

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN OJEK ONLINE DI BEKASI DENGAN
MENGUNAKAN METODE *FUZZY SERVICE QUALITY***



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata Satu (S1)

AKHMAD RAMLAN FAJAR

11150377

Program Studi Sistem Informasi

STMIK Nusa Mandiri Jakarta

Jakarta

STRAK

Akhmad Ramlan Fajar (11150377), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online Di Bekasi Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy Service Quality*.

Dari tahun ke tahun persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Setiap Perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik untuk pelanggannya baik sesi produk, harga dan kualitas pelayanannya. Perusahaan yang dapat mengerti apa yang diinginkan pelanggan bisa mendapatkan nilai plus untuk perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pelayanan yang terbaik yang diberikan pada perusahaan transportasi dan tingkat kepuasan pelanggannya. Penelitian ini menggunakan data yang diambil dari kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan. Metode yang digunakan adalah *Fuzzy Service Quality* dengan melakukan pengukuran berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu : *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responviness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (empati) dan menggunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)* untuk mengukur kepuasan pelanggan. Kelima dimensi, kualitas pelayanannya menunjukkan hasil *Gap* yang negatif karena yang didapatkan pelanggan dengan yang diharapkan belum sesuai. Dimensi yang memiliki nilai *Gap* paling tinggi adalah dimensi *Reliability* (kehandalan) yang harus menjadi perhatian dan menjadi prioritas untuk dievaluasi. sementara *Customer Satisfaction Index (CSI)* menghasilkan nilai yang dapat dikategorikan kedalam nilai “SETUJU”.

Kata Kunci : Transportasi, Kepuasan Pelanggan, *Fuzzy Servqual*

ABSTRACT

Akhmad Ramlan Fajar (11150377), The Effect of Service Quality and Price on Online Ojek Customer Satisfaction in Bekasi Using Fuzzy Service Quality Method.

From year to year competition in the business world is getting tougher. Each company is competing to provide the best for customers both product sessions, price and quality of service. Companies that can understand what customers want can get a plus for the company. This research was conducted to find out the best service provided to transportation companies and the level of customer satisfaction. This study uses data taken from questionnaires distributed to customers. The method used is Fuzzy Service Quality by measuring based on 5 dimensions of service quality, namely: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and using the Customer Satisfaction Index (CSI) to measure customer satisfaction. The five dimensions, the quality of service shows a negative gap results because what the customer gets is not what is expected. The dimension that has the highest Gap value is the Reliability dimension which must be a concern and a priority to be evaluated. while the Customer Satisfaction Index (CSI) produces a value that can be categorized into the "AGREE" value.

Keywords
Servqual

: Transportation, Service Quality, Customer Satisfaction, Fuzzy

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Judul Skripsi	i
Lembar Persembahan.....	ii
Lembar Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iii
Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Imiah	iv
Lembar Persetujuan dan Pengesahan Skripsi	v
Lembar Panduan Penggunaan Hak Cipta	vi
 Kata Pengantar	vii
Abstrak.....	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
 BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	2
1.3. Maksud dan Tujuan	2
1.4. Metode Penelitian	3
1.5. Ruang Lingkup	3
1.6. Hipotesis	4
 BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1. Tinjauan Pustaka.....	5
2.1.1. Konsep Dasar Penelitian.....	5
2.1.2. Kepuasan Pelanggan.....	5

2.1.3. Kualitas Pelanggan	6
2.1.4. Harga.....	8
2.1.5. Logika <i>Fuzzy</i>	8
2.1.6. Metode <i>Service Quality</i>	8
2.2. Penelitian Terkait.....	9
2.3. Objek Penelitian	10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	11
3.1. Tahapan Penelitian.....	11
3.2. Instrumen Penelitian	13
3.3. Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sample Penelitian..	16
3.4. Metode Analisi Data	16
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	22
4.1. Data Responden	22
4.2. Data Riset	22
4.3. Pengolahan Data	23
4.3.1. Identifikasi Indikator Kepuasan Pelanggan	23
4.3.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	25
4.3.3. Rekapitulasi Data.....	30
4.3.4. Hasil Rekapitulasi Data	33
4.3.5. Pengolahan Data dengan <i>Fuzzy Servqual</i>	36
4.3.6. Perhitungan <i>GAP Servqual</i>	43
4.3.7. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	47
4.4. Hasil Penelitian	50
BAB V PENUTUP	51
5.1. Kesimpulan.....	51
5.2. Saran.....	52

