73,7 % dengan pendapatan rata-rata Rp. 500.000 - < Rp. 5000.000 dengan frekuensi penggunaan paling banyak sebesar 20 kali dengan total 30 orang atau 30,3%.

Instrumen riset diyakini dapat digunakan jika instrument tersebut memenuhi keabsahan dan kehandalan dari data yang digunakan, berikut dibawah ini disajikan datanya.

Tabel 2 Validity ( $r > 0,60$ ) Dan Reliability ( $\alpha > 0,60$ )

Pengukur	Pearson Correlation	Cronbach's Alpha
Tang1	0,718	0,928
Tang2	0,718	
Tang3	0,646	
Reli1	0,756	
Reli2	0,779	
Reli3	0,683	
Resp1	0,781	
Resp2	0,724	
Resp3	0,657	
Ass1	0,621	
Ass2	0,670	
Ass3	0,679	
Emp1	0,712	
Emp2	0,738	
Emp3	0,725	
Total KL	0,707	
Ava1	0,786	0,888
Ava2	0,777	
Ava3	0,833	
Adapta1	0,787	
Adapta2	0,812	
Adapta3	0,690	
Respon1	0,598	
Respon2	0,615	
Respon3	0,619	
Uss1	0,668	
Uss2	0,687	
Uss3	0,668	
Total KS	0,675	
Kess1	0,620	0,849
Kess2	0,763	
Kess3	0,642	
Keluh1	0,595	
Keluh2	0,706	
Keluh3	0,723	
Parts1	0,692	
Parts2	0,707	
Parts3	0,743	
Total KPS	0,677	

Keseluruhan konstruk menunjukkan adanya kesahihan dengan hasil korelasi  $> 0,60$  ( $p < 0,05$ ) dengan nilai kehandalan  $> 0,60$ . Pada bagian berikutnya pemanfaatan regresi pada

suatu model analisis dinyatakan bersyarat jika penggunaan data telah memenuhi persyaratan asumsi, untuk itu dapat ditunjukkan:

### Kenormalan Data

Tabel 3 Kenormalan Data

<i>Model test</i>	Z-score	p-value	Keputusan
Runs test	-908	364	berdistribusi normal
One sample Kolmogorov smirnov test	200	0.70	berdistribusi normal

Nilai uji normalitas dari uji *Run Test* sebesar  $364 > 0,05$ , dan nilai dari uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test sebesar  $0,70 > 0,05$ . Hasil kedua variabel pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil data pada kedua variabel berdistribusi secara normal.

### Gangguan Hubungan

Tabel 4 Autokorelasi Data

Parameter	Hasil
DW	1.842
DU	17.040
DL	16.143
Hipotesis Nol	Tidak ada autokorelasi
KKeputusan	Tidak ditolak

*Durbin watson test* sebesar 1.842, nilai pembanding signifikan pada temuan ini adalah 0,05 atau 5%, dengan sampel sebanyak 99 (n) dan (k=2) untuk variabel independen maka di peroleh nilai DL sebesar 16.143 dan nilai Du sebesar 17.040 dan nilai  $4 - Du$  sebesar 2,296 artinya  $17.040 < 1.842 < 2,3857$  dan dapat dikatakan model tersebut tidak ada autokorelasi.

### Gangguan Hubungan Antara Variabel Bebas

Tabel 5 Multikol

Konstruk	Tolerance <1	Value influence factor <10
KL	0,789	1,268
KS	0,789	1,268

Kausalitas kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai *tolerance* sebesar  $0,789 < 1$ , untuk *value influence factor* menunjukkan nilai sebesar  $1.268 < 10$ . Sedangkan kualitas sistem menggambarkan kausalitas kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai *tolerance* sebesar  $0,789 < 1$ , dan untuk *value influence factor* menunjukkan nilai sebesar  $1.268 < 10$ . Hal ini membuktikan jika TOL keduanya  $<$  dan nilai VIF  $< 10$ .

