

Pengaruh Kualitas Layanan Pada Aplikasi GOJEK Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pengguna di Lingkungan Politeknik Negeri Batam

Hibatullah Nur Muhammad¹, Muhammad Isryad Halim²

^{1,2}Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, Kepulauan Riau 29461, Indonesia

*Korespondensi: hibatullah4utm@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan pada aplikasi GOJEK terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pengguna di lingkungan Politeknik Negeri Batam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data diproses dengan PLS-SEM menggunakan program SmartPLS 3. Penelitian ini mengumpulkan 98 responden dari seluruh mahasiswa Politeknik Negeri Batam yang pernah menggunakan aplikasi GOJEK. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna. Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna. Kepercayaan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna. Kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna.

Kata kunci: Kualitas Layanan, GOJEK, Kepuasan, Kepercayaan, Loyalitas Pengguna

Abstract: *This research aims to determine the influence of service quality in the GOJEK application on user satisfaction, trust and loyalty within the Batam State Polytechnic environment. The type of research used is quantitative research. Data was processed with PLS-SEM using the SmartPLS 3 program. This research collected 98 respondents from all Batam State Polytechnic students who had used the GOJEK application. The research results show that service quality has a positive effect on user satisfaction. Service quality has a positive effect on user trust. Service quality has no effect on user loyalty. User trust has a positive effect on user loyalty. User satisfaction has a positive effect on user loyalty.*

Keywords: *Service Quality, GOJEK, Satisfaction, Trust, User Loyalty*

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat dalam teknologi informasi pada masa ini memiliki peran penting dalam perubahan di bidang transportasi. Dengan perkembangan teknologi ini, masyarakat kini mulai menggunakan teknologi dan gadget dalam kehidupan sehari-hari. Hadirnya sistem transportasi yang berbasis online ini menyebabkan berubahnya pola kegiatan transportasi masyarakat, sehingga menjadi lebih mudah dan fleksibel dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu teknologi transportasi yang berbasis menggunakan aplikasi yaitu GOJEK. Aplikasi ini memudahkan para pengguna untuk memesan transportasi secara online menggunakan smartphone.

Aplikasi GOJEK merupakan salah satu layanan transportasi yang berbasis teknologi, yang dikembangkan oleh anak bangsa yaitu Nadim Makarim pada tahun 2011. Aplikasi GOJEK merupakan aplikasi layanan transportasi yang dapat digunakan di smartphone dan sudah di download sebanyak 50 juta unduhan pada tahun 2021. Aplikasi GOJEK mempunyai banyak layanan yang berbeda seperti GO-Ride, Go-Car, GO-Food, GO-Clean dan lain sebagainya. Dengan kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi GOJEK dapat memberikan dampak positif dilingkungan masyarakat yaitu kemudahan dalam berpergian, biaya transportasi yang lumayan murah, efisiensi waktu, keamanan yang terjaga ketika menggunakan aplikasi, dan memiliki pelayanan yang baik. Saat ini, aplikasi transportasi online menjadi alternatif bagi masyarakat, menjadikan masyarakat bebas untuk memilih transportasi online sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.(Sudirman et al., 2020)

GOJEK menjadi aplikasi penyedia jasa transportasi online yang paling banyak digunakan. Sebanyak 82 persen masyarakat di Indonesia memilih untuk menggunakan aplikasi GOJEK. Ditengah penggunaan aplikasi GOJEK yang sedang berkembang muncul isu permasalahan yang mendapat sorotan penting, dimana ketika para pengemudi GOJEK mengantarkan penumpang dengan tergesa-gesa, sehingga menyebabkan ketidaknyamanan bagi penumpang. Selain itu, pengguna aplikasi GOJEK juga melaporkan bahwa sejumlah pengemudi GOJEK tidak menyediakan helm yang sesuai dengan standar yang sudah ditentukan. Tarif GOJEK yang juga sering berubah terutama ketika keadaan cuaca buruk, sehingga menyebabkan kepastian dalam biaya perjalanan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh (Pasaribu et al., 2022) mengungkapkan tentang pengaruh kualitas layanan e-commerce terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pengguna. Dalam penelitian ini

menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antar variabel dalam empat pengaruh interaksi yaitu kualitas layanan terhadap kepuasan, kualitas layanan terhadap kepercayaan, kepuasan terhadap loyalitas, dan kepercayaan terhadap loyalitas. Namun, kualitas layanan terhadap loyalitas tidak signifikan pengaruhnya. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, hal ini dikarenakan pengambilan sampel yang berbeda dari penelitian sebelumnya yang mengambil sampel pada aplikasi Shopee dan penelitian sekarang mengambil sampel pada aplikasi GOJEK. Berdasarkan fenomena dan gap research yang ada, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN PADA APLIKASI GOJEK TERHADAP KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PENGGUNA DI LINGKUNGAN POLITEKNIK NEGERI BATAM”**

