

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI *ONLINE* (GOJEK) MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) PADA PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. BATAM

Samuel Rilandson Manurung^{1*}, Nur Rahmah Andayani^{2*}

* Politeknik Negeri Batam

Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Manajemen Bisnis

Batam Centre, Jl. Ahmad Yani, Tlk Tering. Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29461

E-mail: samuelrilandson@gmail.com, nunun@polibatam.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan transportasi *online* (Gojek) kota Batam berdasarkan indikator sebagai berikut: Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Kepedulian (*Empathy*). Metode Penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data penelitian. Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA). Penelitian ini memiliki 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan yaitu sebesar 98% yang berada pada kategori Sangat Puas. Terdapat 2 atribut yang perlu diperbaiki yaitu: 1) *Driver* menggunakan atribut lengkap dan sesuai standart. 2) *Driver* memiliki sikap peduli terhadap pelanggan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan *Importance Performance Analysis* (IPA)

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi besar dalam berbagai sektor, termasuk transportasi. Munculnya layanan transportasi online seperti Gojek telah merevolusi cara masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mobilitas harian. Dengan hanya menggunakan aplikasi di smartphone, pengguna dapat mengakses berbagai layanan, mulai dari transportasi, pengantaran makanan, hingga pembayaran digital. Di tengah tingginya persaingan di industri transportasi daring, kualitas pelayanan menjadi faktor krusial dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. (Aryanto et al., 2024)

Masyarakat sangat menginginkan pertumbuhan industri transportasi yang efisien, aman, dan memadai. Sarana di wilayah tersebut sangat bergantung pada transportasi. Semua aktivitas yang dapat membantu kota, seperti transportasi, berfungsi

sebagai bagian dari sistem jaringan kehidupan manusia dan berkontribusi pada pendapatan masyarakat. Go-jek adalah salah satu contoh perusahaan yang menawarkan layanan transportasi melalui aplikasi *online*. Transportasi dapat meningkatkan ekonomi. Pendapatan masyarakat menunjukkan kesejahteraan mereka. Pendapatan ialah total uang yang diterima seseorang dalam waktu tertentu. (Amri, 2020)

Jasa angkutan *online* Gojek memberikan pelayanan-pelayanan yang berbeda dibanding angkutan umum. Angkutan *online* Gojek menawarkan kemudahan pencarian penumpang dan pencarian pengemudi dengan cepat. Pelanggan dapat membayar jasa melalui tunai maupun nontunai, dan aplikasi Gojek terkadang menawarkan diskon. Bisnis angkutan *online* seperti Grab pasti akan menarik pelanggan dengan menawarkan berbagai keuntungan. (Sugiarto, 2021)

Pelayanan yang berkualitas merupakan pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Penting bagi perusahaan untuk

meningkatkan kepuasan pelayanan melalui peningkatan kualitas jasa yang ditawarkan. Menurut Indrasari (2019), kualitas pelayanan terdiri dari beberapa dimensi pengukuran yaitu, Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Kepedulian (*Empathy*).

Pelayanan jasa Gojek di kota Batam masih memiliki beberapa kekurangan, dimana banyak pelanggan memilih menggunakan aplikasi transportasi *online* serupa. Terdapat banyaknya keluhan yang masih diterima dari pelanggan aplikasi Gojek di kota Batam, untuk itu diperlukan perbaikan dalam pelayanan dengan pendekatan strategi kepuasan pelanggan melalui tahap observasi dan penyebaran kuesioner kepada para pelanggan aplikasi Gojek kota Batam

PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. sebagai perusahaan teknologi yang menaungi layanan Gojek, perlu memahami secara spesifik bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas layanannya, khususnya di wilayah strategis seperti Kota Batam. Penilaian ini penting mengingat Batam merupakan salah satu kota dengan aktivitas ekonomi dan mobilitas masyarakat yang tinggi.

Dalam penelitian ini, metode Importance Performance Analysis (IPA) digunakan sebagai alat analisis yang efektif untuk mengukur dan membandingkan antara tingkat kepentingan dan kinerja dari masing-masing atribut pelayanan. Dengan menggunakan metode IPA, perusahaan dapat mengidentifikasi aspek-aspek layanan yang menjadi prioritas perbaikan, serta atribut yang perlu dipertahankan karena telah memberikan kepuasan yang tinggi bagi pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Gojek di Kota Batam serta mengidentifikasi atribut pelayanan yang menjadi fokus perhatian berdasarkan hasil analisis IPA. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan guna meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

2. Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Menurut Indrasari (2019), Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan yang selalu berubah yang terkait dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang paling tidak dapat memenuhi atau bahkan melebihi kualitas

pelayanan yang diharapkan. Definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Jika penyedia jasa memberikan layanan yang sebanding dengan apa yang diharapkan pelanggan, kualitasnya dikatakan baik. Oleh karena itu, untuk mencapai kepuasan pelanggan, perlu ada keseimbangan antara apa yang diberikan dan apa yang dibutuhkan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pada dasarnya berpusat pada memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memastikan bahwa layanan diberikan dengan cepat dan sesuai dengan harapan pelanggan.

