

## Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi *Online Grab*

Mu'fidatul Nurul Hajjad<sup>1</sup>, Andi Nursiskawati Siangka<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Mamuju

DOI : <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.2096>

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (i) pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Grab di Mamuju (ii) variabel manakah yang lebih dominan 12 pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Grab di Mamuju. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi, studi pustaka, dan kuisioner. Analisis data berupa uji deskriptif, uji kualitas data, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan (i) Variabel Kehandalan (X1), Daya Tanggap (X2), Jaminan (X3), Empati (X4) dan Bukti Fisik (X5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Grab di Kabupaten Mamuju. (ii) Variabel jaminan adalah variabel yang paling dominan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi online Grab di Kabupaten Mamuju.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Bisnis Jasa Transportasi.

### Abstract

*The purpose of this study was to determine (i) the effect of service quality which consists of variables of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence on consumer satisfaction in the Grab transportation service business in Mamuju (ii) which variable has a more dominant influence on customer satisfaction. consumers in the Grab transportation service business in Mamuju. This research uses qualitative research by using data collection techniques of observation, interviews and documentation, literature study, and questionnaires. Data analysis in the form of descriptive test, data quality test, multiple linear regression test, and hypothesis testing. The results of this study indicate (i) Reliability (X1), Responsiveness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4) and Physical Evidence (X5) variables simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction in the Grab transportation service business in Mamuju Regency. (ii) The guarantee variable is the most dominant variable that partially influences consumer satisfaction in the online transportation service business Grab in Mamuju Regency.*

**Keywords:** *Service Quality, Consumer Satisfaction, Transportation Service Business.*

Copyright (c) 2022 Mu'fidatul Nurul Hajjad

---

✉ Corresponding author :  
Email Address : [nurul33@gmail.com](mailto:nurul33@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Saat ini muncul jasa transportasi yang dengan mudah di akses pada smartphone manusia yang biasa disebut dengan transportasi online. Salah satu perusahaan yang menyediakan layanan jasa transportasi online yaitu Grab. Grab adalah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa aplikasi transportasi Online to Offline. Menurut Diaz Akhmad dalam blognya Online to Offline adalah sebuah sistem transaksi dimana pembeli atau konsumen dapat melihat, memilih dan menentukan produk yang ingin di belinya secara Online di sebuah situs ataupun aplikasi kemudian melakukan pembayaran secara Offline.

Perusahaan Grab mempunyai beberapa produk, seperti Grab Food, Grab Car, Grab Express dan Grab Bike. Menurut Zainal Ramlan (Grab Mamuju) 50% menunjukkan bahwa masyarakat Mamuju cenderung menggunakan layanan Grab Bike dan 50% selebihnya menggunakan layanan Grab yang lain. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka yang menjadi fokus peneliti saat ini adalah layanan Grab Bike yang pengguna layanan tersebut lebih besar dari pada produk-produk Grab yang lain. layanan Grab Bike adalah salah satu produk keluaran perusahaan Grab yang menyediakan layanan transportasi bermotor Online atau lebih dikenal dengan sebutan ojek Online. Layanan ini menawarkan pengalaman berkendara bagi mereka yang mencari pilihan taksi atau ojek hanya dengan menggunakan smartphone.

Grab sebagai perusahaan yang menyediakan jasa transportasi, diharapkan untuk mampu memberikan service atau pelayanan yang umumnya berkualitas kepada konsumennya.

Kualitas pelayanan yang di maksud peneliti adalah lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (2011:198) yaitu "kehandalan, daya tanggap, 3 jaminan, empati dan bukti fisik".

Berdasarkan kelima unsur kualitas pelayanan tersebut, maka kepuasan konsumen bisa diukur, dipahami dan dijadikan sebagai suatu acuan yang baik untuk kepentingan peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen, baik konsumen yang baru maupun konsumen yang telah berkali-kali menggunakan jasa tersebut.