KAJIAN TEORI DAN LITERATUR

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)

Teori Utaut 2 merupakan lanjutan dari teori Utaut yang bertujuan untuk mempelajari tentang penerimaan dan penggunaan teknologi untuk konsumen dengan menambahkan 3 komponen seperti dorongan hedonisme, nilai harga dan juga kebiasaan. Berbeda dengan metode Utaut sebelumnya, Utaut 2 dibuat dengan tidak memiliki fokus yang jelas dalam bidang teknologi baru dan juga lokasi geografis, justru teori ini memiliki tujuan untuk memperlihatkan kerangka kerja secara menyeluruh dalam penerimaan teknologi. Sehingga bisa menunjukkan ketepatan yang lebih akurat dalam memperlihatkan perilaku dari pengguna (Venkatesh et al., 2012). Metode Utaut2 ini dapat memberikan sistem baru yang dapat dibenarkan secara teori sehingga mampu untuk memprediksi dari adanya penerimaan teknologi yang dapat didukung berdasarkan penelitian terdahulu (Davis et al., 2007). Dalam teori Utaut 2 dijelaskan individu dalam menggunakan teknologi bisa dipengaruhi dari tiga struktur tambahan seperti, motif hedonis, nilai yang bisa dirasakan, dan juga kebiasaan dipengaruhi oleh usia, jenis kelamin dan pengalaman (Venkatesh et al., 2012)

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Dalam teori UTAUT 2 Kualitas layanan dapat memainkan peran penting dalam mendorong atau menghambat adopsi teknologi. Penggunaan teknologi yang dipandang memiliki kualitas layanan yang tinggi, seperti respon cepat terhadap masalah, dukungan pelanggan yang baik, dan antarmuka yang intuitif, cenderung mendapatkan respon positif dari pengguna. Hal ini dapat meningkatkan persepsi mereka terhadap nilai yang dirasakan dari teknologi tersebut, yang

merupakan salah satu variabel utama dalam UTAUT 2. Penelitian yang dilakukan (Wilis & Nurwulandari, 2020) (Pasaribu et al., 2022) (Cuong & Khoi, 2019) (Sagala et al., 2019) (Dam & Dam, 2021) (Setyadi et al., 2023) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Ini membuktikan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia teknologi, semakin besar kemungkinan bahwa motif hedonis, nilai yang dirasakan, dan kebiasaan pengguna akan mendukung penerimaan serta penggunaan teknologi tersebut. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis pertama dari penelitian ini adalah:

H1: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Pengguna

Kepercayaan pengguna merupakan suatu produk dari layanan pengguna yang unggul (Reichled & Sasser, 1990). Hal ini berdasarkan dari penjelasan (Nazar & Syahram, 2011) menyatakan bahwa suatu kepercayaan dapat terjadi apabila pihak yang dipercaya dapat memperlihatkan sikap yang bisa diterima berdasarkan apa yang diharapkan dari pihak yang dipercaya, dan juga sebaliknya, kepercayaan dapat menurun apabila pihak yang dipercaya tidak dapat memperlihatkan sikap yang sesuai tanpa adanya alasan yang sesuai. Menurut (Suprato, 2001) kualitas layanan adalah suatu hal yang diharapkan oleh pengguna bahwa vendor mampu menyediakan layanan yang berkualitas sehingga dapat terjadinya kepercayaan pengguna, berdasarkan dari penelitian terbaru memperlihatkan bahwa hal ini bisa terjadi pada pengguna dari vendor yang berbasis online. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wilis & Nurwulandari, 2020) (Pasaribu et al., 2022) (Cuong & Khoi, 2019) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna. Ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang tinggi dapat membentuk kepercayaan pengguna. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi GOJEK maka semakin tinggi penggunaan pada aplikasi tersebut. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis kedua dari penelitian ini adalah:

H2: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Pengguna

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pengguna

Dalam teori UTAUT 2 salah satu komponen yang mempengaruhi loyalitas pengguna adalah kualitas layanan. Teori ini

membantu memahami bahwa kualitas layanan yang tinggi dapat memperkuat motivasi, nilai, dan kebiasaan pengguna terhadap teknologi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pengguna terhadap teknologi tersebut. Penelitian ini sejalan dengan (Wilis & Nurwulandari, 2020) (Cuong & Khoi, 2019) (Sagala et al., 2019) (Dam & Dam, 2021) (Setyadi et al., 2023) yang menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna. Dengan demikian, kualitas layanan yang tinggi dapat memperkuat motivasi, nilai, dan kebiasaan pengguna terhadap teknologi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pengguna terhadap teknologi tersebut. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis ketiga dari penelitian ini adalah:

H3: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pengguna

Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap Loyalitas Pengguna

Berdasarkan teori UTAUT 2 kepuasan pengguna merupakan komponen penting dalam mengukur keberhasilan penggunaan teknologi informasi. Pengguna dapat lebih puas dengan teknologi informasi jika kualitas layanan, kepercayaan, dan loyalty memenuhi harapan pengguna teknologi tersebut. Kepuasan pengguna yang tinggi dapat berdampak positif pada produktivitas, kinerja organisasi, dan kesuksesan penggunaan sistem informasi. Penelitian yang dilakukan oleh (Wilis & Nurwulandari, 2020) (Sagala et al., 2019) (Dam & Dam, 2021) menemukan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna maka semakin tinggi pula loyalitas pengguna pada aplikasi GOJEK. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis keempat dari penelitian ini adalah:

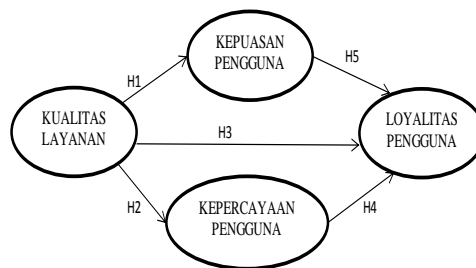
H4: Kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pengguna

Pengaruh Kepercayaan Pengguna Terhadap Loyalitas Pengguna

Dalam Teori UTAUT 2, kepercayaan pengguna dapat dianggap sebagai faktor kunci yang memengaruhi perilaku pengguna terhadap teknologi. Ketika pengguna memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap teknologi tersebut, mereka cenderung tetap setia dan menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan. Penelitian yang dilakukan oleh (Wilis & Nurwulandari, 2020) (Pasaribu et al., 2022) menemukan bahwa kepercayaan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna. Dengan demikian, pengaruh kepercayaan pengguna terhadap loyalitas pengguna dapat dijelaskan

sebagai hubungan timbal balik di mana kepercayaan yang tinggi memperkuat loyalitas pengguna, sementara loyalitas pengguna yang tinggi juga dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap teknologi tersebut. Ini menunjukkan pentingnya membangun dan memelihara kepercayaan pengguna dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas pengguna terhadap teknologi atau platform. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis kelima dari penelitian ini adalah:

H5: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pengguna



Gambar 1

Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Politeknik Negeri Batam yang menggunakan Aplikasi Gojek. Penelitian ini akan mendeskripsikan hasil uji statistik dengan menguji hipotesis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna, kepercayaan pengguna dan Loyalitas pengguna. Kualitas layanan merupakan suatu perbedaan dari harapan pengguna dan kinerja yang bisa mereka rasakan pada suatu layanan, untuk kepuasan pengguna mempunyai arti rasa senang dan kecewa dari hasil dan harapan suatu produk, kepercayaan pengguna adalah rasa nyaman yang dibangun dengan tujuan untuk membuat hubungan yang baik di masa depan, loyalitas pengguna adalah perasaan untuk menggunakan kembali dari suatu produk atau layanan secara konsisten di masa yang akan datang (Cuong & Khoi, 2019).

