

**Analisis *Electronic Service Quality* pada Aplikasi Gojek
(Studi pada Masyarakat Kota Garut)**

Mohamad Habib Alkadri¹, Mukaram²

^{1,2}*Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012*
Email: ¹*mohamad.habib.abs19@polban.ac.id*, ²*mukaram@polban.ac.id*

Abstrak

Gojek merupakan pelopor transportasi dalam jaringan pertama di Indonesia yang beroperasi sejak tahun 2010. Berbagai layanan transportasi online yang disediakan oleh Gojek sangat beragam. Keberagaman layanan yang ditawarkan oleh Gojek menjadikan aplikasi Gojek memiliki banyak sekali pelayanan secara elektronik didalamnya. Respon pengguna aplikasi tidak selalu positif dengan layanan elektronik yang ada pada aplikasi Gojek, namun terdapat kemungkinan respon negatif yang diberikan pengguna terhadap aplikasi Gojek. Fenomena tersebut menjadi fokus penelitian untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Elektronik pada Aplikasi Gojek, dengan mengambil studi pada masyarakat Kota Garut. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, dengan dasar analisisnya adalah perhitungan mean (rata rata), standar deviasi, nilai maksimum dan minimum. Responden adalah pengguna aplikasi Gojek di Kota Garut. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam jaringan yaitu Google Form dengan responden sebanyak 104 orang. Hasil dari penelitian ini memberi kesimpulan bahwa kualitas pelayanan elektronik pada aplikasi Gojek termasuk kedalam kriteria Baik. Dimensi yang memperoleh nilai tinggi adalah dimensi Efficiency, sedangkan untuk dimensi yang memperoleh nilai terendah adalah Compensation.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan Elektronik, Transportasi Online, Pelanggan.

Abstract

Gojek is the pioneer of transportation in the first network in Indonesia which has been operating since 2010. The various online transportation services provided by Gojek are very diverse. The variety of services offered by Gojek makes the Gojek application have a lot of electronic services in it. The response of application users is not always positive with the existing electronic services in the Gojek application, but there is the possibility of a negative response given by users to the Gojek application. This phenomenon became the focus of research to determine the Quality of Electronic Services on the Gojek Application, by taking a study of the people of Garut City. In this study using quantitative descriptive analysis method, with the basis of the analysis is the calculation of the mean (average), standard deviation, maximum and minimum values. Respondents are Gojek application users in Garut City. Collecting data using an online questionnaire, namely Google Form with 104 respondents. The results of this study conclude that the quality of electronic services on the Gojek application is included in the Good criteria. The dimension that gets the highest score is the Efficiency dimension, while the dimension that gets the lowest score is Compensation.

Keywords: *Electronic Services Quality, Online Transportation, Customers.*

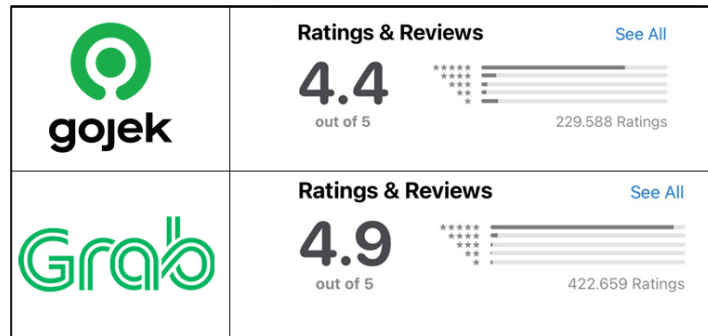
Pendahuluan

Transportasi online merupakan sarana yang sering pilih oleh masyarakat Indonesia saat ini, terkhususnya transportasi darat berbasis dalam jaringan seperti ojek online. Ojek online merupakan bentuk transformasi dari ojek konvensional yang biasanya bertempat di pangkalan untuk menunggu pelanggan yang ingin diantar ke tempat tujuan. Transformasi ini merubah cara tersebut dengan perkembangan teknologi *driver* ojek bisa terhubung secara langsung dengan penumpang melalui aplikasi yang ada pada *smartphone* Android atau iOS untuk memesan layanan antar. Dengan adanya transformasi ini, membuat para penumpang merasa mudah dan nyaman untuk menggunakan jasa ojek. Persepsi kemudahan dalam melakukan pemesannya ini dapat memicu pemesanan ulang terhadap ojek online oleh penumpang. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningtyas (2016) terhadap salah satu aplikasi transportasi online di Indonesia menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki hubungan yang positif dengan niat beli ulang (pemesanan kembali). Hal ini dikarenakan layanan transportasi online memudahkan konsumen untuk memperoleh jasa transportasi ke tempat tujuan. Kemudahan dalam pemesannya dengan menggunakan teknologi *smartphone* membuat ojek online semakin diminati. Hal ini dapat menjadi solusi transportasi di Indonesia, terutama di kota besar yang seringkali mengalami kemacetan. Ojek yang merupakan kendaraan menggunakan sepeda motor, sangat efektif untuk mobilitas di kemacetan kota.