Terdapat lima indikator dalam kualitas pelayanan yaitu:

a. *Tangible* (Bukti Fisik)

Tampilan fisik layanan perusahaan, termasuk peralatan, kerapian, kebersihan, media komunikasi, personel, dan fasilitas fisik

b. *Reliability* (Keandalan)

Perusahaan mampu menyediakan layanan yang dijanjikan secara akurat dan konsisten.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Daya tanggap perusahaan dalam menangani transaksi dan keluhan dengan cepat dan sigap

d. *Assurance* (Jaminan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terdiri dari pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan.

e. *Empathy* (Kepedulian)

Kesediaan pengusaha dan karyawan untuk memberi perhatian yang lebih terhadap pelanggan.

Karakteristik Pelayanan Jasa

Menurut Indrasari (2019), karakteristik jasa terdiri dari lima bagian yaitu:

a. Tidak Berwujud (Intangibility)

barang berbeda dengan jasa. Jasa adalah tindakan, perbuatan, proses kinerja atau usaha, sedangkan barang adalah objek, alat atau benda. Oleh karena itu, jasa tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, dicium maupun didengar sebelum dibeli dan dikonsumsi.

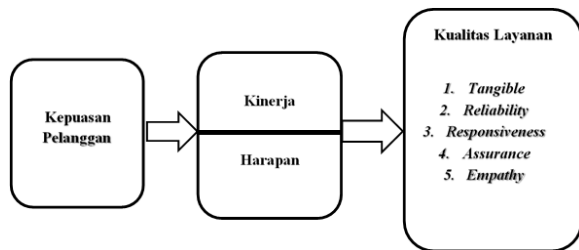
b. Tidak Terpisahkan (Inseparability)

barang biasanya dibuat kemudian dijual, dan kemudian dan kemudian dikonsumsi.

Sebaliknya jasa biasanya dijual terlebih dahulu, kemudian baru diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang sama.

- c. **Bervariasi (Heterogeneity)**
jasa bersifat sangat variabel atau sifatnya yang tidak standar, jasa sangat beragam dalam kualitas, bentuk dan jenisnya. Tergantung pada siapa, dimana dan kapan ia diproduksi
- d. **Tidak tahan lama (Perishability)**
berarti jasa tidak dapat dijual kembali, dikembalikan atau bahkan hingga disimpan.
- e. **Kurang kepemilikan (Lack of Ownership)**
merupakan perbedaan utama yang membedakan barang dan jasa. Konsumen memiliki hak penuh untuk menggunakan dan dan memanfaatkan barang yang mereka beli. Mereka memiliki kemampuan untuk mengonsumsi, menyimpan atau menjualnya. Sebaliknya, ketika konsumen membeli jasa, mereka hanya akan memiliki akses langsung dan dalam jangka waktu yang terbatas.

Kerangka Pemikiran



Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Gambar 1 Kerangka Pemikiran

3. Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengambil sampel pada pelanggan Gojek di Batam. Sampel pada penelitian ini merupakan pengguna yang menggunakan aplikasi Gojek terkhusus *Go-Ride* minimal 10x dalam tiga bulan terakhir di Batam.

Teknik *non probability sampling*, dengan pendekatan *purposive sampling* Pemilihan teknik *purposive sampling* dilakukan agar sampel secara matematis dapat mewakili populasi yang belum diketahui secara pasti jumlahnya.

Penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow* dalam menentukan jumlah sampel,

Rumus Lemeshow	Keterangan
$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$	n = Jumlah sampel
	z = Nilai standar = 1.96
	p = Maksimal estimasi = 0.5
	d = sampling error = 0.10

Tabel 1 Rumus Lemeshow

Berdasarkan rumus Lemeshow tersebut, maka diperoleh:

$$n = \frac{3.8416 \times 0.5 \times (1-0.5)}{0.1^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.01}$$

$$n = 96.04$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus diatas, diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang yang kemudian digenapkan menjadi 100 responden.

Skala Likert

Penelitian menggunakan instrumen penelitian dengan teknik survei yang menggunakan pendekatan kuisisioner untuk mendapatkan dan memperoleh informasi/data. Peneliti menggunakan skala *likert* karena dinilai lebih efisien sebagai gradasi pilihan.