### Gangguan Keragaman Data

Tabel 6 Heterokedastisitas

Kausalitas (Glejser)			P-value	Simbol	P-value
KL	è	KP	116	>	0,05
KS	è	KP	325	>	0,05

Pengujian keseragaman data menunjukkan hasil pengujian kualitas layanan terhadap kepuasan mendapatkan nilai  $p\text{-value } 116 > 0,05$ , kemudian pada pengujian kedua pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan mendapatkan nilai  $p\text{-value } 325 > 0,05$ . Berdasarkan data tersebut menunjukkan Kedua variabel memiliki keseragaman data dan terbebas dari heterokedastisitas

### Kesearahan Data

Tabel 7 Linearitas

Kausalitas	Linearirty (Sig.)	Deviation From Linearity (Sig.)	Keputusan
KL → KP	0,194	0,642	Linear
KST → KP	0,095	0,074	Linear

Nilai linearitas dan nilai deviation linearity efek kualitas layanan dan kualitas system pada kepuasan menunjukkan hasil yang  $> 0,05$ , sehingga dengan merujuk pada standar yang digunakan ( $p\text{-value} = >0.05$ ), maka data dari masing variabel pengamatan kualitas layanan (KL) → Kepuasan (kp) dan kualitas sistem (KST) → kepuasan (kp) dapat dikatakan mempunyai hubungan yang se-arah (linear).

### Deskripsi Data

Tabel 8 Statistik Deskriptif

Variabel	Rerata	Simbol	Std Deviation
KPS	385	>	47,48
KL	412	>	53,77
KS	377	>	52,93

Deskripsi pada KPS (kepuasan), KST (kualitas sistem) dan KL (kualitas layanan) dan memiliki nilai rerata = 377.6162 (KST), 385.0606 (KPS) dan 412.6869 untuk KPS  $>$  dibandingkan dengan nilai Std. Deviation yang secara berurut disebutkan 47.48121 (KPS), 52.93194 (KST) dan 53.77175 untuk (KL) sehingga dapat dinyatakan jika penggunaan data cenderung berdistribusi dengan baik.

### Goodness of Fitt Model

Model yang baik merupakan salah satu syarat pada pemodelan regresi sehingga analisis data dapat digunakan dalam pengambilan keputusan jika terdukung dengan model yang layak.

Tabel 9 Kelayakan Model



Kausalitas			F <sub>hitung</sub>	Simbol	F <sub>tabel</sub>	p-value
KL	→	KPS	17,707	>	3,9545	000
KS	→	KPS				

Pengujian Fisher test, menunjukkan nilai F-hitung = 17,707 dan nilai F-tabel = 3.9545 hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai F-hitung > F-tabel sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini layak (memenuhi uji kelayakan model).

### Regresi Ganda

Tabel 10 *Student test*

Kausalitas			Standardisasi Beta Koefisien	t <sub>hitung</sub>	Simbol	t <sub>tabel</sub>	P-value
(Constant)			0,189				
Std. Error			0,36				
KL	→	KPS	0,501	5,101	<	1,98447	000
KS	→	KPS	0,37	0,377	>	1,98447	707

berdasarkan nilai dari t<sub>hitung</sub> 5,101 > 1,98447 t<sub>tabel</sub> sehingga (H<sub>1</sub>) yang diajukan yaitu kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek Online Di Kota Makassar dinyatakan diterima atau terbukti, dilihat pada t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub>. Pada hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) yang diajukan yaitu kualitas sistem berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dari t<sub>hitung</sub> 0,377 < 1,98447 t<sub>tabel</sub> dengan nilai P-value 0,707 > 0,05.

### Kontribusi Pemodelan

Tabel 11 *Student test*

Kausalitas	Pearson Correlation	X	Standardized Coefficients	Kontribusi	R	R Square
KL → KPS	0,518	X	0,501	0,260	519	269
KS → KPS	0,267	X	0,37	0,098		

Sumber : Data olahan SPSS V25 (2021).

KL memiliki koefisien korelasi = 518 sementara KST memiliki koefisien korelasi = 267. Analisis R<sup>2</sup> menunjukkan bahwa uji koefisien determinasi (R) = 0,519 yang berarti bahwa kontribusi yang diberikan terkategori kuat. Kontribusi dampak layanan terhadap kepuasan sebesar 26,% sedangkan pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan sebesar 9,8%. kontribusi (koefisien determinasi) sebesar 0,269 = 27% (R Square). Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dijelaskan bahwa kontribusi dominan variabel yang mempengaruhi kepuasan adalah kualitas layanan dengan total kontribusi sebesar 26%. Hasil tersebut menunjukkan jika kontribusi terbesar diperoleh dari KL dibandingkan dengan KS, Fakta tersebut relevan pengajuan hipotesis

ketiga sehingga terdukung, bahwa sumbangan pemodelan terbesar diperoleh melalui kualitas layanan pada kepuasan pelanggan sehingga  $H_3$  (terdukung).