Salah satu aplikasi ojek online *pioneer* di Indonesia adalah aplikasi Gojek. PT. Gojek Indonesia sendiri merupakan perusahaan swasta berbasis teknologi modern yang bekerja sama dengan tukang ojek di beberapa kota di Indonesia. Gojek tidak hanya menjadi pihak yang menyediakan layanan antar namun menawarkan beberapa fitur lainnya yang dapat digunakan oleh pelanggan. Fitur-fitur tersebut ada sebagai sarana untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan secara efektif dan efisien dalam mengembangkan layanan lainnya yang telah ada. Pada awalnya Gojek hanya melayani empat layanan, diantaranya adalah layanan kurir, transportasi, *delivery* makanan, hingga layanan belanja. Gojek terus berkembang dengan inovasi layanan-layanan yang dapat diakses melalui aplikasinya. Hingga saat ini Gojek membagi jenis layanannya menjadi lima bagian utama, yaitu layanan *Transport & Logistics, Payments, Food & Shopping, Entertainment, Business*.

Dengan berbagai layanan tersebut, tentu pengembang aplikasi Gojek memperhatikan sisi keamanan dan kenyamanan untuk digunakan oleh konsumen. Pemberian menu pilihan yang nyaman dan aman belum sepenuhnya menjamin kepuasan konsumen Gojek. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan juga menjadi salah satu aspek yang diperhatikan oleh konsumen. Kualitas pelayanan pada aplikasi berbentuk elektronik, seperti tampilan menu, kemudahan penggunaan fitur, fitur *customer chat* dll. Namun sayangnya pelayanan yang diberikan tidak selalu disambut dengan positif oleh pengguna, terdapat kemungkinan-kemungkinan yang dapat pengguna hadapi selama menggunakan layanan aplikasinya.

Kerumitan ketika melakukan transaksi online menjadi salah satu penyebab timbulnya keluhan yang diajukan oleh pengguna. Kemungkinan keluhan tersebut dimulai dari pelaporan masalah terhadap *customer service*, penggunaan *voucher* aplikasi, kesulitan mendapatkan *driver*, kurangnya informasi yang menjelaskan mengenai fitur, penyalahgunaan data privasi dll. Hal ini berdampak pada rating aplikasi Gojek dan memiliki rating bintang satu yang cukup banyak pada platform *download* aplikasi seperti pada *Appstore*.



Gambar 1 Rating & Reviews Appstore
Sumber: Appstore

Jika dibandingkan dengan pesaing Gojek, aplikasi gojek mendapatkan rating bintang satu yang lebih banyak dibanding dengan pesaingnya. Tidak hanya memberi rating namun memberikan ulasan berbagai keluhan. Keluhan dapat perusahaan manfaatkan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan agar perusahaan dapat memberikan pelayanan elektronik yang lebih baik. Seperti menurut Labeouf (dalam Darmajaya, 2016) keluhan dapat mendatangkan keuntungan yang besar salah satunya adalah untuk mengetahui bidang bidang yang memerlukan perbaikan. Untuk itu diperlukan pendekatan atau analisis mengenai kualitas pelayanan elektronik yang diberikan oleh Gojek. Serta untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan elektronik lainnya yang diberikan oleh Gojek kepada para penggunanya bila ditinjau dari segi dimensi *Electronic Service Quality*. Pengambilan studi pada masyarakat Kota Garut.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2016) didefinisikan sebagai ukuran tingkat layanan yang dapat diwujudkan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, juga ketepatan dari penyampaian pelayanan agar dapat menyesuaikan harapan pelanggan. Oleh sebab itu pelanggan dapat merasakan bagaimana pelayanan tersebut diberikan dan menentukan bagaimana tingkat kepuasan yang mereka berikan atas pelayanan tersebut. Menurut Arianto (2018) kualitas pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan dan persyaratan, hingga pada ketepatan waktu yang diperlukan untuk memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan. Kualitas tersebut berlaku untuk semua pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Sedangkan menurut Chaniago (2020) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai penilaian yang dilakukan oleh konsumen mengenai kelebihan atau keunggulan pelayanan secara keseluruhan. Kualitas pelayanan digunakan untuk menilai tingkat layanan yang disediakan telah memenuhi harapan yang dimiliki oleh konsumen, oleh sebab itu hal ini akan menentukan tingkat kepuasan konsumen.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan jika kualitas pelayanan merupakan sebuah penilaian yang dilakukan oleh konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan. Penilaian tersebut dapat menunjukkan layanan yang diberikan telah memenuhi harapan yang dimiliki oleh konsumen. Hal ini menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan. Seperti menurut Parasuraman, *et.al* (dalam Tjiptono dan Chandra, 2016) faktor utama yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan adalah layanan yang diharapkan (*expected service*),

