

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas kasih karunia dan berkat yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Gojek Indonesia” yang dimaksudkan sebagai salah satu syarat kelulusan dan guna mencapai gelar kesarjanaan Strata 2 (S2). Atas selesainya tesis ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua Sunaryo Sumanti (alm) dan Hartuty Tobias (alm) atas didikan dan kesabarannya
2. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, ST., MM., M.Si. Selaku pembimbing dan sebagai Kepala bidang studi yang sudah meluangkan waktu untuk membimbing penulis sampai dengan selesainya tesis ini
3. Bapak dan Ibu dosen: Ibu Rosdiana Sijabat, Bapak Charles Karimuda Marpaung, Bapak Bona Christianto Siahaan, Bapak Asep Hermawan, Bapak Mulyadi Noto Soetardjo, Bapak Oscar Jayanagara, Bapak Rudy Pramono, Bapak Sutan Banuara, Bapak Ferdi Antonio, Bapak Pujianto Yugopuspito, Bapak Daniel Tumpal Hamonangan, Bapak Pennoh Phillips Kembaren, Bapak Dino Augusto, Bapak Anton Wachidin Wijaya, Bapak Prof. Sundring Pantja Jati, Bapak Prof. Lucky Sondakh, yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan ilmunya.
4. Dessy Kristanti untuk terus menyemangati dan dukungan doanya
5. David Willy Aryanto, Wita Hariani, Gestari Anhassari untuk dukungannya
6. Seluruh Teman-teman Magister Management Universitas Pelita Harapan Batch 79
7. Seluruh Staff akademik graduate program UPH Jakarta
8. Sdr M. Mustafa Syahbid dari divisi Market Research PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek)
9. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam tesis yang penulis buat ini, karena itulah penulis sangat mengharapkan adanya masukan dan yang dapat membawa manfaat dalam perbaikan tesis ini. Pada akhirnya penulis berharap semoga tesis ini membawa manfaat bagi semua yang berkepentingan dan Tuhan memberkati kita semua

Jakarta, 31 Januari 2020

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Marketing.....	11
2.2. Service.....	12
2.3. Kepuasan Pelanggan.....	18
2.4. Loyalitas Pelanggan.....	20
2.5. Jasa Transportasi <i>Online</i>	20
2.6. Aplikasi <i>Mobile</i>	21
BAB III METODE PENELITIAN	23

3.1.	Obyek penelitian.....	23
3.2.	Tipe penelitian.....	23
3.3.	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	24
3.4	Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1.	Penentuan jumlah sampel.....	26
3.4.2.	Metode penarikan sampel.....	27
3.5.	Teknik pengumpulan data.....	28
3.6.	Metode analisis data.....	29
3.6.1.	<i>Analisis Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)- Measure of Sampling Adequacy (MSA)</i>	29
3.6.2.	<i>Analisis Bartlets Test of Sphericity.....</i>	30
3.6.3.	<i>Analisi Anti Image Matrices.....</i>	30
3.6.4.	<i>Analisis Communalities.....</i>	30
3.6.5.	<i>Analisis Total variance explained.....</i>	30
3.6.6.	<i>Analisis Component matrix dan Rotated component matrix....</i>	31
3.6.7.	<i>Analisis Skala Likert.....</i>	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		33
4.1.	Profil responden.....	33
4.1.1.	Kota domisili responden.....	33
4.1.2.	Profil responden berdasarkan gender.....	34
4.1.3.	Profil responden berdasarkan usia.....	35
4.1.4.	Profil responden berdasarkan status pekerjaan.....	35
4.1.5.	Profil responden berdasarkan frekuensi penggunaan Gojek dalam sebulan.....	36
4.2.	Analisis Faktor.....	37
4.2.1.	<i>Analisis Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy (MSA) and Bartlets Test.....</i>	37
4.2.2.	<i>Analisis Anti Image Matrix.....</i>	38
4.2.3.	<i>Analisis Faktor Z Score</i>	39
4.2.4.	<i>Analisis Communalities.....</i>	41