Tabel 1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Kode
Kualitas Layanan (X_1)	Tanggap	KL1

Variabel	Indikator	Kode
	Empati	KL2
	Jaminan	KL3
Kepuasan Pengguna (Y_1)	Penggunaan Sehari hari	KP1
Kepercayaan Pengguna (Y_2)	Kinerja	KPN1
	Pemenuhan Kebutuhan	KPN2
	Efisiensi	KPN3
Loyalitas Pengguna (Y_3)	Kognitif	LP1
	Afektif	LP2
	Konatif	LP3
	Perilaku	LP4

Sumber: (Kohar, 2020) (Adinugroho et al., 2015)

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah partial least square (PLS), dikarenakan PLS merupakan metode statistik yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah hubungan antar variabel yang kompleks namun ukuran sampel datanya kecil, antara 30 sampai 100. Analisis statistik data yang dihasilkan berupa pengujian analisis model, analisis inner model dan pengujian hipotesis.

Lokasi penelitian ini adalah daring dengan waktu penelitian Tahun 2023. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif yang sejalan dengan tujuan peneliti yaitu untuk mengetahui efek dari variabel dependen dan independen dilakukan dengan menyebarkan angket atau kuisioner. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari menyebarkan kuisioner kepada para responden yang menjadi objek di dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penskalaan skala rating dengan jenis skala likert.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Batam yang pernah menggunakan aplikasi Gojek dengan jumlah 98 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu probability sampling dengan metode purposive sampling. Dalam menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian, peneliti menggunakan rumus slovin sebagai dasar perhitungan

dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 10% (sepuluh persen). Rumus slovin dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (a^2)}$$

Keterangan:

n : Jumlah anggota sampel

N : Jumlah anggota populasi

e :Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel (10%)

Perhitungan jumlah anggota sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{6200}{1 + 6200 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{6200}{1 + 62}$$

$$n = 98$$

Dari hasil perhitungan jumlah anggota sampel di atas menggunakan rumus slovin, anggota sampel didapatkan sebanyak 6200 sampel dan di dalam penelitian ini peneliti memiliki total responden sebanyak 98 responden yang digunakan sebagai sampel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Outer Model

Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 2

Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
KEPERCAYAAN PENGGUNA	0,648
KEPUASAN PENGGUNA	1,000
KUALITAS LAYANAN	0,742
LOYALITAS PENGGUNA	0,632

Sumber : Diolah dengan Smart PLS 3

Hasil berikut menunjukkan bahwa semua struktur yang ada di dalam penelitian ini memiliki nilai AVE diatas 0,5 yang dimana hal ini merupakan ambang batas normal untuk validitas konvergen yang

memadai. Hasilnya memperlihatkan bahwa setiap instrumen yang digunakan dalam penelitian mempunyai tingkat konsistensi yang baik untuk pengukuran variabel yang sesuai.

Outer Loading/ Convergen Validity

Tabel 3
Outer Loading

	KEPERCAYAAN PENGGUNA	KEPUASAN PENGGUNA	KUALITAS LAYANAN	LOYALITAS PENGGUNA
KL1			0,865	
KL2			0,889	
KL3			0,828	
KP1		1,000		
KPN1	0,820			
KPN2	0,824			
KPN3	0,784			
KPN4	0,762			
KPN5	0,867			
KPN6	0,767			
LP1				0,868
LP2				0,785
LP3				0,797
LP4				0,760
LP5				0,825
LP6				0,779
LP7				0,812
LP9				0,722

Sumber : Data diolah dengan Smart PLS 3

Semua variabel mempunyai nilai indikator di atas 0,7, dimana setiap variabel menunjukkan tingkat konsistensi yang baik. Dalam keseluruhan, setiap instrumen yang digunakan di dalam penelitian ini bisa terlihat efektif untuk mengukur variabel yang relevan.

Reability Test

Tabel 4
Reability Test

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
KEPERCAYAAN PENGGUNA	0,891	0,917
KEPUASAN PENGGUNA	1,000	1,000
KUALITAS LAYANAN	0,826	0,896
LOYALITAS PENGGUNA	0,917	0,932

Sumber : Data diolah dengan Smart PLS 3

Semua variabel yang dianalisis mempunyai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang nilainya tinggi. Sehingga bisa menunjukkan hasil yang konsisten dengan sangat baik.

2. Analisis Inner Model

R Square

Tabel 5
R Square

	R Square	R Square Adjusted
KEPERCAYAAN PENGGUNA	0,390	0,384
KEPUASAN PENGGUNA	0,146	0,137
LOYALITAS PENGGUNA	0,623	0,612

Sumber : Data diolah dengan Smart PLS 3

Secara garis besar, model ini lebih memahami variabilitas loyalitas pengguna daripada kepercayaan dan kepuasan pengguna.