serta layanan yang dirasakan (*perceived service*). Oleh sebab itu layanan yang dirasakan (*perceived service*) dapat digambarkan dengan baik apabila sesuai dengan layanan yang diharapkan (*expected service*). Hal ini berlaku sebaliknya, jika layanan yang dirasakan tidak digambarkan jika layanan yang diharapkan tidak sesuai (*expected service*). Dengan begitu layanan sangat bergantung pada pihak manajemen yang mengontrol kualitas pelayanan agar sesuai harapan pelanggan.

Menurut Parasuraman (dalam Tjiptono dan Chandra 2016) mengemukakan cara pelanggan menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah organisasi atau perusahaan melalui lima dimensi. Lima dimensi tersebut diantaranya adalah *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Tangible*, dan *Empathy*. Dimensi *Reliability* merupakan kemampuan memberikan sebuah pelayanan yang dapat diandalkan secara akurat, cepat, tepat dan memuaskan. Dimensi *Responsiveness* merupakan dimensi kemampuan pelayan atau pegawai untuk menolong pelanggan dengan cepat tanggap. Dimensi *Assurance* merupakan hal yang melekat pada pelayanan seperti dapat memberikan pengetahuan, kesopanan, kompetensi, serta kepercayaan pegawai, dan bebas dari bahaya yang dapat terjadi. Dimensi *Tangible* merupakan bentuk yang berwujud seperti penampilan pegawai. Sedangkan dimensi *Empathy* merupakan pelayan atau pegawai dalam memberikan interaksi yang baik, komunikatif, perhatian, personal, dan memahami terhadap kebutuhan pelanggan.

Kualitas Pelayanan Elektronik

Kualitas pelayanan elektronik atau *electronic service quality* merupakan salah satu bentuk dari kualitas pelayanan, yang berupa kualitas pelayanan yang berbentuk media elektronik. Bentuk Kualitas pelayanan elektronik tersebut meliputi kumpulan layanan seperti informasi produk atau layanan yang ditawarkan, pengiriman, tata cara pembelian atau purchase order dan layanan keluhan bagi pelanggan yang diberikan oleh perusahaan yang sebagian besar aktivitas usahanya menggunakan basis internet (online). (Lasyakka, 2015 & Vikramaditya, 2021). Sedangkan kualitas pelayanan elektronik menurut Zeithaml *et. al* (2013) mendefinisikan sebagai penilaian pelanggan terhadap bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam pemberian interaksi website yang berupa pengalaman berbelanja, pembayaran dalam sebuah transaksi ataupun pembelian barang dan pengiriman produk secara efisien dan efektif.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut mengenai pengertian kualitas layanan elektronik dapat ditarik kesimpulan sebagai kumpulan layanan yang berbentuk elektronik seperti informasi produk, layanan yang ditawarkan, pengiriman, tata cara pembelian atau pemesanan yang dilakukan penilaian kualitasnya secara efisien dan efektif oleh pelanggan. Kualitas pelayanan elektronik ini dapat mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap citra yang dimiliki oleh perusahaan penyedia pelayanan.

Terdapat Beberapa hal yang menjadi kesenjangan dari kualitas pelayanan elektronik. Dikemukakan oleh Tjiptono dan Chandra (2016), terdapat empat kesenjangan diantaranya:

1. Kesenjangan Informasi

Menjadi kesenjangan yang terjadi diantara kebutuhan pelanggan akan informasi yang terdapat pada website atau aplikasi dengan persepsi yang yakini oleh pengelola website mengenai kebutuhan informasi tersebut. Seperti ketika pihak pengelola aplikasi atau website memiliki anggapan jika informasi yang tampil pada website diyakini canggih dan diperlukan. Namun hal tersebut dapat menghambat keefisienan pelanggan ketika melakukan transaksi.