Nilai koefisien regresi = 0,518 berdasarkan nilai tersebut dapat membuktikan jika terdapat hubungan yang positif signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan. Dan diperoleh  $t_{hitung} = 5,101 < 1,98447$  pada p-value 000. Hal ini membuktikan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Semakin tinggi kualitas layanan yang diterima pelanggan maka ikut berpengaruh terhadap kepuasan. Ketika perusahaan memberikan layanan yang sesuai diharapkan pelanggan maka secara tidak langsung akan menjadi yang bersifat positif, dan membuat orang lain akan mencoba dalam menggunakan jasa atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Dan begitu pula sebaliknya. Oleh sebab itu suatu instansi diharapkan mampu mempertahankan kepuasan pelanggan dengan cara mengevaluasi dan meneliti langsung melalui kuesioner maupun interview untuk mendapatkan respon balik dari pelanggan (Alamin, 2021).

Uji frekuensi yang menunjukkan bahwa dari 99 responden yang menjawab kuesioner didominasi oleh perempuan sebanyak 57 orang atau 57,6 % dan pria 42 orang. Hal ini disebabkan karena kualitas layanan yang diberikan oleh Driver Gojek membuat pelanggan perempuan merasa aman. Ketika berpergian menggunakan jasa transportasi Gojek online, disebabkan karena perolehan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan. Baik dari segi bukti fisik, kehandalan para driver dalam mengendarai sepeda motor, jaminan, responsive dan tingginya *empty Driver* terhadap pelanggan, menjadi salah satu tolak ukur kenapa kebanyakan perempuan memilih Gojek sebagai alternatif saat berpergian. Rata-rata usia yang paling banyak menggunakan transportasi Gojek berusia 17 sampai 58 tahun dengan total perolehan responden sebanyak 86 orang atau 86,9%. Hal ini karena pada usia itu kebanyakan dari pelanggan berstatus mahasiswi/mahasiswa sebanyak 53 orang atau 53,50% status belum bekerja sebanyak 73 orang atau 73,7 % dengan pendapatan rata-rata Rp. 500.000 - < Rp. 5000.000 dengan frekuensi penggunaan paling banyak sebesar 20 kali dengan total 30 orang atau 30,3%.

Kualitas layanan dapat dipengaruhi oleh *tanggibel* atau bukti fisik yang ditawarkan oleh Gojek berupa penampilan utama, kemampuan dalam sarana dan prasarana fisik Gojek yang diterima (pelanggan). Selain bukti fisik utama yang dilihat oleh pelanggan kehandalan Gojek dalam melayani diharapkan secara cepat dapat menciptakan perasaan senang dan kecewa sehingga dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan (Sholeha et al., 2018). Kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh daya tanggap, kecepatan Driver dalam membantu pelanggan dengan cepat, *responsive* keramahan dan kecepatan dalam merespon pelanggan, *assurance*, jaminan yang diberikan kepada pelanggan pada saat bertransaksi menggunakan Gojek dan empati yang diberikan driver Gojek serta kesopanan, dan pengetahuan Gojek mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan hal ini tentu berpengaruh terhadap kualitas layanan.

Merujuk pada pernyataan tersebut dapat dibuat sintesa jika layanan yang baik akan dapat mendorong kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Nilai yang dirasakan bisa secara tidak langsung mengarahkan perasaan senang atau kecewa yang Diterima atas layanan jasa yang dirasakan. Dari evaluasi layanan yang diberikan dapat diketahui tingkat kepuasan pelanggan, kepuasan merupakan perasaan-perasaan senang dan kecewa pelanggan atas setiap Tindakan atau aktivitas yang diterima dan respon atas perasaan tersebut digunakan untuk mengevaluasi dari satu atau lebih pengalaman pelanggan atas layanan yang didapatkan. Tingginya kualitas layanan menciptakan nilai pelanggan untuk PT. Gojek Indonesia dan mampu mempertahankan kepuasan pada diri pelanggan. Dengan meningkatkan Kualitas layanan yang diberikan PT. Gojek maka akan menunjang tingkat kepuasan pelanggan (konsumen), dengan kata lain jika layanan mampu

memenuhi harapan pelanggan, maka layanan jasa yang dimiliki dapat dipersepsikan dengan baik dan memuaskan.