No.	Importance Analysis (Kepentingan)	Performance Analysis (Kinerja)
1	Nilai 4 = Sangat Setuju (SS)	Nilai 4 = Sangat Setuju (SS)
2	Nilai 3 = Setuju (S)	Nilai 3 = Setuju (S)
3	Nilai 2 = Tidak Setuju (TS)	Nilai 2 = Tidak Setuju (TS)
4	Nilai 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)	Nilai 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Tabel 2 Skala Likert

Nilai rata-rata yang diperoleh setiap partisipan diklasifikasikan berdasarkan kategori interval:

- a. Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurances*), dan Kepedulian (*Empathy*) dibagi menjadi 4 yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.
- b. Menentukan interval setiap kategori

$$\text{Interval} = \frac{4-1}{4} = 0,75$$

- c. Menyusun kategori berdasarkan rentang skala 0,75 maka:
- Jika skor variabel 3,25 – 4,00 maka dapat diartikan bahwa variable Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurances*), dan Kepedulian (*Empathy*) dikategorikan sangat baik.
 - Jika skor variabel 2,50 – 3,24 maka dapat diartikan bahwa variable Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurances*), dan Kepedulian (*Empathy*) dikategorikan baik.
 - Jika skor variabel 1,75 – 2,49 maka dapat diartikan bahwa variable Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurances*), dan Kepedulian (*Empathy*) dikategorikan kurang baik.
 - Jika skor variabel 1,00 – 1,74 maka dapat diartikan bahwa variable Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurances*), dan Kepedulian (*Empathy*) dikategorikan sangat kurang baik.

Uji Validitas

Merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Gambar 2 Rumus Uji Validitas

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien korelasi
- X : Nilai total jawaban dari masing-masing responden
- Y : Total butir dari jawaban responden
- x : Jumlah skor butir
- y : Jumlah skor total
- N : Jumlah sampel

Apabila r-hitung > r-tabel, maka kuesioner tersebut valid, namun apabila r-hitung < r-tabel, maka kuesioner tersebut dapat diketahui tidak valid

Uji Reliabilitas

Merupakan alat uji yang digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Untuk mengetahui tingkat reliabilitas dari kuesioner, maka dilakukan uji reliabilitas menggunakan rumus koefisien *Cronbach's Alpha*, sebagaimana berikut ini:

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right\}$$

Gambar 3 Rumus Uji Reliabilitas

Keterangan:

- r_{11} : Reliabilitas instrumen
- k : Banyak butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$: Jumlah varians butir
- σ_t^2 : Varians total skor

Suatu instrumen penelitian dikatakan dapat reliable apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 dan sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 maka instrumen dianggap tidak reliable

Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu himpunan data sehingga memberikan informasi yang berguna. Statistika deskriptif biasanya digunakan sebagai langkah awal merapikan data sebelum dilaksanakan analisis lebih lanjut. Dimulai dari bentuk visual seperti tabel dan grafik, atau juga berbagai ukuran data seperti ukuran pemusatan, ukuran nilai tempat, dan ukuran penyebaran. (Martias, 2021)

Analisis Data *Importance Performance Analysis* (IPA)

Analisis data menggunakan metode IPA dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Batam. Metode ini berkaitan dengan perhitungan tingkat kinerja dan tingkat harapan pelanggan berdasarkan indikator yang berhubungan dengan pelayanan yang ada pada PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Batam. Indikator tersebut akan digunakan dalam menentukan apa saja yang masih perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Batam. Indikator kuesioner metode *Importance Performance Analysis* nantinya akan memiliki dua hasil yaitu berdasarkan kinerja dan berdasarkan harapan. Setelah hasil didapatkan selanjutnya digunakan diagram kartesius untuk mengetahui posisi setiap indikator dalam atribut dimana terdapat titik X

untuk Kinerja dan titik Y untuk Harapan.

Menurut Savitri (2020), metode *Importance Performance Analysis* (IPA) memiliki beberapa tahapan dalam melakukan analisisnya, sebagai berikut :

a. Tahapan Pertama: Menentukan tingkat kesesuaian

Tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan dan indikator pelayanan yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Batam dengan skor kepentingan pelanggan yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Berikut ini rumus tingkat kesesuaian yang digunakan:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

- Tki : Tingkat Kesesuaian (Harapan)
- Xi : Skor Penilaian Kinerja (Performance)
- Yi : Skor Penilaian Kepentingan (Importance)

Dengan ketentuan kriteria penilaian keseluruhan:

- 0.81 – 1.00 adalah (Sangat Baik)
- 0.66 – 0.80 adalah (Baik)
- 0.35 – 0.50 adalah (Kurang Baik)
- 0.0 – 0.34 adalah (Sangat Tidak Baik)

b. Tahapan Kedua: Melakukan Analisis Kuadran

Analisis dilakukan dengan memetakan dan memposisikan hasil perhitungan yang telah didapat ke dalam diagram Kartesius. setiap hasil analisis dijelaskan dalam sebuah diagram, dimana skor rata-rata penilaian terhadap tingkat kinerja (X) menunjukkan letak suatu atribut pada sumbu X, sementara letak atribut pada sumbu Y, ditunjukan oleh total nilai rata-rata tingkat kepentingan terhadap atribut (Y).