2. Kesenjangan design
Terjadi kesenjangan ketika pihak pengembang aplikasi tidak memperhatikan pemahaman pelanggan akan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi atau website. Seperti ketika terjadi masalah pada transaksi yang dilakukan oleh pelanggan, pelanggan berharap adanya bantuan atau petunjuk personal namun pihak pengembang menganggapnya sebagai keluhan tidak berdasar. Hal tersebut yang menyebabkan pihak pengembang tidak memperbaiki atau menyesuaikan aplikasi/website sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
3. Kesenjangan komunikasi
Kesenjangan komunikasi terjadi ketika staff atau pegawai yang bertugas memiliki pemahaman yang kurang terhadap fitur, kemampuan, serta keterbatasan yang terdapat pada aplikasi atau website. Pemahaman ini sangat krusial mengingat staf tersebut dapat mengkomunikasikan mengenai kemungkinan-kemungkinan yang terjadi dan tidak memberikan komunikasi yang tidak pasti dan melebihi kemampuan website atau aplikasi.
4. Kesenjangan pemenuhan
Kesenjangan ini dapat terjadi disebabkan oleh kesenjangan komunikasi. Kesenjangan komunikasi seperti melakukan pemasaran atau promosi yang berlebihan dan tidak sesuai dengan kenyataan atau kemampuan perusahaan. Selain dari disebabkan oleh kesenjangan komunikasi, kesenjangan ini dapat terjadi disebabkan oleh rasa kecewa yang timbul dari pelanggan akan ketidaksesuaian desain ataupun sistem operasi aplikasi. Hal tersebut termasuk ke dalam kesenjangan informasi dan design.

Menurut Zeithaml, et. al. (dalam Tjiptono dan Chandra, 2016) menyatakan jika dimensi kualitas pelayanan elektronik terdapat tujuh dimensi. Dimensi-dimensi tersebut diantaranya adalah *Efficiency*, *Fulfillment*, *Reliability*, *Privacy*, *Responsiveness*, *Compensation*, dan *Contact*. Berikut merupakan penjelasan mengenai ketujuh dimensi kualitas pelayanan elektronik.

1. *Efficiency*
Merupakan dimensi yang menjelaskan mengenai kemudahan atau kecepatan dalam proses pengaksesan aplikasi. Pengembang memberikan fitur-fitur yang berada dalam aplikasi dengan efektif dan efisien bagi pengguna aplikasi.
2. *Fulfillment*
Merupakan dimensi ketersediaan produk yang dipesan, keakuratan layanan serta transaksi dapat dipenuhi sesuai dengan keinginan pelanggan.
3. *Reliability*
Merupakan dimensi yang menjelaskan hal terkait fitur atau fungsi operasi pada aplikasi yang disediakan sehingga dapat membuat transaksi berjalan lancar.
4. *Privacy*
Merupakan dimensi mengenai keamanan dan perlindungan informasi pengguna seperti identitas, alamat, kartu kredit dan data pribadi lainnya yang tidak diberikan kepada pihak lain.
5. *Responsiveness*
Merupakan daya tanggap atau kemampuan aplikasi untuk memberikan pelayanan yang penuh tanggung jawab

6. *Compensation*

Merupakan bentuk pertanggungjawaban yang diberikan oleh aplikasi ataupun pihak pengelola atas sesuatu hal yang terjadi, baik berupa materi ataupun alternatif yang dapat diterima oleh pengguna.

7. *Contact*

Ketersediaan pihak yang dapat dihubungi oleh pihak pengguna, untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada pengguna aplikasi.

Transportasi Online

Transportasi Online menurut Pratama, dkk. (2016) mendefinisikan sebagai pelayanan jasa yang menggunakan basis internet dalam setelan aktivitas transaksinya. Dimulai dari aspek pemesanan, pemantauan jalur, pembayaran hingga penilaian terhadap layanan yang diberikan itu sendiri. Oleh sebab itu transportasi online ini juga merupakan salah satu bentuk penyelenggara lalu lintas serta angkutan jalan yang beroperasi memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada.

Menurut Hestanto (dalam Atsilia, 2021) mekanisme transportasi online dibagi menjadi tiga bagian utama. Tiga bagian utama diantaranya seperti berikut:

a. Aplikasi

Menurut Undang undang Informasi dan transaksi elektronik pasal 1 ayat 6 menyatakan jika penyelenggaraan sistem elektronik merupakan sebuah pemanfaatan sistem elektronik oleh penyelenggara negara, orang, badan usaha dan/atau masyarakat. Dalam hal ini sistem informasi elektronik yang dimaksud dalam undang undang adalah aplikasi online yang dalam sistemnya menjadi penghubung antara driver dengan pengguna. Sebagai pengelola aplikasi memiliki peranan penting dalam kesuksesan sistem jasa tranpenawaran (supply and demand) yaitu pengelola aplikasi atau perusahaan aplikasi, driver, dan pengguna jasa transportasi online. transportasi online, dikarenakan pengelola aplikasi menjadi penghubung antara permintaan dan penawaran (supply and demand) yaitu pengelola aplikasi atau perusahaan aplikasi, driver, dan pengguna jasa transportasi online.