Layanan diperlukan baik individu maupun kelompok, terdapat dua macam aspek layanan yaitu pelayanan internal yang terjadi dalam instansi atau pribadi sebagai pemakainya dan layanan administrasi digunakan untuk mengolah informasi (Tresiya et al., 2019). Kualitas layanan merupakan segala aktivitas atau tindakan yang diharapkan pelanggan dari perusahaan agar mampu memenuhi segala kebutuhan yang diperlukan baik secara fisik maupun jasa sehingga memunculkan perasaan puas akan layanan yang diterima pelanggan. Pelanggan sangat sensitif akan kualitas layanan yang didapatkan dari suatu penyedia jasa. Jika layanan yang diberikan seperti yang dijanjikan tentunya hal ini baik untuk perusahaan terutama dalam meningkatkan kepuasan, dengan tingginya tingkat kepuasan pelanggan akan membantu menunjang keberlangsungan hidup perusahaan baik secara internal maupun eksternal (Alamin, 2021).

Pada umumnya kepuasan merupakan hasil perbandingan antara harapan dan hasil atas apa yang diperoleh pelanggan melalui pengalaman, tercapainya kepuasan maka akan mampu membantu perusahaan dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Dengan tingginya tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan maka besar peluang pelanggan melakukan pemesanan secara terus menerus, pelanggan yang puas akan layanan yang diberikan cenderung memberikan tanggapan yang positif serta akan ikut berpartisipasi dalam merekomendasikan layanan yang dipakai. Dan sebaliknya apabila layanan yang didapatkan pelanggan tidak sesuai dengan harapan atau kurang maka dapat menimbulkan ketidakpuasan dan mengakibatkan pelanggan yang kecewa akan bercerita kepada individu lainnya. Tentunya berdampak pada calon pelanggan sehingga menjatuhkan pilihannya pada transportasi lain yang dianggap mampu akan memenuhi keinginan dan kepuasan mereka.

Kualitas layanan menjadi salah satu alasan kepuasan pelanggan terhadap suatu penyedia jasa seperti Gojek. Kepuasan pelanggan sangat membantu Gojek untuk meningkatkan pangsa pasar dan mampu bertahan di tengah tingginya intensitas persaingan antar bisnis jasa, tantangan utama dalam bisnis jasa adalah bagaimana memadukan kualitas layanan yang ditawarkan dengan apa yang menjadi harapan dari pasar (pelanggan). Karena itu penting bagi Gojek memperhatikan kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh pelanggan, kualitas layanan merupakan Tindakan jasa seperti service yang ditawarkan penyedia jasa berupa kecepatan, keakuratan, pengetahuan yang ditampilkan melalui sikap sifat pada saat melayani pelanggan.

Kualitas layanan yang diterima dengan baik akan membuat pelanggan secara tidak langsung menjadi media iklan secara gratis melalui penyebaran informasi mengenai hal yang dirasakan dan pengalaman-pengalaman selama menggunakan jasa tersebut dengan kepuasan yang dimiliki maka kelangsungan usaha jangka panjang terjamin dan hal ini akan mengurangi biaya operasional perusahaan, pelanggan akan merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi tidak hanya dari produk melainkan dari layanan yang diterima dan tentunya ini akan memberikan nama baik untuk perusahaan dan perusahaan unggul dalam bersaing karena pelanggan sepenuhnya telah mempercayai baik dari segi layanan maupun jasa lainnya. Kualitas dimulai dari pelanggan dan berakhir pula pada pelanggan, artinya karakteristik layanan harus dimulai dari mengenali kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan yang dituangkan dalam ekspektasi dan nilai akhir yang akan diberikan pelanggan melalui *feedback* atau umpan balik yang diterima perusahaan, sehingga peningkatan layanan harus dilaksanakan dengan komunikasi yang baik antara pelanggan maupun perusahaan.