Untuk dapat mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut, penulis melakukan observasi awal dikantor Grab Kabupaten Mamuju. Grab area Kabupaten Mamuju yang di pimpin oleh Edy Kurniawan ini terletak di jalan Andi Makkasau Graha Mandala Permai blok B8. Lokasi ini dipilih karena merupakan kantor pusat Grab di wilayah Kabupaten Mamuju. Observasi dilakukan dengan melakukan wawancara singkat kepada beberapa konsumen dan karyawan Grab yang pernah menggunakan jasa tersebut di Kabupaten Mamuju.

Hadirnya perusahaan Grab di Mamuju membuat pro dan kontra antara transportasi umum lainnya seperti ojek pangkalan dengan pihak perusahaan Grab. Ojek pangkalan merasa kehilangan pelanggan setia setelah hadirnya Grab di Mamuju sehingga melakukan tindakan protes dengan mendatangi kantor Grab (12 Desember 2018).

Seorang karyawan Grab yang bernama Zainal Ramlan menyesalkan kejadian tersebut, karena menurut Zainal, sebelum Grab hadir di Mamuju pihak Grab sudah melakukan sosialisasi ke seluruh pangkalan ojek untuk bergabung dan memfasilitasi menjadi mitra pengemudi Grab. Hal ini 4 kemudian membuat Grab memperkuat strategi dalam melayani konsumennya.

Konsumen lain yang bernama Imam Samudera seorang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mamuju pernah menggunakan layanan Grab Bike. Imam mengatakan kesan pertama menggunakan layanan tersebut cukup baik. Imam mengungkapkan bahwa driver Grab Bike menggunakan kalimat yang sopan ketika ingin melakukan penjemputan. Namun beberapa masalah terjadi seperti keakurasian titik penjemputan dalam aplikasi yang tidak menjangkau rumahnya, Imam berharap masalah tersebut dapat di atasi oleh pihak Grab.

Masalah ini berkaitan dengan dimensi empati yang merujuk pada sejauh mana tingkat pemahaman atau simpati serta perhatian secara 5 individual yang diberikan oleh perusahaan

kepada para pelanggannya. Namun fakta dilapangan Grab mengakui bahwa keakurasian titik penjemputan konsumen dalam tahap pemetaan di Kabupaten Mamuju ini, sehingga ada beberapa wilayah yang memang belum terjangkau oleh aplikasi.

Konsumen Lainnya bernama Nova Amalya seorang ibu rumah tangga berdomisili dijalan Tuna Mamuju juga pernah menggunakan layanan Grab Bike dengan tujuan pengantaran ke pasar baru Mamuju. Nova mengatakan pada saat driver Grab Bike melakukan pelayanan, driver lebih mengutamakan keselamatan dan kenyamanan penumpang dengan membawa helm lebih untuk penumpang yang tidak mempunyai helm. pada saat turun hujan driver juga memiliki inisiatif untuk menawarkan memakai mantel demi kenyamanan penumpang pada saat perjalanan. Hal ini membuat Nova merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan driver Grab Bike. Hal ini berkaitan dengan dimensi Daya tanggap yang merujuk pada kemauan untuk menolong para konsumen dan mampu untuk memberikan solusi terhadap masalah yang terjadi.

Konsumen lain bernama Megawati pegawai Pemprov Sulbar pernah menggunakan jasa Grab Bike memberi pernyataan bahwa driver Grab Bike yang menjemputnya hari itu menggunakan seragam perusahaan berlogo Grab lengkap dengan menggunakan helm serta perlengkapan safety seperti kaos tangan. Namun disayangkan seragam 6 yang digunakan driver berupa jaket terlihat kotor sehingga sedikit mengganggu konsumen yang akan diantar ke tempat tujuan. Masalah ini berkaitan dengan dimensi bukti fisik yang merujuk pada fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan dari para personil yang tidak sesuai dengan harapan konsumen.