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Diketahui:

- \bar{X} : Skor rata-rata tingkat kinerja
- \bar{Y} : Skor rata-rata kepentingan
- n : Jumlah responden

c. Tahapan Ketiga: Menghitung total nilai rata-rata

Penilaian total nilai rata-rata kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*) untuk keseluruhan atribut diagram kartesius yang terdiri atas empat bagian dimana terdapat bagian garis yang berpotong tegak lurus pada titik X dan Y, dimana X adalah nilai rata-rata dari bobot tingkat kinerja sedangkan Y merupakan rata-rata dari tingkat kepentingan dari seluruh faktor yang berhubungan dengan kepuasan konsumen. Nilai memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yaitu sumbu kinerja atribut (X) atau persepsi pelanggan.

Sedangkan nilai memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan kepentingan atribut (Y) atau harapan pelanggan. Setelah diperoleh kemudian dimasukkan nilai-nilai tersebut ke dalam kuadran Kartesius, dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n}$$

Diketahui:

- \bar{X} : Bobot nilai rata-rata tingkat penilaian atribut kinerja ke-i
- \bar{Y} : Nilai rata-rata tingkat penilaian atribut kepentingan ke-i
- n : Jumlah atribut

Tahap selanjutnya setiap atribut ditempatkan sesuai pada empat kuadran diagram tersebut. Sesuai dengan rata-rata kepentingan dan rata-rata kinerja, sehingga dapat diketahui atribut mana yang berada pada tiap kuadran

Importance / Kepentingan	Sangat Penting	Kuadran 1: <i>Concentrate Here</i> - Kepentingan: sangat penting - Kinerja: rendah	Kuadran 2: <i>Keep Up The Good Work</i> - Kepentingan: sangat penting - Kinerja: tinggi
	Kurang Penting	Kuadran 3: <i>Low Priority</i> - Kepentingan: kurang penting - Kinerja: rendah	Kuadran 4: <i>Possible Overkill</i> - Kepentingan: kurang penting - Kinerja: tinggi
		Rendah	Tinggi
<i>Performance / Kinerja</i>			

Gambar 4 Kuadran Kartesius IPA

Berikut penjelasan untuk masing-masing kuadran (Mudjanarko, 2020):

a. Kuadran Pertama, Pertahankan Kinerja (*high importance & high performance*)

Faktor-faktor yang berada di kuadran ini dianggap

sebagai hal-hal yang membantu meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga manajemen memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa kinerja lembaga yang dikelolanya tetap mempertahankan hasil yang telah dicapai.

b. Kuadran Kedua, Berlebihan (*low importance & high performance*)

Faktor-faktor yang berada di kuadran ini dianggap bukan prioritas utama, sehingga manajemen perlu menyikapi sumber daya yang berkaitan dengan faktor-faktor tersebut dan arahkan ke faktor-faktor lain yang lebih penting dan masih butuh peningkatan, seperti di kuadran keempat.

c. Kuadran Ketiga, Prioritas Rendah (*low importance & low performance*)

Faktor-faktor yang berada di kuadran ini memiliki tingkat kepuasan yang rendah dan juga dianggap kurang penting oleh konsumen, sehingga manajemen tidak perlu memberi prioritas atau perhatian yang berlebihan terhadap faktor-faktor tersebut.

d. Kuadran Keempat, Tingkatkan Kinerja (*high importance & low performance*)

Faktor-faktor yang terletak di kuadran ini dianggap sangat penting oleh para konsumen, namun kondisi saat ini belum memenuhi ekspektasi, sehingga manajemen wajib menyalurkan sumber daya yang cukup untuk meningkatkan kinerja faktor-faktor tersebut.

4. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Penelitian dibagi menjadi beberapa karakteristik responden, salah satunya adalah berdasarkan Usia. Karakteristik berdasarkan Usia dikelompokkan menjadi 6 kriteria yakni < 20 tahun, 21 s/d 25 tahun, 26 s/d 30 tahun, 31 s/d 35 tahun, 36 s/d 40 tahun dan >40 tahun. Hasil penelitian berdasarkan usia adalah sebagai berikut.

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 20 Tahun	17	17%
2	21 - 25 Tahun	39	39%
3	26 - 30 Tahun	22	22%
4	31 - 35 Tahun	11	11%
5	36 - 40 Tahun	6	6%
6	> 40 Tahun	5	5%
	TOTAL	100	100%

(Sumber: Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan Tabel di atas, ditemukan bahwa responden dengan usia < 20 tahun yaitu sebanyak 17

responden (17%), usia 21 s/d 25 tahun yaitu sebanyak 39 responden (39%), usia 26 s/d 30 tahun yaitu sebanyak 22 responden (22%), usia 31 s/d 35 tahun yaitu sebanyak 11 responden (11%), usia 36 s/d 40 tahun yaitu sebanyak 6 responden (6%) dan > 40 tahun sebanyak 5 responden (5%).