Kualitas layanan dapat menjadi faktor yang berpengaruh untuk perusahaan dimana hal ini dapat menjadi penilaian pelanggan atas tindakan atau aktivitas unjuk kerja yang diberikan

perusahaan untuk memenuhi harapan dari pelanggan (Rasyid, 2017). Pemberian kualitas layanan yang baik akan mendorong rasa senang dan puas pada diri pelanggan saat menggunakan layanan yang ditawarkan perusahaan (Hanifa et al., 2019). Hasil penelitian ini serupa dengan temuan penelitian (Rivaldy A. Haerudin, 2020; Rizqiawan & Prihantono, 2020) kualitas layanan yang diukur dari bukti fisik, keandalan, asuransi, daya tangkap dan empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang diukur dengan : kesetiaan, keluhan (komplain) dan partisipasi (Soromi et al., 2019). Inkonsistensi temuan ditunjukkan pada studi Tresiya et al., (2019) yang menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan *teori disconfirmation*. Teori ini merupakan *expectancy disconfirmation model* yang mengemukakan apabila pelanggan merasa kurang atau tidak suka dengan layanan yang diterima maka mereka melakukan *disconfirmation* dan sebaliknya apabila pelanggan merasa puas, pelanggan akan melakukan konfirmasi (Ramli & Sjahrudin, 2015). Pemanfaat teori *disconfirmation* dalam penelitian dijelaskan untuk dapat melihat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Apabila terdapat positif *disconfirmation* maka kinerja dari suatu produk dan jasa melebihi dari harapan pelanggan, dan sebaliknya apabila terdapat negatif *disconfirmation* maka hasil dari jasa tidak sesuai dari apa yang diharapkan pelanggan (Wardana & Seno, 2019). Temuan penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan mendorong ke arah yang baik, tingkat layanan berhubungan positif terhadap kepuasan, dengan kualitas layanan yang baik akan memperoleh kepuasan yang tinggi dari pelanggan begitu pula sebaliknya ketidakpuasan atas kualitas layanan yang diberikan penyedia jasa atas dijadikan alasan berpindahnya pelanggan ke pemberi jasa yang lain, sehingga pada dasarnya kualitas layanan memiliki hubungan keterikatan terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai koefisien regresi = 0,267 dapat menunjukkan kualitas sistem menunjukkan hubungan yang positif namun tidak signifikan. Dengan nilai t-hitung = 377 < 1,98447 pada p-value 707. Hal ini membuktikan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. temuan ini membuktikan sistem yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek Online. Saat menggunakan sistem layanan informasi pelanggan mengalami kestabilan dalam membantu dan memudahkan aktivitas para pelanggan tentu hal ini akan menciptakan perasaan senang yang akan menumbuhkan kepuasan pada diri pelanggan (Negara & Pratomo, 2019).

Uji frekuensi dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa dari 99 responden yang menjawab kuesioner didominasi oleh perempuan sebesar 57 orang atau 57,6 %, pria sebanyak 42 orang. Hal ini disebabkan karena kualitas sistem yang diberikan oleh Driver Gojek membuat pelanggan mudah untuk mengerti dengan informasi layanan yang diberikan. Layanan informasi yang lengkap dan jelas memudahkan pelanggan ketika berpergian menggunakan jasa transportasi Gojek online, disebabkan karena sistem layanan yang diterima sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Kualitas sistem sendirinya mengarah pada pengelolaan layanan informasi itu sendiri.

Kualitas sistem yang dihasilkan suatu sistem layanan informasi akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas sistem yang diberikan Gojek menjadi salah satu tolak ukur kenapa kebanyakan perempuan memilih Gojek sebagai alternatif saat berpergian. Rata-rata usia yang paling banyak menggunakan transportasi Gojek berusia 21 sampai 28 tahun dengan total perolehan responden sebanyak 78 orang atau 78,78%. Hal ini karena pada usia itu kebanyakan dari pelanggan berstatus mahasiswi/mahasiswa sebanyak 54 orang atau 54,5% dan karyawan sejumlah 23 orang atau 23,3 % dengan pendapatan rata-rata Rp. 500.000 < Rp.

5000.000 dengan frekuensi penggunaan paling banyak sebesar 20 kali dengan total 31 orang atau 31,3%

Pengukuran penelitian ini menggunakan 4 dimensi kualitas sistem yaitu : Adaptasi (*Adaptability*), suatu sistem layanan beradaptasi sesuai dengan situasi yang dihadapi, Ketersediaan (*availability*), ketersediaan suatu informasi diharapkan dapat dioperasikan sesuai harapan dan kebutuhan pelanggan, (*responses time*), kemampuan sistem informasi dalam merespons dan memproses perintah dari pengguna, Kegunaan (*usability*), kemudahan dalam menggunakan sistem informasi akan membuat pengguna (pelanggan) lebih mudah untuk menggunakan sistem tersebut. Apabila keempat dimensi dari kualitas sistem sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka akan menciptakan kepuasan untuk penggunanya atau pelanggan (Negara & Pratomo, 2019).