F Square

Tabel 6
F Square

	KEPERCAYAAN PENGGUNA	KEPUASAN PENGGUNA	KUALITAS LAYANAN	LOYALITAS PENGGUNA
KEPERCAYAAN PENGGUNA				0,797

KEPUASAN PENGGUNA				0,053
KUALITAS LAYANAN	0,639	0,171		0,000
LOYALITAS PENGGUNA				

Sumber : Data diolah dengan Smart PLS 3

Berdasarkan hasil data berikut secara keseluruhan, maka bisa kita lihat bahwa meningkatkan kualitas layanan jauh lebih efektif untuk dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dan loyalitas pengguna daripada kepuasan pengguna.

3. Pengujian Hipotesis

Mean, Stdev, T – Statistik, P- Value

Tabel 6

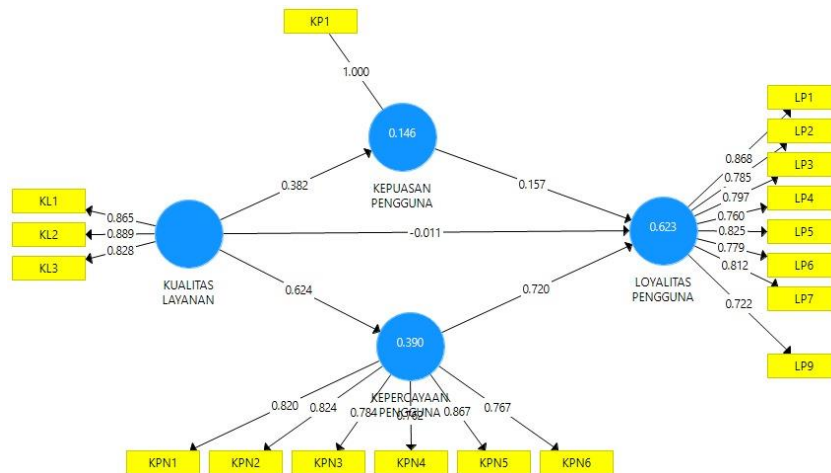
Mean, Stdev, T – Statistik, P- Value

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values	Keterangan
KEPERCAYAAN PENGGUNA -> LOYALITAS PENGGUNA	0,720	0,726	0,074	9,683	0,000	Diterima
KEPUASAN PENGGUNA -> LOYALITAS PENGGUNA	0,157	0,154	0,066	2,384	0,018	Diterima
KUALITAS LAYANAN_ -> KEPERCAYAAN PENGGUNA	0,624	0,625	0,067	9,323	0,000	Diterima
KUALITAS LAYANAN_ -> KEPUASAN PENGGUNA	0,382	0,380	0,101	3,773	0,000	Diterima
KUALITAS LAYANAN_ -> LOYALITAS PENGGUNA	-0,011	-0,011	0,091	0,122	0,903	Ditolak

Sumber : Data diolah dengan Smart PLS 3

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan variabel kepercayaan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna, dengan koefisien sebesar 0,720, nilai T sebesar 9,683, dan P value 0,000. Selanjutnya, variabel kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna, dengan koefisien sebesar 0,157, nilai T sebesar 2,384, dan P value 0,018. Pada variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna, dengan koefisien sebesar 0,624, nilai T sebesar 9,323, dan P value 0,000., Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, dengan koefisien sebesar 0,382, nilai T sebesar 3,773, dan P value 0,000. Ini menunjukkan bahwa H1, H2, H4, dan H5 diterima karna dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

Namun, kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna, dengan koefisien sebesar -0,011, nilai T sebesar 0,122, dan P value 0,903. Hal ini menunjukkan bahwa H3 ditolak.



Gambar 2

Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan gambar diatas, variabel kepercayaan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna, Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan pengguna, semakin tinggi pula loyalitas mereka. Hal ini didukung oleh penelitian (Wilis & Nurwulandari, 2020) (Pasaribu et al., 2022) menemukan bahwa kepercayaan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna. Dapat kita simpulkan bahwa kepercayaan adalah awal dari sebuah hubungan yang kuat antara pengguna dengan penyedia layanan. ketika pengguna merasa yakin dengan penyedia layanan bisa memenuhi janji mereka, resiko yang dirasakan oleh pengguna akan berkurang sehingga mereka bisa lebih loyal. Teori Utaut2 sejalan dengan pandangan ini dengan menyatakan bahwa kepercayaan

merupakan salah satu faktor penting yang bisa mempengaruhi niat dan sikap pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut. Variabel kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna. Artinya, kepuasan pengguna yang meningkat akan berkontribusi pada peningkatan loyalitas pengguna. Hal ini sejalan dengan penelitian (Wilis & Nurwulandari, 2020) (Sagala et al., 2019) (Dam & Dam, 2021) menemukan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna.