Selama pandemi berlangsung, beberapa orderan layanan Grab khususnya Grab Bike mulai menurun dibanding dengan 3 tahun sebelumnya. Perbandingan dari tahun 2018-2019 terdapat peningkatan orderan sebesar 30% dan dari tahun 2019-2020 awal pandemi covid19 terjadi penurunan orderan dengan persentase 60% kemudian dari tahun 2020-2021 orderan kembali meningkat dengan persentase sebesar 20% dari tahun sebelumnya. Beberapa konsumen mengeluhkan biaya yang cukup tinggi disituasi dan kondisi pandemi covid19 serta persaingan antar transportasi umum seperti ojek pangkalan membuat orderan Grab menurun. Namun perusahaan Grab sendiri mulai merencanakan berbagai promosi-promosi seperti potongan 50% untuk pengguna layanan Grab Bike.

Pihak perusahaan Grab juga telah melakukan pelatihan terhadap driver Grab seperti menerapkan protokol kesehatan yang telah di tetapkan oleh pemerintah saat ini dengan memakai masker bagi driver kemudian melakukan penyemprotan disinfektan kendaraan seluruh driver yang berkendara untuk menjamin keselamatan dan keamanan konsumen. Pihak perusahaan Grab juga menghimbau 7 konsumennya melalui aplikasi Grab dengan menyampaikan protokol kesehatan seperti menggunakan masker, menjaga jarak, mencuci tangan serta menambahkan protokol yang lain seperti pembayaran dengan menggunakan non tunai dan membawa helm pribadi bagi konsumen Grab Bike demi mencegahnya penularan COVID-19 saat ini. Hal ini berkaitan pada dimensi Jaminan yang merujuk pada pengetahuan serta kemampuan perusahaan untuk menimbulkan rasa percaya pada konsumen sehingga ingin menggunakan jasa tersebut walaupun di kondisi pandemi saat ini.

Kualitas layanan yang ditawarkan Grab yang mengacu pada dimensi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Berdasarkan observasi yang di lakukan penulis pada dimensi Kehandalan yang di tawarkan Grab, mampu memenuhi ekspektasi konsumen dalam melakukan pelayanan yang telah di janjikan sebelumnya.

Dimensi daya tanggap Grab yang merujuk pada kesigapan, ketanggapan dan kemauan untuk menolong konsumennya, mampu memberikan solusi terhadap masalah yang terjadi.

Dimensi jaminan yang diberikan Grab terhadap konsumennya adalah menjamin keselamatan, keamanan serta kenyamanan setiap konsumen dalam menggunakan jasanya. Pada pandemi yang melanda saat ini, Grab menjamin dan berusaha menimbulkan rasa percaya 8 konsumen dengan menerapkan protokol kesehatan pemerintah seperti

menggunakan masker, menjaga jarak, mencuci tangan serta menambahkan protokol yang lain seperti menggunakan sistem pembayaran non tunai dan membawahi helm pribadi bagi konsumen Grab Bike.

Pada dimensi bukti fisik perusahaan Grab telah melakukan pelatihan dan pengawasan terhadap driver Grab setiap minggu nya untuk meningkatkan kualitas driver dan melakukan cek rutin kelayakan driver dalam melakukan pelayanan serta kelayakan kendaraan dalam berkendara. Hal ini dilakukan demi menunjang bukti fisik yang ditawarkan Grab selama ini seperti penampilan, tutur kata, kendaraan bersih dan layak jalan.

Kepuasan yang dirasakan konsumen Grab Bike Kabupaten Mamuju bersifat labil, dapat dilihat dari masalah yang penulis temukan di lapangan bahwa konsumen dapat merasa puas hari ini namun belum tentu puas dengan pelayanan berikutnya, begitupun sebaliknya. Hal ini terjadi karena ada perubahan pelayanan pada driver Grab seperti penampilan, tutur kata serta kelayakan kendaraan dan beberapa faktor-faktor lainnya yang menyebabkan ketidakpuasan pada konsumen. Pihak Grab mengatakan bahwa melakukan pelatihan dan pengawasan setiap minggunya adalah langkah yang tepat untuk terus menjaga kualitas driver sehingga dapat mengurangi keluhan dari konsumennya.

Masalah yang penulis temukan dilapangan diketahui bahwa hampir seluruh pelayanan yang diharapkan oleh konsumen yang merujuk pada lima dimensi kualitas pelayanan sudah dipenuhi oleh Grab. Walaupun beberapa point terjadi perbedaan antara harapan konsumen dan kenyataan yang terjadi. Dengan adanya permasalahan tersebut diatas akan menyebabkan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan Grab.