Hasil pengolahan menyebutkan bahwa usia 21 s/d 25 tahun menjadi persentase tertinggi dengan nilai 39%, disebabkan pada rentang usia tersebut sedang di masa produktif bekerja dan beraktifitas lainnya yang memungkinkan untuk menggunakan layanan Gojek.

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Penelitian dibagi menjadi beberapa karakteristik responden, salah satunya adalah berdasarkan jenis kelamin. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin dikelompokkan menjadi 2 kriteria yakni laki-laki dan perempuan. Hasil penelitian berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut.

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki – Laki	27	27%
2	Perempuan	73	73%
	TOTAL	100	100%

(Sumber: Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan Tabel di atas, ditemukan bahwa responden dengan jenis kelamin laki – laki yaitu sebanyak 27 responden (27%) dan dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 73 responden (73%).

Hasil pengolahan menyebutkan bahwa jenis kelamin perempuan menjadi persentase tertinggi dengan nilai 73% disebabkan tidak memiliki kendaraan pribadi dan lebih memilih menggunakan layanan Gojek dikarenakan lebih praktis.

Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Penelitian dibagi menjadi beberapa karakteristik responden, salah satunya adalah berdasarkan pendidikan terakhir. Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir dikelompokkan menjadi 4 kriteria yakni SD/SMP, SMA, D-III, dan D-IV/S1. Hasil penelitian berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD/SMP	7	7%
2	SMA	41	41%
3	D-III	18	18%
4	D-IV/S1	34	34%
	TOTAL	100	100%

(Sumber: Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan Tabel di atas, ditemukan bahwa responden dengan pendidikan terakhir SD/SMP yaitu sebanyak 7 responden (7%), pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 41 responden (41%), pendidikan terakhir D-III yaitu sebanyak 18 responden (18%), dan pendidikan terakhir D-IV/S1 yaitu sebanyak 34 responden (34%).

Hasil pengolahan menyebutkan bahwa Pendidikan Terakhir SMA menjadi persentase tertinggi dengan nilai 41% disebabkan rata-rata pengguna masih sedang berkuliah dan bekerja atau melakukan aktifitas produktif lainnya.

Karakteristik Responden berdasarkan Lama Berlangganan

Penelitian dibagi menjadi beberapa karakteristik responden, salah satunya adalah berdasarkan lama berlangganan. Karakteristik berdasarkan lama berlangganan dikelompokkan menjadi 5 kriteria yakni < 1 tahun, 1 s/d 2 tahun, 2 s/d 3 tahun, 3 s/d 4 tahun, dan > 4 tahun. Hasil penelitian berdasarkan lama berlangganan adalah sebagai berikut.

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 1Tahun	15	15%
2	1 - 2 Tahun	17	17%
3	2 -3 Tahun	15	15%
4	3 - 4 Tahun	22	22%
5	> 4 Tahun	31	31%
	TOTAL	100	100%

(Sumber: Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan Tabel di atas, ditemukan bahwa responden dengan lama berlangganan dibawah 1 tahun yaitu sebanyak 15 responden (15%), lama berlangganan 1 – 2 tahun yaitu sebanyak 17 responden (17%), lama berlangganan 2 – 3 tahun yaitu sebanyak 15 responden (15%), lama berlangganan 3 – 4 tahun yaitu sebanyak 22 responden (22%) dan lama berlanggan diatas 4 tahun yaitu sebanyak 31

responden (31%)

Hasil pengolahan menyebutkan bahwa Berlangganan >4 Tahun menjadi persentase tertinggi dengan nilai 31% di karenakan sudah merasa aman dan nyaman menggunakan aplikasi Gojek.

Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Penelitian dibagi menjadi beberapa karakteristik responden, salah satunya adalah berdasarkan pekerjaan. Karakteristik berdasarkan pekerjaan dikelompokkan menjadi 5 kriteria yakni Pelajar/Mahasiswa, PNS, Pegawai Swasta, Wirausaha, dan Lainnya. Hasil penelitian berdasarkan lama berlangganan adalah sebagai berikut.

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	37	37%
2	PNS	3	3%
3	Pegawai Swasta	28	28%
4	Wirausaha	8	8%
5	Lainnya	24	24%
	TOTAL	100	100%

(Sumber: Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan Tabel di atas, ditemukan bahwa responden dengan status sebagai Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 37 responden (37%), pekerjaan sebagai PNS yaitu sebanyak 3 responden (3%), pekerjaan sebagai Pegawai Swasta sebanyak 28 responden (28%), pekerjaan sebagai Wirausaha sebanyak 8 responden (8%), dan pekerjaan lainnya yaitu sebanyak 24 responden (24%).

Hasil pengolahan menyebutkan bahwa Pelajar/Mahasiswa menjadi persentase tertinggi dengan nilai 37%, disebabkan mobilitas yang tinggi untuk menunjang kebutuhan aktifitas sehari-hari.