b. Driver

Pengendara merupakan orang yang mengemudikan kendaraan motor. Kualifikasi pengemudi yang baik adalah pengemudi yang telah berhasil mengembangkan dasar mengemudi, kebiasaan mengemudi, kondisi yang seharusnya, hingga penilaian fisik hingga jasmani yang sehat dan baik. Sikap tanggung jawab serta hati hati merupakan hal yang krusial. Sikap hati hati dapat menuntun pengemudi untuk melakukannya dengan tepat, sehingga ketika terjadi hal yang tidak diinginkan dapat mengambil tindakan pencegahan yang tepat dan aman bagi pengemudi dan penumpang. Kedudukan driver adalah bersifat perseorangan yang berdiri sendiri sebagai pemilik kendaraan atau dapat dikatakan sebagai penanggung jawab kendaraan yang sedang digunakan. Driver memanfaatkan aplikasi berbasis online yang telah disediakan oleh perusahaan untuk mendapatkan pesanan (pesanan yang diterima tersebut dilengkapi dengan alamat yang dituju, nama, nomor handphone hingga foto pengguna pelayanan). Setelahnya driver menuju tempat dimana pemesan jasa transportasi tersebut berada. Driver harus memenuhi kewajiban ketika memberikan pelayanan yaitu berupa keamanan, kenyamanan dan keselamatan.

c. Pengguna

Pengguna merupakan orang yang menggunakan layanan melalui aplikasi berbasis online, orang tersebut berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses layanan selesai karena mereka

merupakan pengguna layanan. Pengguna layanan transportasi online merupakan masyarakat yang biasanya membutuhkan pelayanan transportasi yang aman, cepat hingga murah.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode ini digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan elektronik pada aplikasi Gojek yang mengambil studi pada masyarakat Kota Garut. Sehingga pada penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner elektronik (*Google form*) kepada 104 responden yang merupakan masyarakat Kota Garut. Pada kuesioner tersebut termuat hal hal yang menjadi instrumen penelitian yang diujikan kepada pengguna aplikasi gojek di Kota Garut.

Pada penelitian ini kualitas pelayanan elektronik diukur berdasarkan dimensinya, sehingga instrumen pada penelitian ini adalah tujuh dimensi kualitas pelayanan elektronik dengan 21 pertanyaan. Skala yang digunakan untuk mengukur jawaban responden menggunakan skala likert 1-5. Dikarenakan hasil yang diperoleh berupa angka maka metode analisis data menggunakan metode analisis deskriptif. Metode yang digunakan diantaranya adalah rata rata (mean), standar deviasi, nilai minimum hingga nilai maksimum. Pada metode rata rata digunakan interpretasi interval rata rata sehingga dapat diketahui termasuk kedalam kriteria seperti apa untuk dimensi kualitas pelayanan elektronik yang diperoleh. Nilai standar deviasi digunakan untuk mengetahui keseragaman persepsi atau keberagaman persepsi yang diberikan oleh responden ketika menjawab pertanyaan. Sedangkan nilai minimum dan maksimum digunakan untuk mengetahui skala jawaban tertinggi atau terendah pada pertanyaan yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan adalah *Correlation Product Moment* dengan nilai minimum 0,3. Dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing masing item yang diperoleh dengan skor item lainnya. Berikut merupakan uji validitas terhadap item item pertanyaan yang akan diujikan, perhitungan menggunakan software SPSS sebagai berikut:

Tabel 1 Uji Validitas

Indikator Pertanyaan	Korelasi	Keterangan
Kecepatan Akses 1	0,330	Valid
Kemudahan Akses 1	0,552	Valid
Kemudahan Akses 2	0,766	Valid
Kesesuaian layanan yang diberikan 1	0,442	Valid
Kesesuaian layanan yang diberikan 2	0,610	Valid
Kelancaran Akses 1	0,393	Valid
Kemampuan perbaikan sistema 1	0,658	Valid
Kemampuan perbaikan sistema 2	0,642	Valid