Pada umumnya kualitas sistem berupa kemudahan dalam menggunakan sistem layanan informasi itu sendiri. Dalam penelitian ini pemakai Gojek merupakan pengguna dari sistem layanan, informasi yang baik akan membuat pelanggan mudah dalam menggunakannya untuk sebuah bisnis agar berjalan lancar diperlukan sistem yang berkualitas efektif dan efisien. Tanpa alat yang baik tentu perusahaan akan memiliki kendala dalam mengelola keinginan dari pelanggan dan apabila kualitas sistem layanan yang diberikan baik maka pelanggan akan menerima keuntungan dengan luasnya beraktivitas, Sehingga memperoleh kepuasan dari pelanggan (Tulodo, 2019). Rasa itu merupakan hasil atas perasaan konsumen (pelanggan) Ketika sedang menggunakan sistem informasi yang diberikan perusahaan, hal ini dapat dijadikan acuan dalam mengukur tinggi rendahnya tingkat kepuasan pelanggan melalui dimensi kualitas sistem. Kualitas sistem berhubungan dengan proses mengolah sistem layanan informasi itu sendiri, pada saat pelanggan menggunakan sistem tersebut dan merasa adanya kenyamanan, perasaan senang atas sistem yang diterima stabil, dan dapat memudahkan pekerjaan serta membuat pekerjaan lebih cepat maka pelanggan dikatakan puas atas layanan informasi yang diberikan oleh penyedia jasa.

Sistem layanan menyediakan informasi guna untuk mendukung pengambilan keputusan baik untuk pelanggan maupun perusahaan, kualitas sistem merupakan suatu hal penting untuk mempertahankan kepuasan dimana Ketika sistem layanan yang diberikan berkualitas maka akan menunjang kepercayaan pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan. Sistem yang baik tidak hanya memudahkan pelanggan dalam beraktivitas hal ini juga memudahkan perusahaan dalam mengelola informasi secara efektif dan efisien. Suatu sistem layanan yang dirasakan oleh pelanggan Gojek mempengaruhi tingkat kepuasan, pelanggan merasakan kemudahan dalam pengguna sistem layanan yang tidak rumit dengan kecepatan akses yang tinggi dapat mempengaruhi tingkatan sistem layanan yang dikatakan layak dan memiliki kualitas yang tinggi. Selain itu, sistem layanan informasi juga dirasakan dari keandalan layanan dan kesesuaian pemenuhan kebutuhan pelanggan dengan nyaman, jika sistem layanan bersifat efisien dan fleksibel dan ketika terjadi perubahan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan maka sistem layanan dapat dikatakan berkualitas.

Sistem layanan informasi yang berkualitas juga harus mampu dalam menjaga keamanan dan kerahasiaan data dari pelanggan sehingga tidak disalah gunakan oleh pihak lain sehingga pada saat melakukan transaksi tidak terjadinya kesalahan kesalahan yang tidak terduga yang dapat merugikan kedua belah pihak. Pelanggan akan merasa nyaman pada saat menggunakan layanan transaksi tersebut jika keseluruhan data yang digunakan dapat dijamin keamanannya. Oleh karena itu (*availability*) suatu informasi harus jelas diterima oleh pelanggan. Jika para pelanggan puas akan sistem layanan yang mereka dapatkan, maka dapat dikatakan informasi tersebut

bekerja dengan baik, acuan dari kesuksesan suatu sistem layanan informasi adalah rasa senang dan puas dari pelanggan atas sistem yang diterima dari perusahaan. Kualitas sistem merupakan karakteristik dari alat yang melekat pada layanan sistem itu sendiri (Agustina et al., 2021).