Kotler dan Keller (2009:138) “mengungkapkan bahwa kepuasan merupakan suatu perasaan senang dan kekecewaan seorang konsumen yang tercipta dengan membandingkan kinerja perusahaan antara ekspektasi yang diharapkan konsumen”. Perusahaan dikatakan berhasil mendapatkan konsumen yang banyak jika dinilai perusahaan dapat memberikan perasaan puas bagi konsumen. Ketika konsumen merasakan kepuasan, maka dapat terjalin ikatan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen, menciptakan permulaan yang baik bagi konsumen tetap dapat memberikan rekomendasi dari lisan ke lisan sehingga dapat memberikan keuntungan sebuah perusahaan.

Masalah ini perlu segera mengambil keputusan untuk diatasi karena dapat memberikan impact yang baik atau buruk bagi perusahaan dimana kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen bisa memberikan impact yang tidak baik kepada ke konsumen sehingga akan mempengaruhi produktifitas keuntungan perusahaan.

Maka yang menjadi fokus kajian pada penelitian ini adalah peneliti akan membahas tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Grab di Mamuju serta membahas tentang Variabel yang lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Grab di Mamuju.

Pentingnya penelitian ini dilakukan dengan mengungkap fokus kajian di atas adalah mendapatkan hasil analisis terkait kualitas pelayanan pada bisnis jasa transportasi online grab terhadap kepuasan konsumen dengan mengungkap variabel yang mendominasi kepuasan pelayanan.

Adapun tujuan khusus peneliti dari penelitian ini adalah peneliti ingin melihat kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Grab dan Variabel yang lebih berpengaruh mendominasi terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Grab di Mamuju.

## METODOLOGI

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2011) menjelaskan bahwa Penelitian kualitatif adalah jenis

penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh objek penelitian secara keseluruhan, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, dan mendeskripsikannya melalui teks dan bahasa dalam konteks khusus.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis suatu peristiwa berdasarkan persepsi dan pendapat dari subjek yang dijadikan sebagai informan penelitian. (Nur Rohamah, 2018). Penelitian ini akan dilakukan pada masyarakat Kabupaten Mamuju di jalan Andi Makkasau Graha Mandala Permai blok B8 kantor Grab Kabupaten Mamuju. Penelitian ini akan dilaksanakan tiga (3) bulan lamanya. Populasi dan sampel pada penelitian ini : Arikunto (2013:173) “berpendapat bahwa Populasi adalah seluruh subjek penelitian. Populasi yang dimaksud adalah orang-orang dengan karakteristik yang sama, meskipun persentasenya kecil, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian”. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa transportasi online Grab Bike di Kabupaten Mamuju.

Teknik pengambilan sampel yang penulis gunakan adalah teknik Probability Sampling dengan menggunakan metode sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2017:82) “Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih dan dijadikan sampel”. Pada responden ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 50. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, studi pustaka, dan kuisioner. (Sugiyono, 2008).

Sugiyono (2010:335) “mengatakan bahwa teknik analisis data adalah proses pencarian data, menyusun secara terorganisir data yang diperoleh dari hasil interview, informasi pada saat observasi, serta dokumentasi, dengan menyusun ke dalam kategori, memberikan penjabaran ke dalam unsur unsur, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh peneliti”. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji deskriptif, uji kualitas data, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Grab yang dulunya dikenal sebagai Grab Taxi adalah sebuah perusahaan teknologi yang melakukan pelayanan via aplikasi menyediakan jasa transportasi yang telah tersedia di enam negara di Asia Tenggara, yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, Singapura Vietnam dan Filipina yang mempunyai visi untuk merevolusi industri pertaxian di Asia Tenggara, sehingga dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi pengguna kendaraan se Asia Tenggara. Grab cabang Mamuju yang dipimpin oleh Edy Kurniawan terletak di jalan Andi Makkasau Graha Mandala Permai blok B8 resmi beroperasi pada tanggal 18 november 2018 mampu memberikan persaingan antar transportasi umum di Kabupaten Mamuju. Visi Grab Indonesia berkomitmen untuk membawa dampak positif teknologi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia, melalui layanan digital dan peningkatan keterampilan. Misi Grab Indonesia sebagai berikut : Membantu pemerintah menciptakan infrastruktur digital nasional, Meningkatkan inklusi dan literasi digital di Indonesia, Memberdayakan wirausahawan mikro dan bisnis skala kecil melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan keterampilan dan akses pada teknologi, Membangun angkatan kerja yang siap menyambut masa depan.