Indikator Pertanyaan	Korelasi	Keterangan
Penjagaan informasi pribadi 1	0,498	Valid
Penjagaan informasi pribadi 2	0,634	Valid
Penjagaan Informasi pribadi 3	0,795	Valid
Pemberian bantuan 1	0,655	Valid
Pemberian bantuan 2	0,698	Valid
Penanganan keluhan 1	0,534	Valid
Penanganan keluhan 2	0,633	Valid
Kompensasi atas ketidaktepatan pesanan 1	0,778	Valid
Kompensasi atas ketidaktepatan pesanan 2	0,745	Valid
Kesediaan Fitur Chat 1	0,657	Valid
Kesediaan Fitur Chat 2	0,799	Valid
Ketersediaan Customer Service 1	0,748	Valid
Ketersediaan Customer Service 2	0,664	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang telah dilakukan, diperoleh jika semua item pertanyaan yang telah diujikan melebihi nilai korelasi 0,3. Hal ini berartikan jika item pertanyaan yang telah diuji validitas termasuk kedalam kriteria Valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik menggunakan software spss. Dalam penggunaannya untuk melihat tingkat *reliable* item pernyataan dilihat melalui nilai *cronbach's alpha*. Sebuah item pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai lebih dari 0,6.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.921	.925	21

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, nilai cronbach's alpha yang diperoleh melebihi 0,6. Hal ini menunjukkan jika instrumen yang digunakan pada penelitian ini dapat dinyatakan reliabel. Sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya sebagai instrumen untuk mengumpulkan data lapangan.

Descriptive Statistic Dimensi E-service Quality

Berikut merupakan hasil analisis deskriptif rata rata dari variabel kualitas pelayanan elektronik secara keseluruhan yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 Uji Deskriptif

Descriptive Statistics							
Dimensi	Item	Min	Max	Mean	Std. Deviation	N	Kriteria
<i>Efficiency</i>	P1	1	5	4.2500	0.707	104	Sangat Baik
	P2	2	5	4.4904	0.710	104	Sangat Baik
	P3	2	5	4.4712	0.667	104	Sangat Baik
Rata rata dimensi <i>Efficiency</i>				4.4038	0.695		Sangat Baik
<i>Fulfillment</i>	P4	1	5	4.0192	0.858	104	Baik
	P5	1	5	4.3558	0.695	104	Sangat Baik
Rata Rata Dimensi <i>Fulfillment</i>				4.1875	0.777		Baik
<i>Reliability</i>	P6	2	5	4.1635	0.751	104	Baik
	P7	2	5	4.1538	0.797	104	Baik
	P8	1	5	3.9038	0.929	104	Baik
Rata rata dimensi <i>Reliability</i>				4.0737	0.826		Baik
<i>Privacy</i>	P9	2	5	3.9712	0.929	104	Baik
	P10	1	5	4.0288	0.949	104	Baik
	P11	2	5	4.2692	0.791	104	Sangat Baik
Rata rata dimensi <i>Privacy</i>				4.0897	0.890		Baik
<i>Responsiveness</i>	P12	2	5	4.1827	0.734	104	Baik
	P13	2	5	4.1250	0.820	104	Baik
	P14	1	5	3.8462	0.963	104	Baik
	P15	1	5	3.7115	0.888	104	Baik
Rata rata dimensi <i>Responsiveness</i>				3.9664	0.852		Baik
<i>Compensation</i>	P16	2	5	3.8173	0.833	104	Baik
	P17	2	5	3.9423	0.786	104	Baik
Rata rata dimensi <i>Compensation</i>				3.8798	0.810		Baik
<i>Contact</i>	P18	1	5	4.4904	0.775	104	Sangat Baik
	P19	2	5	4.5288	0.749	104	Sangat Baik
	P20	2	5	4.0577	0.857	104	Baik
	P21	1	5	4.1923	0.903	104	Baik
Rata rata dimensi <i>Contact</i>				4.3137	0.822		Sangat Baik
Rata Rata Variabel <i>Electronic Service Quality</i>				4.1312	0.810		Baik

Perolehan data jawaban responden yang diperoleh diolah menggunakan software spss. Merujuk pada tabel 3 hasil uji deskriptif menunjukkan jika penelitian ini berjumlah 104 responden yang telah dijadikan sampel penelitian. Dalam uji deskriptif ini memiliki pertanyaan penelitian sebanyak 21 pertanyaan dengan 7 dimensi yang memuat 11 indikator. Diperoleh hasil rata rata secara keseluruhan variable *electronic service quality* sebesar 4.13 yang masuk kedalam kriteria baik, sedangkan nilai standar deviasi yang diperoleh adalah 0,810 dengan persentase berdasarkan hasil perhitungan ($\frac{\text{Standar Deviasi}}{\text{Jumlah Skala Pengukuran}} \times 100\%$) atau ($\frac{0,810}{5} \times 100\%$) = 16,2%. Hasil perolehan angka secara keseluruhan tersebut berdasarkan angka angka yang ada pada setiap dimensi variable *electronic service quality*.