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar III.1. Tahapan Penelitian.....	11
Gambar III.2. Rumus <i>Reliability</i>	17
Gambar III.3. Halaman Awal SPSS <i>Statistic</i> Versi 23	18
Gambar IV 1 Penentuan Nilai <i>Fuzzy Set</i>	36
Gambar IV 2 Rumus Perhitungan Nilai <i>Fuzzyfikasi</i>	37
Gambar IV 3 Rumus <i>Defuzzyfikasi</i>	39



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel III.1 Instrumen Penelitian	15
Tabel IV.1 Jenis Kelamin Responden	22
Tabel IV.2 Identifikasi Indikator-Indikator	24
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Persepsi Pelanggan	25
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Ekspektasi Pelanggan	26
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Pelanggan menggunakan <i>Microsoft Excel</i>	27
Tabel IV.6 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Pelanggan menggunakan <i>SPSS</i>	28
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas Ekspektasi Pelanggan menggunakan <i>Microsoft Excel</i>	28
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas Ekspektasi Pelanggan menggunakan <i>SPSS</i> .	29
Tabel IV.9 Rekapitulasi Jawaban Responden berdasarkan Persepsi	30
Tabel IV.10 Rekapitulasi Jawaban Responden berdasarkan Ekspektasi	32
Tabel IV.11 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden berdasarkan Persepsi	34
Tabel IV.12 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden berdasarkan Ekspektasi ..	35
Tabel IV.13 <i>Fuzzyfikasi</i> Persepsi Pelanggan.....	38
Tabel IV.14 <i>Fuzzyfikasi</i> Ekspektasi Pelanggan.....	39
Tabel IV.15 <i>Defuzzyfikasi</i> Persepsi Pelanggan.....	40
Tabel IV.16 <i>Defuzzyfikasi</i> Ekspektasi Pelanggan.....	41
Tabel IV.17 Perhitungan <i>Gap Servqual</i> antar Indikator	43
Tabel IV.18 Nilai <i>Gap Servqual</i> Terbesar.....	45
Tabel IV.19 Perhitungan <i>Gap Servqual</i> antar Dimensi	46
Tabel IV.20 Perhitungan CSI (<i>Customer Satifaction index</i>).....	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A.1 Form Kuesioner Persepsi	57
A.2 Form Kuesioner Ekspektasi	61
A.3 Form Kuesioner Persepsi Sudah di Isi.....	65
A.4 Form Kuesioner Ekspektasi Sudah di Isi	68



DAFTAR PUSTAKA

- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “OM-JEK” Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 137–156.
- Efendi, D. M. (2019). Implementasi Logika Fuzzy Mamdani Pada Sistem Rekomendasi Perpanjangan Kontrak Kerja Karyawan. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 6(1), 106–115. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v6i1.169>
- Hosana, K., Sutanto, M., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2018). *Kualitas Layanan Go-Jek Di Surabaya*. 6(2).
- Kholis, A. M., & Ferdian, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v7i1.900>
- KresnamurtiRivaiP, A., Suneni, & Febrilia, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab*. 10(1), 204–225.
- Kuswanto, B., Studi, P., Industri, T., Teknik, F., Gresik, U. M., & Belakang, L. (2017). *PENERAPAN FUZZY SERVQUAL DALAM UPAYA PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN (STUDI KASUS DI BENGKEL MOBIL PT . ARINA PARAMA JAYA). XVII(2)*, 7–20.
- Nusantara, R. A., Suddin, A., & Riyadi, S. (2018). ANALISIS PENGARUH HARGA, PELAYANAN, DAN PERSEPSI REPUTASI TERHADAP LOYALITAS MENGGUNAKAN JASA OJEK ONLINE (Survei pada Pelanggan Go-Jek Kota Solo). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 18, 473–478.
- Ratulangi, S. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2318–2327.
- Sholikah, H., & Iriananda, S. W. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Travel Menggunakan Metode Fuzzy Service Quality. *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, 2(2), 53–58. <https://doi.org/10.31328/jointecs.v2i2.468>
- Tejokusumo, B. (2014). *Dinamika masyarakat sebagai sumber belajar ilmu pengetahuan sosial*. III, 38–43.

Indrayuni, E. (2017). *ANALISIS KEPUASAN PELAYANAN MUTASI PEGAWAI MENGGUNAKAN METODE FUZZY SERVICE QUALITY (SERVQUAL)*. 13(2), 157–166.

Sikumbang, E. D. (2017). *DENGAN METODE FUZZY SERVQUAL*. III(1), 37–43.

Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.

Yusuf, A. M. (2014). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*.

Nurhayatin, O. T., Mudzakir, A. K., & Wibowo, B. A. (2016). *Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology Online* di : <http://www.ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jfrumt> *Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology Volume 5 , Nomor 1 , Tahun 2016 , Hlm 19-27 Online* di. 5, 19–27.