Hasil Perhitungan Importance Performance Analysis (IPA)

No.	Pernyataan	Xi	Yi	Tki	Hasil
Bukti Fisik (Tangible)					
A1	<i>Driver</i> menggunakan atribut lengkap dan sesuai standard	335	353	95%	Sangat Baik
A2	<i>Driver</i> tampil bersih, rapi dan wangi	345	355	97%	Sangat Baik
A3	Kendaraan yang digunakan <i>driver</i> sesuai dengan yang di aplikasi	322	339	95%	Sangat Baik
A4	<i>Driver</i> menggunakan kendaraan yang bersih dan nyaman	330	340	97%	Sangat Baik
A5	Tampilan aplikasi menarik dan mudah dipahami	349	356	98%	Sangat Baik
Kehandalan (Reliability)					
A6	Gojek dapat diakses di seluruh daerah kota Batam	352	359	98%	Sangat Baik
A7	Kendaraan tidak bermasalah saat melakukan pengantaran (mogok, habis bensin, dll)	342	349	98%	Sangat Baik
A8	Gojek dapat diandalkan masyarakat kota Batam	342	347	99%	Sangat Baik
A9	Gojek selalu dapat digunakan dengan baik saat melakukan pemesanan	339	343	99%	Sangat Baik
A10	<i>Driver</i> melayani sesuai SOP	332	341	97%	Sangat Baik

Daya Tanggap (Responsiveness)					
A11	Gojek dapat melayani kapanpun dibutuhkan	328	342	96%	Sangat Baik
A12	Gojek selalu mengkonfirmasi melalui pesan atau telepon	339	346	98%	Sangat Baik
A13	<i>Driver</i> menjawab pesan dengan cepat dan tanggap	351	357	98%	Sangat Baik
A14	<i>Driver</i> memberi respon atas permasalahan (macet, pesanan habis, dll)	341	347	98%	Sangat Baik
A15	<i>Driver</i> mengantar sesuai dengan waktu estimasi di aplikasi	340	346	98%	Sangat Baik
Jaminan (Assurance)					
A16	<i>Driver</i> mampu mengendarai dengan aman dan nyaman	343	350	98%	Sangat Baik
A17	Harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan aplikasi lainnya	342	354	97%	Sangat Baik
A18	Gojek memberikan asuransi kecelakaan kepada pelanggan	348	355	98%	Sangat Baik
A19	Perasaan aman terhadap pelayanan yang diberikan	340	344	99%	Sangat Baik
A20	Gojek memberikan <i>voucher</i> jika terlambat dalam menjemput pelanggan atau mengantar pesanan	345	356	97%	Sangat Baik

Kepedulian (<i>Empathy</i>)					
A21	Gojek memberikan informasi yang jelas mengenai layanan yang ditawarkan	338	342	99%	Sangat Baik
A22	<i>Driver</i> berkomunikasi menggunakan Bahasa yang sopan	351	358	98%	Sangat Baik
A23	<i>Driver</i> menyediakan jasa hujan kepada pelanggan dikala hujan	329	338	97%	Sangat Baik
A24	<i>Driver</i> memiliki sikap peduli terhadap pelanggan	339	350	97%	Sangat Baik
A25	Gojek memahami kebutuhan pelanggan	339	342	99%	Sangat Baik
TOTAL		8501	8709	98%	Sangat Baik

(Sumber: Hasil Pengolahan Data Microsoft Excel, 2025)

Berdasarkan dari hasil perhitungan, dihasilkan bahwa total kinerja yaitu sebesar 8501 dari 25 atribut pertanyaan dan total harapan yaitu sebesar 8709 dari 25 atribut pertanyaan. Hasil dari total kinerja dan harapan sebesar 98% yang berada pada kategori sangat baik.