Responden berjenis kelamin perempuan merupakan yang paling banyak yakni terdiri dari 31 orang dengan persentase sebesar 62% dan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 19 orang dengan persentase sebesar 38% dari total responden 50 orang.

responden yang berusia 21-25 Tahun merupakan responden terbanyak, yakni terdiri dari 23 orang dengan besar persentase 46% dan responden yang paling sedikit berusia  $\geq 30$  Tahun yakni terdiri dari 4 orang dengan besar persentase 8%. Sedangkan sisanya yakni yang berusia  $\leq 20$  Tahun sebanyak 16 orang atau 32% dan responden yang berusia 26-30 Tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 14%.

Dari 50 orang responden dapat dilihat bahwa Pelajar/Mahasiswa adalah responden yang paling banyak terdiri dari 30 orang dengan persentase 60% kemudian responden dengan jumlah yang paling sedikit adalah ASN sebanyak 3 orang dengan persentase 6%. Sedangkan sisanya Wiraswasta sebanyak 6 orang atau 12%, IRT sebanyak 5 orang atau 10% dan 42 Lainnya sebanyak 6 orang atau 12%.

Dengan jumlah pernyataan sebanyak 6 item dan total responden 50 orang, dapat dilihat bahwa hanya 1 orang responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju, responden yang lain menanggapi setuju sebanyak 24 orang dan sangat setuju sebanyak 25 orang. pada item kedua dapat dilihat hanya satu orang responden yang memberikan tanggapan kurang setuju, responden yang lain sebanyak 26 orang setuju dan 23 orang sangat setuju. pada item ketiga sebanyak 7 orang yang memberikan tanggapan kurang setuju, responden yang lain sebanyak 25 setuju dan 18 orang sangat setuju. pada item keempat sebanyak 6 orang yang memberikan tanggapan kurang setuju, responden yang lain sebanyak 28 setuju dan 16 orang sangat setuju. Pada item kelima sebanyak 3 orang yang memberikan tanggapan kurang setuju, responden yang lain sebanyak 24 setuju dan 23 orang sangat setuju. Pada item keenam sebanyak 29 orang setuju dan 21 orang sangat setuju dari 50 total responden.

Pada item pertama variabel Daya Tanggap (X2) terdapat 1 orang tidak setuju, sebanyak 4 orang yang menanggapi kurang setuju, 29 orang setuju dan 16 orang sangat setuju. Pada item kedua sebanyak 4 orang yang menanggapi kurang setuju, 27 orang setuju dan 19 orang sangat setuju. Pada item ketiga sebanyak 4 orang yang menanggapi kurang setuju, 24 orang setuju dan 22 orang sangat setuju. Pada item keempat sebanyak 3 orang yang menanggapi kurang setuju, 24 orang setuju dan 23 orang sangat setuju. Pada item kelima sebanyak 2 orang yang menanggapi kurang setuju, 21 orang setuju dan 27 orang sangat setuju. Pada item keenam sebanyak 4 orang yang menanggapi kurang setuju, 25 orang setuju dan 21 orang sangat setuju.