Kualitas sistem dalam suatu perusahaan menyediakan kebutuhan guna untuk mengolah transaksi, mendukung setiap operasional perusahaan, dan bersifat manajerial. Sistem merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu pengelolaan informasi yang berfokus pada layanan sistem dan pelanggan (Kertahadi et al, 2021). Jika perusahaan memiliki sistem informasi layanan dalam teknologi yang baik maka dengan sendirinya akan memberikan rasa puas kepada pelanggan (Ulita, 2019). Kualitas sistem merupakan proses pengelolaan dari suatu informasi mengenai aktivitas manajemen dan sistem yang bagus akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan akan sistem layanan informasi menunjuk kepada suatu kondisi dimana pelanggan merasa puas setelah menggunakan layanan sistem tersebut karena dengan *usability* yang ada akan memperlancar semua transaksi. Semakin mudah suatu sistem maka semakin implisit pelanggan merasa puas dengan sistem layanan yang ditawarkan. Hal ini memperlihatkan bahwa apabila pelanggan layanan informasi merasa pada saat mudah dan tidak membutuhkan *effort* lebih banyak untuk memakai sistemnya, sehingga dapat mengefesienkan waktu semaksimal mungkin untuk mengerjakan aktifitas lainya yang membantu meningkatkan kinerja secara keseluruhan. Dengan kata lain, sistem layanan yang baik dapat memenuhi keandalan dan akan dapat meningkatkan kepuasan pengguna dari sistem layanan tersebut.

Tingginya sistem layanan informasi yang diberikan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan namun tidak. Namun apabila tingkat kualitas sistem baik maka tentunya akan semakin berpengaruh terhadap tingginya tingkat kepuasan pelanggan, suatu sistem layanan yang baik tidak hanya dapat dilihat dari kecanggihannya namun dilihat juga dari penerimaan dan pemahaman pemakai terhadap informasi yang diperoleh, sehingga tingkat kepuasan ini pada akhirnya akan meningkatkan nilai jual pada perusahaan. Tujuan utama dari diterapkannya sistem layanan pada perusahaan adalah membantu individu dalam menentukan setiap keputusan yang diambil dan sistem informasi digunakan untuk menghemat biaya-biaya operasional yang tidak diperlukan, meningkatkan kontrol dan memudahkan proses pengawasan terhadap kinerja perusahaan.

Kualitas sistem menjadi variabel yang dapat dipertimbangkan perusahaan dalam menjalankan usaha dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas sistem yang dimiliki akan memudahkan perusahaan untuk menjaga dan mengontrol kepuasan pelanggan. Pernyataan tersebut relevan dengan Temuan (Negara & Pratomo, 2019) bahwa kualitas sistem yang diukur dari adaptasi, ketersediaan, waktu respons, kegunaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Inkonsistensi temuan ditunjukkan pada studi Agani & Azis, (2021) menyatakan kualitas sistem berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan. Pelanggan yang puas akan jasa yang diterimanya akan memberikan keuntungan secara tidak langsung seperti mempromosikan kepada teman dan kerabat serta memberikan respon balik kepada perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan *teori disconfirmation*. Teori ini merupakan *expectancy disconfirmation model* yang mengemukakan apabila pelanggan merasa kurang atau tidak senang akan hasil yang diperoleh maka mereka akan melakukan *disconfirmation* dan sebaliknya apabila pelanggan merasa puas, pelanggan akan melakukan konfirmasi (Ramli & Sjahrudin, 2015). Pemanfaat teori *disconfirmation* dalam penelitian dijelaskan untuk dapat melihat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Apabila terdapat positif *disconfirmation* maka hasil dari suatu produk dan jasa melebihi dari harapan pelanggan, dan sebaliknya apabila terdapat negative *disconfirmation*

maka unjuk kerja dari layanan jasa tidak sesuai apa yang diharapkan pelanggan (Wardana & Seno, 2019).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Merujuk pada data analisis dan interpretasi hasil temuan, maka dapat disimpulkan beberapa poin yang dalam penelitian ini sebagai gambaran umum studi ini bahwa kualitas layanan baik akan mendukung peningkatan kepuasan. dikarenakan perasaan bahagia dan kecewa pelanggan ditentukan setelah menerima layanan yang ditawarkan. tingginya kualitas yang diberikan maka akan berhubungan secara langsung terhadap perolehan penilaian yang dirasakan pelanggan sehingga menguntungkan perusahaan. Selain itu kualitas layanan yang baik akan membuat membantu perusahaan dalam persaingan yang semakin kompetitif.