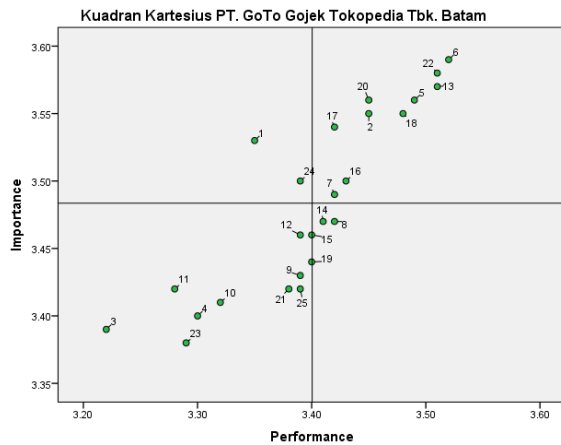
Analisis Skor Kinerja dan Harapan

Atribut	Skor Kinerja	Skor Harapan	Gap
Bukti Fisik (Tangible)			
A1	3.35	3.53	-0.18
A2	3.45	3.55	-0.1
A3	3.22	3.39	-0.17
A4	3.3	3.4	-0.1
A5	3.49	3.56	-0.07
Kehandalan (Reliability)			
A6	3.52	3.59	-0.07
A7	3.42	3.49	-0.07
A8	3.42	3.47	-0.05
A9	3.39	3.43	-0.04
A10	3.32	3.41	-0.09
Daya Tanggap (Responsiveness)			
A11	3.28	3.42	-0.14
A12	3.39	3.46	-0.07
A13	3.51	3.57	-0.06
A14	3.41	3.47	-0.06
A15	3.4	3.46	-0.06
Jaminan (Assurance)			
A16	3.43	3.5	-0.07
A17	3.42	3.54	-0.12
A18	3.48	3.55	-0.07
A19	3.4	3.44	-0.04
A20	3.45	3.56	-0.11
Kepedulian (Empathy)			
A21	3.38	3.42	-0.04
A22	3.51	3.58	-0.07
A23	3.29	3.38	-0.09
A24	3.39	3.5	-0.11
A25	3.39	3.42	-0.03
TOTAL	85.01	87.09	

(Sumber: Hasil Pengolahan Data Microsoft Excel, 2025)

Berdasarkan hasil dari Tabel di atas, diketahui bahwa total Skor Kinerja yaitu 85.01 dan total Skor Harapan yaitu 87.09. Berdasarkan perhitungan didapat nilai rata-rata $\bar{X} = 3,4$ dan $\bar{Y} = 3,5$

Analisis Kuadran



(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2025)

Berdasarkan hasil pengolahan data diagram kartesius melalui SPSS, maka diketahui prioritas apa saja yang perlu ditingkatkan dan apa saja yang perlu diperbaiki. Hasil pengukuran juga dapat digunakan dalam menentukan atribut mana saja yang perlu dipertahankan agar tidak menurunkan kualitas pelayanan yang sudah diberikan kepada pelanggan dan tetap dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Penjelasan setiap kuadran adalah sebagai berikut:

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan sehingga PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Batam harus meningkatkan kualitas pelayanannya. Adapun atribut sebagai berikut:

- **Atribut 1:** *Driver* menggunakan atribut lengkap dan sesuai standard
- **Atribut 24:** *Driver* memiliki sikap peduli terhadap pelanggan

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II menunjukkan atribut layanan yang juga dianggap penting oleh pelanggan dan kinerjanya sudah dianggap baik oleh pelanggan, oleh karena itu PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Batam harus mempertahankan kinerja atribut ini supaya dapat terus menjadi lebih baik dan terus memenuhi apa yang menjadi harapan oleh para pelanggan. Adapun atribut sebagai berikut:

- **Atribut 2:** *Driver* tampil bersih, rapi dan wangi

- **Atribut 5:** Tampilan aplikasi menarik dan mudah dipahami
- **Atribut 6:** Gojek dapat diakses di seluruh daerah kota Batam
- **Atribut 7:** Kendaraan tidak bermasalah saat melakukan pengantaran (mogok, habis bensin, dll)
- **Atribut 13:** Driver menjawab pesan dengan cepat dan tanggap
- **Atribut 16:** Driver mampu mengendarai dengan aman dan nyaman
- **Atribut 17:** Harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan aplikasi lainnya
- **Atribut 18:** Gojek memberikan asuransi kecelakaan kepada pelanggan
- **Atribut 20:** Gojek memberikan voucher jika driver terlambat dalam menjemput pelanggan atau mengantarkan pesanan
- **Atribut 22:** Driver berkomunikasi menggunakan Bahasa yang sopan

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut pada kuadran ini dianggap tidak penting oleh pelanggan dan pelayanannya kurang memuaskan atau biasa saja sehingga PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Batam tidak harus memfokuskan pada perbaikan pada kuadran ini. Adapun atribut pada kuadran ini yaitu:

- **Atribut 3:** Kendaraan yang digunakan driver sesuai dengan yang di aplikasi
- **Atribut 4:** *Driver* menggunakan kendaraan yang bersih dan nyaman
- **Atribut 9:** Gojek selalu dapat digunakan dengan baik saat melakukan pemesanan
- **Atribut 10:** *Driver* melayani sesuai SOP
- **Atribut 11:** Gojek dapat melayani kapanpun dibutuhkan
- **Atribut 12:** Gojek selalu mengkonfirmasi melalui pesan atau telepon
- **Atribut 15:** *Driver* mengantarkan sesuai dengan waktu estimasi di aplikasi
- **Atribut 19:** Perasaan aman terhadap pelayanan yang diberikan
- **Atribut 21:** Gojek memberikan informasi yang jelas mengenai layanan yang ditawarkan

- **Atribut 23:** *Driver* menyediakan jas hujan kepada pelanggan dikala hujan
- **Atribut 25:** Gojek memahami kebutuhan pelanggan