4.2.5.	Analisis Total <i>Variance Explained</i>	43
4.2.6	Analisis <i>Component Matrix</i>	45
4.2.7.	Analisis <i>Rotated Component Matrix</i>	51
4.2.8.	Analisis <i>Component Transformation Matrix</i>	55
4.3.	Analisis Deskriptif.....	55
4.3.1.	Faktor Kesigapan.....	56
4.3.1.1	Indikator <i>Driver</i> Mudah Dihubungi (X1).....	56
4.3.1.2.	Indikator <i>Driver</i> Selalu Tiba Di Titik Penjemputan Dengan Cepat (X2)	58
4.3.1.3.	Indikator Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>Driver</i> Selalu Menjemput Di Titik Yang Telah Ditentukan Pada Peta (X7)	59
4.3.1.4	Indikator Terhadap Kendaraan Yang Dipergunakan Dalam Kondisi Baik (X10)	60
4.3.1.5.	Indikator Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>Driver</i> Mampu Berkomunikasi Dengan Baik Dan Sopan (X11)	61
4.3.1.6.	Indikator Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>Driver</i> Mampu Membaca Peta Dengan Baik (X12)	62
4.3.1.7.	Indikator Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>Driver</i> Berperilaku Baik Selama Berkendara (X13).....	64
4.3.1.8.	Indikator Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelanggan Diantar Sesuai Dengan Tujuan Pada Aplikasi (X14).....	65
4.3.2.	Analisis Faktor Keandalan.....	67
4.3.2.1.	Indikator <i>Driver</i> Tidak Pernah Menolak Pesanan (X3).....	67
4.3.2.2.	Indikator <i>Driver</i> Selalu Menyediakan <i>Masker</i> Dan <i>Haircap</i> (X4)	68
4.3.2.3.	Indikator Kepuasan Pelanggan Terhadap Penampilan <i>Driver</i> Secara Fisik Rapih Dan Terlihat Segar (X5)	69
4.3.2.4.	Indikator Plat Nomor Kendaraan Sesuai Dengan Aplikasi (X6).	71
4.3.2.5.	Indikator <i>Driver</i> Penjemput Sesuai Dengan Identitas Pada Aplikasi (X8).....	72

4.3.2.6.	Indikator Cara Berkendara <i>Driver</i> Sangat Baik Dan Tidak Ugal-ugalan (X9)	73
4.4.	Pembahasan.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		81
5.1.	Kesimpulan.....	81
5.2.	Implikasi Manajerial.....	82
5.3.	Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Mendatang.....	85