Faktor lain selain kualitas layanan terdapat Kualitas sistem yang berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana semakin bagus kualitas sistem yang dimiliki akan menunjang kelancaran aktifitas pelanggan dan perusahaan sehari-hari sehingga tidak membutuhkan *effort* yang banyak pada saat melakukan transaksi. Hal ini akan membuat pelanggan merasa mudah dalam menggunakan sistem yang dimiliki oleh Gojek sehingga memunculkan rasa percaya dan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Studi ini memiliki beberapa keterbatasan yang bermanfaat bagi peneliti lanjutan untuk dikembangkan, bahwa limitasi pada responden yang digunakan dalam studi ini tidak sepenuhnya dapat menjelaskan kepuasan pelanggan (pengguna) Gojek yang jumlahnya sangat banyak, selain itu dari sisi pemodelan masih terdapat variabel penting lainnya selain layanan dan kualitas sistem (seperti, kepercayaan dan harga) yang menjadi antecedent inti dari kepuasan sehingga hasil riset ini tidak dapat mengeneralisasi kepuasan pelanggan Gojek di Kota Makassar. Kepada pihak manajemen dituntut akan senantiasa memperhatikan kebutuhan dan keinginan pangsa pasar terutama pelanggan, dan lebih memperhatikan kualitas layanan yang dimiliki. Pihak manajemen dapat memperbaiki kualitas layanan melalui respon yang diberikan pelanggan. Dilihat dari dua faktor yang mempunyai keterkaitan positif terhadap kepuasan adalah kualitas layanan yang merupakan variabel dominan dalam temuan ini.

## **CATATAN AKHIR**

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Herman Sjahrudin, S.E., M. Si yang dengan suka-rela tanpa mengenal lelah membantu menyelesaikan penelitian ini, jasanya akan terpatri dalam sanubariku.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Alamin, A. F. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Transportasi Go-Jek di Surabaya (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya). *Artikel*. 6.

Akbar, S. & Sjahrudin, H. (2020). Dampak Promosi, Harga, Dan Diferensiasi Produk Dalam

Meningkatkan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 10(2), 172-179.

Agani, D. P., & Azis, E. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi SPPD (Studi Kasus Pada Yayasan Pendidikan Telkom). *eProceedings of Management*, 8(1).

Agustina, R., Gustiana, R., & Amini, O. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Pada Pt Indomarco Prismatama Cabang Banjarmasin. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 189-205.

Dian Septiayu Fendini, Kertahadi, R. (2015). Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap C Pengguna. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 1–11.

Hanifa, Okla, Tri Kurniawati, and Rose Rahmidani, (2019). "Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasipada Mahasiswa Universitas Negeri Padang." *Jurnal Ecogen* 1.4, 794-803.

Irdhayanti, & Firayanti, Y. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Gojek Di Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Kontemporer*, 5, 1–21.

Jogiyanto, H. (2005). *Analisis & Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur, Teori, Dan Aplikasi Bisnis*. (Edisi Ketiga). Yogyakarta : Andi Offset.

Mokhtar, S., & Sjahrudin, H. (2019). An examination of the relationships between customer relationship management quality, service quality, customer satisfaction and customer loyalty: The case of five star hotels. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 6(2).

Negara, & Pratomo, D. (2019). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan Her Registrasi Igracias Terhadap Kepuasan Pengguna. *Jaf- Journal Of Accounting And Finance*, 1(01), 33.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L.L., (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing* 6 (1), 12–40.

Prawiranta, H., & Diana, R. (2018). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Gojek Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 6(3), 1–22.

Ramli, A. H., & Sjahrudin, H. (2015). Building Patient Loyalty In Healthcare Service, International Review Of Management And Business Research. *International Review Of Management And Business Research*, 4(2), 391–401.

Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 210–223.

Rivaldy, B. F & Haeruddin. (2021). Pengaruh Strategi Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Value Added/ Majalah Ekonomi Dan Bisnis*,



17(1).1-9

- Rizqiawan, H., & Prihantono, D. (2020). Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan: Perbandingan Pada Modern Retail Minimarket Dengan Toko Kelontong Di Kota Surabaya. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 3(3), 201–210.
- Sholeha, & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahas Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15.
- Soromi, Pelleng, & Kalangi, (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grabbike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 19.
- Themba, O. S., Razak, N., & Sjahrudin, H. (2019). Increasing customers' loyalty. The contribution of marketing strategy, service quality and customer satisfaction. *Archives of Business Research*, 7(2).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2013). *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tresiya, Djunaidi, & Subagyo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri). *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208.
- Tulodo, (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Care Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pt. Malacca Trust Wuwungan Insurance, Tbk.). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi)*, 10(1), 25–43.
- Ulita, (2019). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Eka Sari Lorena “Esl Express” Oleh. *Journal Of Chemical Information And Modeling*.
- Wardana, & Seno, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Waroeng Steak And Shake Cabang Ngesrep). *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 1-13.