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut pada kuadran IV menunjukkan keberadaan atribut pelayanan menurut pelanggan kinerjanya sudah baik bahkan cenderung melebihi apa yang diinginkan pelanggan karena sebenarnya pelanggan tidak terlalu mempunyai harapan pada atribut layanan ini. Sehingga tidak perlu memberikan fokus pada atribut yang berada pada kuadran IV. Adapun atribut yang berada pada kuadran ini yaitu:

- **Atribut 8:** Gojek dapat diandalkan masyarakat kota Batam
- **Atribut 14:** *Driver* memberi respon atas permasalahan (macet, pesanan habis, dll)

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan terhadap judul ” Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Transportasi Online (Gojek) Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pada PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Batam”. Berikut merupakan kesimpulan dari hasil penelitian:

1. Tingkat kepuasan pelanggan PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Batam berada pada kategori sangat puas dengan total skor Tingkat Kesesuaian (Tki) mencapai 98%.
2. Indikator Pelayanan yang perlu diperbaiki berdasarkan hasil penelitian terdapat pada Kuadran I yaitu;

Atribut 1: *Driver* menggunakan atribut lengkap dan sesuai standard

Atribut 24: *Driver* memiliki sikap peduli terhadap pelanggan

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, berikut adalah beberapa saran yang menjadi bahan perbaikan kedepannya:

1. Bagi PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Batam

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, berikut adalah beberapa saran yang menjadi bahan

perbaikan kedepannya; terdapat pada Atribut A1 dan A24 agar PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. lebih memperhatikan dan memperbaiki kualitas kinerja yang diberikan kepada pelanggan dan dapat memberikan *Surat Peringatan* (SP) kepada *Driver* yang melanggar SOP yang sudah berlaku

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menganalisis atribut-atribut lain yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan digital, sehingga diperoleh hasil yang lebih sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan

References

Dari, W., & Hanayah, E. T. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Ojek Online Dengan Metode Naive Bayes,

Dzulfikar, A., Jahroh, S., & Ali, M. M. (2021). Strategi Peningkatan Kepuasan Konsumen Jahe Sang Jawara Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Pendekatan Importance Performance Analysis. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*

Girma, M., Woldetensae, B., Nuriye, G., & Lika, T. (2022). Importance performance analysis for evaluating city bus service quality in Addis Ababa, Ethiopia. *Urban, Planning and Transport Research*, 10(1), 451–465.

Hadining, A. F. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Abc Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi). *J@ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 15(1), 1.

Herrera, R. F., Sánchez, O., Castañeda, K., & Porras, H. (2020). Cost overrun causative factors in road infrastructure projects: A frequency and importance analysis. *Applied Sciences (Switzerland)*, 10(16).

Indrasari, M. 2019. (n.d.). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan Surabaya: Unitomo Press.

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

JS, S., & Andayani, N. R. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Di Pt Ramajaya Copier. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 119–131. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i1.1291>

Komara E. (2023). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif.

Lai, I. K. W., & Wong, J. W. C. (2020). Comparing crisis management practices in the hotel industry between initial and pandemic stages of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3135–3156. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0325>

Mahaputra, M. R. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Penyedia Jasa Transportasi Online di Kota Tangerang Selatan (Studi Kasus: PT. Gojek Indonesia). *Jurnal Siber Transportasi Dan Logistik*, 1(1), 29–37.

Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40.

Martilla, J. A. dan J. C. J. (1977). Importance-Per Analysis. *The Journal of Marketing*, 41(1), 77–79.

Mudjanarko, S. W. (2020). Author : Layouter : Dewi Editor : Sri Wiwoho Mudjanarko Design Cover : Azizur Rachman Penerbit.

Nur Fadhila Amri, R. F. L. (2020). Praktisi Akuntansi Di Kota Makassar : Pendapatan Driver Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Mirai Management*, 5(2), 564–582.

Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Validitas and Reliabilitas. *Journal on Education*, 6(2), 10967–10975.

Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.

Saputra, B., & Savitri, D. (2020). Penerapan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Menganalisis Kinerja Suroboyo Bus Sebagai Moda Transportasi Umum Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pengguna. *MATHunesa: Jurnal Ilmiah Matematika*, 8(3), 239–253.

Satti, Z. W., Babar, S. F., Parveen, S., Abrar, K., & Shabbir, A. (2020). Innovations for potential

entrepreneurs in service quality and customer loyalty in the hospitality industry. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(3), 317–328.

Sugiarto. (2021). Analisis Perbandingan Pendapatan Usaha Jasa Driver Grabbike Dan Ojek Pangkalan Di Oebobo Kota Kupang, 4(1), 1–23.

Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*, 8(1).

Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 7–12.

Waworundeng, J., Sandag, G., Ngeloh, S. V., & Lalong, A. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Grab dan Gojek di Masa Pandemi Covid-19 Analysis of Customer Satisfaction Levels with Grab and Gojek Services during the Covid-19 Pandemic. *Cogito Smart Journal*, 8(1), 111–121.

Yulianti, E., & Umbara, T. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis. *Jurnal Teknoif*, 8(2), 78.