Pembahasan

Hasil analisis statistik deskriptif variabel *Electronic Service Quality* menunjukkan bahwa kualitas pelayanan elektronik pada aplikasi Gojek di kota Garut secara umum sudah dalam kriteria baik karena mean yang didapat dari hasil pengujian sebesar 4,13. Hasil tersebut termasuk pada interpretasi kriteria 4,21-5,00 yang digolongkan kedalam kriteria Baik. Nilai standar deviasi yang diperoleh adalah 0,810 dengan persentase berdasarkan hasil perhitungan ($\frac{\text{Standar Deviasi}}{\text{Jumlah Skala Pengukuran}} \times 100\%$) atau ($\frac{0,810}{5} \times 100\%$) = 16,2%. Nilai yang diperoleh termasuk dibawah 20% dari nilai mean, hal ini memiliki arti terjadinya keseragaman jawaban atau relatif sama dari pengguna Gojek terhadap setiap indikator pada variabel ini. Hal ini selaras dengan yang dikemukakan oleh Santoso (2006) jika nilai standar deviasi yang diperoleh dibawah 20% nilai tersebut termasuk kedalam kriteria kecil, yang memiliki arti bahwa jawaban yang diberikan responden seragam atau satu pandangan, namun sebaliknya jika kategori besar memiliki arti jika jawaban yang diberikan responden beragam (tidak homogen).

Diperoleh hasil analisis statistic deskriptif tiap dimensi pada variabel kualitas pelayanan elektronik. Pada tabel menunjukkan bahwa nilai rata rata tertinggi dimiliki oleh dimensi *Efficiency*, dengan nilai sebesar 4,4 yang tergolong kedalam kriteria sangat Baik karena berada di skala 4,21-5,00. Hal ini menunjukkan jika menurut para pengguna layanan aplikasi gojek, kualitas pelayanan elektronik pada dimensi *Efficiency* sudah menunjukkan penilaian yang sangat baik. Terdapat beberapa kemungkinan yang melatarbelakanginya, salah satunya adalah dikarenakan terpenuhinya indikator kecepatan akses serta kemudahan akses ketika aplikasi digunakan. Kecepatan akses aplikasi Gojek berkualitas sangat baik terbukti dapat diakses untuk melakukan pemesanan dengan sangat cepat dan tepat. Sebuah layanan elektronik dapat dinilai dengan baik ketika dapat memberikan layanan akses yang tidak hanya tepat namun memiliki kecepatan yang maksimal. Sehingga Pengguna merasa lebih efisien dan efektif ketika menggunakan layanan aplikasi tersebut. Hal ini selaras dengan apa yang diungkapkan oleh Radhianty (2015) Semakin efektif waktu pengaksesan yang digunakan oleh pengguna, semakin efektif pula benefit yang didapatkan. Salah satunya sebagai bentuk pencegahan atas hambatan yang terjadi. Sedangkan indikator kemudahan akses berdampak terhadap jawaban responden dikarenakan fitur layanan yang tersedia pada aplikasi Gojek disajikan dengan sangat baik. Disajikan dengan icon yang mudah dikenali atau dilihat sehingga memudahkan pengguna untuk melakukan pemesanan sesuai dengan layanan yang diinginkan. Pengguna dibuat mudah dan paham untuk mencapai tujuan layanan yang mereka inginkan. Kemudahan dalam menggunakan sebuah layanan dapat mempengaruhi pandangan pengguna dan berdampak pada hal hal tertentu. Berdampak secara langsung seperti dapat memberikan efek komunikasi getok tular yang dapat mempengaruhi calon pengguna lainnya untuk menggunakan layanan. Hal ini termasuk kedalam salah satu teori dari Lovelock (2011) mengenai tiga tindakan yang dapat dilakukan oleh pengguna ketika mengalami *service failure* atau kegagalan layanan yang diberikan, salah satu dari bentuk tindakan tersebut adalah *word of mouth* yang negatif yang bisa dilakukan secara publik atau privasi. Adapun nilai standar deviasi yang diperoleh sebesar 0,695 atau ($\frac{0,695}{5} \times 100\%$) = 13,9 %. Nilai tersebut berada dibawah 20% dari nilai mean yang memiliki arti jika jawaban dari pengguna aplikasi Gojek termasuk kedalam jawaban yang relatif sama atau keseragaman.

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif dimensi *Fulfillment, Reliability, Privacy, Responsiveness* tergolong kedalam kriteria baik dikarenakan memiliki nilai yang diperoleh masuk kedalam Skala

kriteria 4,21-5,00. Dengan nilai standar deviasi yang diperoleh berada pada rentang 0,77 hingga 0,89. Sedangkan dimensi dengan nilai perolehan terendah adalah dimensi compensation.