Pada item pertama variabel Jaminan (X3) sebanyak 2 orang yang menanggapi kurang setuju, 17 orang setuju dan 31 orang sangat setuju. Pada item kedua sebanyak 1 orang yang menanggapi kurang setuju, 25 orang setuju dan 24 orang sangat setuju. Pada item ketiga sebanyak 2 orang yang menanggapi tidak setuju, 2 orang kurang setuju, 21 orang setuju dan 25 orang sangat setuju. Pada item keempat sebanyak 1 orang yang menanggapi kurang setuju, 24 orang setuju dan 24 orang sangat setuju. Pada item kelima sebanyak 1 orang yang menanggapi kurang setuju, 17 orang setuju dan 32 orang sangat setuju. Pada item keenam sebanyak 26 orang yang menanggapi setuju dan 24 orang sangat setuju.

Peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan rumus persamaan  $df = (N-2)$  atau  $df = (50-2)$ , jika dilihat pada tabel  $r$  dengan tingkat signifikansi 0,05 maka nilai dari  $r$  tabel adalah 0,2787.  $R$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 0,5 maka seluruh item pertanyaan pada variabel Keandalan (X1) telah valid.  $R$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 0,5 maka seluruh item pertanyaan pada variabel Daya Tanggap (X2) telah valid.  $R$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 0,5 maka seluruh item pertanyaan pada variabel Jaminan (X3) telah valid.  $R$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 0,5 maka seluruh item pertanyaan pada variabel Empati (X4) telah valid.  $R$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 0,5 maka seluruh item pertanyaan pada variabel Bukti Fisik (X5) telah valid.  $R$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 0,5 maka seluruh item pertanyaan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) telah valid.

Nilai Cronbach's Alpha 0,782  $>$  0,6 maka seluruh item pertanyaan pada variabel Keandalan (X1) telah reliabel. Nilai Cronbach's Alpha 0,865  $>$  0,6 maka seluruh item pertanyaan pada variabel Daya Tanggap (X2) telah reliabel. Nilai Cronbach's Alpha 0,866  $>$  0,6 maka seluruh item pertanyaan pada variabel Jaminan (X3) telah reliabel. Nilai Cronbach's Alpha 0,859  $>$  0,6 maka seluruh item pertanyaan pada variabel Empati (X4) telah reliabel. Nilai Cronbach's Alpha 0,803  $>$  0,6 maka seluruh item pertanyaan pada variabel Bukti Fisik (X5) telah reliabel. Nilai Cronbach's Alpha 0,906  $>$  0,6 maka seluruh item pertanyaan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) telah reliabel.

Nilai constanta adalah 4.565, hal ini berarti jika tidak terdapat pengaruh dari semua variabel bebas ( $X_1 X_2 X_3 X_4 X_5 = 0$ ) maka kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Grab di Kabupaten Mamuju sebesar 4.565.

Nilai koefisien regresi variabel kehandalan adalah 0,167, artinya jika variabel kehandalan ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1%, maka kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi online Grab di Kabupaten Mamuju akan meningkat sebesar 16.6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kehandalan berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien regresi variabel daya tanggap adalah 0,311, artinya jika variabel daya tanggap ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1% maka kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi online Grab di Kabupaten Mamuju akan meningkat sebesar 31.1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel daya tanggap berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen.

Nilai koefisien regresi variabel jaminan adalah 0,584, artinya jika variabel jaminan ( $X_3$ ) meningkat sebesar 1% maka kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi online Grab di Kabupaten Mamuju akan meningkat sebesar 58.4%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel jaminan berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien regresi variabel empati adalah 0,386, artinya jika variabel empati ( $X_4$ ) meningkat sebesar 1% maka kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi online Grab di Kabupaten Mamuju akan meningkat sebesar 38.6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel empati berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen.

Nilai koefisien regresi variabel bukti fisik adalah 0,042, artinya jika variabel bukti fisik ( $X_5$ ) meningkat sebesar 1% maka kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi online Grab di Kabupaten Mamuju akan meningkat sebesar 42%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel bukti fisik berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil analisis pada variabel Kehandalan ( $X_1$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 0.641 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dan untuk mencari nilai t tabel menggunakan rumus  $t(\alpha/2; n-k-1) = (0,05; 50-5-1) = (0,025; 44) = 2.01537$  sehingga  $0.641 < 2.01537$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Online Grab di Kabupaten Mamuju. Hasil analisis pada variabel Daya Tanggap ( $X_2$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 1.158 dan nilai t tabel sebesar 2.01537 artinya  $1.158 < 2.01537$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel Daya tanggap ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Online Grab di Kabupaten Mamuju.