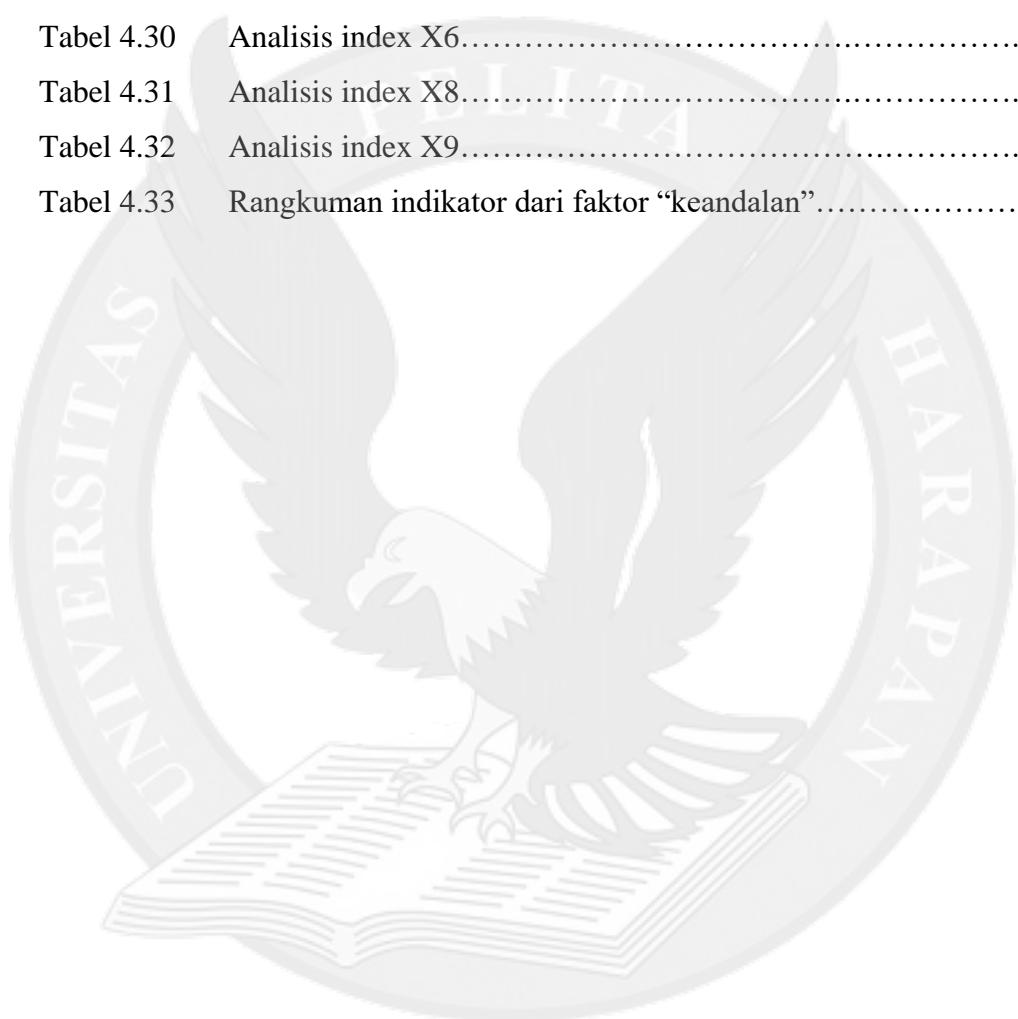
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Sektor penyumbang GDP Indonesia.....	3
Tabel 1.2	Hasil penelitian Spire research Indonesia terhadap Gojek dan Grab.....	6
Tabel 1.3	Jenis Layanan Pada Aplikasi Gojek.....	8
Tabel 2.1	SERVQUAL.....	15
Tabel 3.1	Operasionalisasi variabel.....	24
Tabel 3.2	Scoring skala likert.....	32
Tabel 4.1.	Kota domisili responden.....	34
Tabel 4.2.	Pengguna Gojek berdasarkan gender.....	34
Tabel 4.3.	Usia responden.....	35
Tabel 4.4.	Status pekerjaan responden.....	36
Tabel 4.5	Frekuensi penggunaan Gojek dalam sebulan.....	37
Tabel 4.6	Hasil Analisa KMO-MSA and Bartlett's Test.....	37
Tabel 4.7.	Analisa <i>anti image matrices</i>	38
Tabel 4.8.	KMO MSA <i>test Z scores</i>	39
Tabel 4.9.	<i>Anti image matrices z scores</i>	40
Tabel 4.10.	Analisis <i>Communalities</i>	42
Tabel 4.11.	Proses <i>total variance explained</i>	43
Tabel 4.12.	Analisis <i>component matrix</i>	45
Tabel 4.13.	Analisis korelasi variabel.....	46
Tabel 4.14.	Analisis <i>Rotated component matrix</i>	51
Tabel 4.15.	Faktor proses <i>Rotated component matrix</i>	54
Tabel 4.16.	<i>Component transformation matrix</i>	55
Tabel 4.17.	<i>Customer satisfaction index</i> skala likert.....	55
Tabel 4.18.	Analisis index X1.....	57
Tabel 4.19.	Analisis index X2.....	58
Tabel 4.20	Analisis index X7.....	59
Tabel 4.21	Analisis index X10.....	60
Tabel 4.22	Analisis index X11.....	61
Tabel 4.23	Analisis index X12.....	63

Tabel 4.24	Analisis index X13.....	64
Tabel 4.25	Analisis index X14.....	65
Tabel 4.26	Rangkuman indikator dari faktor “kesigapan”.....	66
Tabel 4.27	Analisis index X3.....	67
Tabel 4.28	Analisis index X4.....	68
Tabel 4.29	Analisis index X5.....	70
Tabel 4.30	Analisis index X6.....	71
Tabel 4.31	Analisis index X8.....	72
Tabel 4.32	Analisis index X9.....	73
Tabel 4.33	Rangkuman indikator dari faktor “keandalan”.....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1. Diagram Scree Plot.....44