Dimensi compensation merupakan dimensi dengan nilai rata rata terendah, dengan nilai perolehan sebesar 3,81 yang tergolong kedalam kriteria Baik. Terdapat beberapa kemungkinan yang dapat mengakibatkan rendahnya nilai rata rata yang diperoleh pada dimensi compensation. Kompensasi diberikan oleh perusahaan sebagai bentuk imbalan atau penyelesaian atas permasalahan yang terjadi pada pengguna. Dapat berupa uang maupun penggantian sesuatu yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang dikeluhkan oleh pengguna. Dalam proses pertanggungjawaban atau pemberian kompensasi dari kemungkinan yang dapat terjadi, perusahaan dapat mempertimbangkan beberapa hal. Seperti pada teori Cunha *et.al* (2009), terdapat tiga aspek yaitu *procedural justice, distributive justice hingga interactional justice*. *Procedural justice* merupakan keadilan yang mengacu pada kebijakan, peraturan hingga waktu yang digunakan. *Distributive justice* merupakan aspek yang mengacu pada penanganan keluhan ketika perusahaan melakukan kesalahan, walaupun perusahaan harus mengeluarkan biaya yang cukup besar. Sedangkan *interactional justice* yakni kompensasi yang berfokus terhadap perlakuan interpersonal, seperti permintaan maaf, pemberian pertolongan, etika kesopanan, serta empati yang diberikan ketika proses kompensasi dikerjakan. Berdasarkan teori jenis-jenis kompensasi tersebut, maka perusahaan dapat mengimplementasikannya sehingga dimensi kompensasi dapat lebih ditingkatkan. Adapun nilai standar deviasi yang diperoleh sebesar 0,81 atau $\left(\frac{0,81}{5} \times 100\%\right) = 16,1\%$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna aplikasi Gojek memiliki jawaban yang dikategorikan relatif sama atau terjadi keseragaman jawaban dari responden pengguna aplikasi. Hal ini dikarenakan nilai standar deviasi yang diperoleh dibawah 20% dari nilai mean.

KESIMPULAN

Pada penelitian Analisis Kualitas Pelayanan Elektronik pada aplikasi Gojek (Studi pada masyarakat Kota Garut), diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat diberi kesimpulan bahwa kualitas pelayanan elektronik pada aplikasi Gojek ditinjau dari dimensi Electronic Service Quality tergolong kedalam kriteria Baik.
2. Dimensi kualitas pelayanan elektronik yang memiliki nilai paling tinggi adalah dimensi Efficiency, Berada dalam kriteria sangat baik. Hal ini dikarenakan kualitas kecepatan dan kemudahan akses pada aplikasi Gojek sangat baik. Sedangkan untuk dimensi yang memiliki nilai paling rendah adalah Compensation, walaupun masih berada dalam kriteria baik.

Daftar Pustaka

- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. 1(02).
- Atsilia, I. (2021). Analisis Karakteristik Pengguna Transportasi Online Di Kota Bandung Berdasarkan Alasan Pengguna. 20(10).
- Cunha, M.P., Rego, A., Kamoche, K. (2009). Improvisation in Service Recovery. *Managing Service Quality*.19(6)
- Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nanostore. *International Journal Administration, Business & Oragination*. 1(2)
- Darmajaya, J. B. (2016). Pengaruh Penanganan Keluhan (Complaint Handling) Terhadap Kepercayaan Dan Komitmen Mahasiswa, 2(01).
- Lasyakka, B., Astuti, E., & Suyadi, I. (2015). Faktor - Faktor Kualitas E-service Yang Berpengaruh Terhadap Perceived Value Pada Website Ecommerce Lazada.co.id Studi Pada Warga Lingkungan Rw. 3 Kelurahan Dinoyo Kecamatan. 24(02).
- Lovelock, C., Wirtz, J., Murssy, J. (2011). *Service Marketing*. New Jersey: Pearson Education
- Pratama, Yoga, G., Suradi, A (2016). "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." 5(03).
- Radhianty, T., & Permana, E. (2015). Studi Kinerja Internet Public Website di Sisi Pengguna. 25(1).
- Singgih Santoso. 2006. *Menggunakan SPSS untuk Statistik Non Parametrik*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Vicramaditya, P. B. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Grabbike. 10(2).
- Wahyuningtyas, A. R. (2016). Pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat beli ulang dengan persepsi kegunaan sebagai variabel intervening. 4(03).
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler (2013) *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6 thed. Mc.Graw-Hill. Boston.