Selanjutnya, kualitas layanan terbukti berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna. Menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Sejalan dengan penelitian (Wilis & Nurwulandari, 2020) (Pasaribu et al., 2022) (Cuong & Khoi, 2019) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna. Ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang tinggi dapat membentuk kepercayaan pengguna. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna. dilakukan (Wilis & Nurwulandari, 2020) (Pasaribu et al., 2022) (Cuong & Khoi, 2019) (Sagala et al., 2019) (Dam & Dam, 2021) (Setyadi et al., 2023) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Namun, kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna. Artinya, meskipun kualitas layanan penting untuk membangun kepercayaan dan kepuasan, hal ini tidak secara langsung mempengaruhi loyalitas pengguna. Sejalan dengan (Rahmadiane et al., 2022) (Agiesta et al., 2021) yang mengungkapkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna. Hal ini bisa terjadi karena kualitas layanan yang di dapatkan oleh setiap pengguna berbeda, sehingga kualitas layanan tidak menjadi faktor utama yang mengakibatkan pengguna menjadi loyal.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna. Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna. Kepercayaan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna. Kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna.

KETERBATASAN DAN SARAN

Keterbatasan penelitian ini hanya berfokus membahas variabel kualitas layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pengguna Aplikasi GOJEK di Lingkungan Politeknik Negeri Batam. Selain itu responden penelitian ini sangat terbatas karena hanya di lingkungan Politeknik Negeri Batam sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi untuk populasi yang lebih luas. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat mencakup lebih banyak lokasi dan variasi responden.

DAFTAR RUJUKAN

- Adinugroho, F. M., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Yogyakarta, U. N. (2015). *PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, KOMITMEN PELANGGAN, DAN KOMUNIKASI WORD OF MOUTH*.
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Piksi Ganesha, P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653-1664.
- Cuong, D. T., & Khoi, B. H. (2019). The relationship between service quality, satisfaction, trust and customer loyalty a study of convenience stores in Vietnam. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(1 Special Issue), 327-333.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585-593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Davis, F., Morris, M. G., Davis, F. D., & Morris, M. G. (2007). *Journal of the Association for Information Systems Dead Or Alive? The Development, Trajectory And Future Of Technology Adoption Research. Dead Or Alive? The Development, Trajectory And Future Of Technology*. 8(4). <https://doi.org/10.17705/1jais.00120>
- Kohar, M. H. (2020). " *Hidup segala rintangan, dan jangan pernah hilang harapan. Karena ketika kamu masih memiliki harapan, disitulah kamu memiliki masa depan* " " *Memayu Hayuning Bawono, Ambrasto dur Hangkoro.* "
- Pasaribu, F., Sari, W. P., Ni Bulan, T. R., & Astuty, W. (2022). The effect of e-commerce service quality on customer satisfaction, trust and loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1077-1084. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.8.001>
- Rahmadiane, G. D., Utami, E. U. S., & Widiанти, H. (2022). Pengaruh Kualitas Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan BRI Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 11-16. <https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/40227/18880>
- Sagala, I., Zebua, Y., Kunci, K., Pelanggan, K., & Pelanggan Kualitas Pelayanan, L. (2019). *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam THE IMPACT OF SERVICE QUALITY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY*. <https://doi.org/10.31538/ndh.v6i2.1430>
- Setyadi, B., Fitriasuri, F., Helmi, S., Elpanso, E., & Paningrum, D. (2023).

- The Influence of Service Quality on Customer Loyalty Is Mediated by Customer Satisfaction in Islamic Bank. *Financial Engineering*, 1, 68–79. <https://doi.org/10.37394/232032.2023.1.6>
- Sudirman, A., Halim, F., & Pinem, R. J. (2020). Kepercayaan Sebagai Pemediasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek, *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 3, No. 3 Juni 2020. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 66–76. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Venkatesh, V., Thong, J. y. ., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu :: SSRN. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388
- Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). The effect of E-Service Quality, E-Trust, Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka's Customer. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 4(3), 1061–1099.