Hasil analisis pada variabel Jaminan ( $X_3$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 3.015 dan nilai t tabel sebesar 2.01537 artinya  $3.015 > 2.01537$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Online Grab di Kabupaten Mamuju. Hasil analisis pada variabel Empati ( $X_4$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 1.547 dan nilai t tabel sebesar 2.01537 artinya  $1.547 < 2.01537$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel Empati ( $X_4$ ) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Online Grab di Kabupaten Mamuju. Hasil analisis pada variabel Bukti Fisik ( $X_5$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 0.157 dan nilai t tabel sebesar 2.01537 artinya  $0.157 < 2.01537$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel Bukti fisik ( $X_5$ ) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Online Grab di Kabupaten Mamuju.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis Uji t pada variabel Kehandalan ( $X_1$ ) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Grab di Kabupaten Mamuju. Berdasarkan hasil analisis Uji t pada variabel Daya Tanggap ( $X_2$ ) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Grab di Kabupaten Mamuju. Berdasarkan hasil analisis Uji t pada variabel Jaminan ( $X_3$ ) menunjukkan bahwa

variabel Jaminan berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Grab di Kabupaten Mamuju.

Berdasarkan hasil analisis Uji t pada variabel Empati (X4) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Grab di Kabupaten Mamuju. Berdasarkan hasil analisis Uji t pada variabel Bukti Fisik (X5) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Grab di Kabupaten Mamuju. Pada pembahasan diatas dapat dilihat bahwa dari 5 variabel bebas, hanya variabel Jaminan (X3) yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi online Grab di Kabupaten Mamuju.

## Referensi :

- A Gima Sugiama (2008). Metode Riset Bisnis dan Manajemen. Bandung: Guardaya Intimarta.
- A Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. "Problems and Strategies in Services Marketing". *Jurnal of Marketing* Vol. 49. (Spring).
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Blog Harmony. 5 Indikator Kepuasan Konsumen. 2021. <https://www.harmony.co.id/blog/5-indikator-kepuasan-pelangganmetode-dan-fungsi-bagi-bisnis> (diakses tanggal 1 juni 2020).
- Eko Putro Widoyoko. 2014. *Penilaian Hasil Pembelajaran di Sekolah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Service Quality Satisfaction*. Jogjakarta Andi Offset.
- Gaspersz, V. (2002). *Total Quality Management*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Goetsch dan Davis, 1994, *Pengantar Manajemen Mutu*, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta.
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Philip Kotler and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran ed. Ketiga Belas Jilid 2* Terjemahan oleh Bob Sabran Penerbit Erlangga.
- Philip Kotler, 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, PT. Indeks. Jakarta. Philip Kotler, 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II, Edisi 11 PT. Indeks. Gramedia, Jakarta.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Roscoe. 1982. *Research Methods For Business*. Dalam Sugiyono. 2011. *Statistika untuk Penelitian*. (hal. 74). Bandung: Alfabeta.
- Saffanah Nurina; W Amir, 2022, Implementasi Fintech (E-Wallet) Dalam Mengembangkan Bisnis Bagi Pelaku Umkm Di Kota Makassar, *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi*.
- Saffanah, N. (2022). The Effect Of Proprietary Costs Towards The Quality Of Sustainability Reports Moderated By Ownership Structure In The Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange For The Period Of 2013-2016. *Manis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 68-77.
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip pemasaran*, alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Tim penyusun STIE Muhammadiyah Mamuju. 2015. *Buku Panduan Penulisan Proposal Penelitian dan Skripsi*. Mamuju: LP3M STIE Muhammadiyah Mamuju

Tjiptono dan Chandra (2011) *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta. CV Andi offset Universitas Ciputra.

Entrepreneurship Education Without Boundaries. 2015  
<http://ciputraceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanandimensi-dan-cara-mengukurnya> (diakses 13 januari 2021)

Widoyoko, Eko Putro. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar