

KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI TANGERANG DENGAN KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Peter Rajagukguk^{1)*}, Hardani²⁾, Arief Fadholi³⁾

¹⁾²⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

Penulis Korespondensi: peter.ptr@bsi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Tangerang dengan kualitas pelayanan sebagai variabel mediasi. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif statistik dengan pendekatan explanatory research. Pengolahan data menggunakan smartPls 4 dengan analisis outer models dan inner models. Metode pengumpulan data kuesioner, wawancara, terhadap pengemudi gojek dan pelanggan gojek dengan jumlah sampel 100 orang. Teknik sampling non probability sampling dengan sampling kuota. Hasil penelitian menunjukkan t statistic $>$ t table dan nilai sig. $>$ P value. Maka kualitas sumber daya manusia berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Kualitas sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.

Keywords: Kualitas Sumber Daya Manusia, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

Article Information:

Received Date: 28 September 2023

Revised Date: 7 Oktober 2023

Accepted Date: 23 Maret 2024

PENDAHULUAN

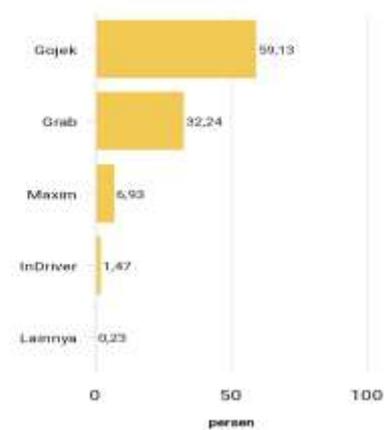
Perkembangan teknologi komunikasi mendorong perubahan seluruh aspek kehidupan manusia, baik sosial, budaya, ekonomi, dan berbagai aspek lain, termasuk transportasi. Masyarakat mengalami transformasi dalam kegiatan sehari-hari, belanja secara online, berinteraksi dengan media sosial, bahkan berpergian menggunakan aplikasi online. Semuanya bisa dilakukan secara bersamaan pada waktu dan tempat yang sama, melalui gawai digenggam. Bahkan sedang menjadi tren saat ini, aktivitas belajar dengan e-learning, berjualan dan belanja di e-commerce, transaksi perbankan menggunakan e-banking, membaca buku melalui e-library, melakukan pembayaran e-money, dan lain sebagainya.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 215,63 juta pada 2022-2023. Jumlah ini meningkat sebesar 2,67% dari 210,03 juta pengguna pada periode sebelumnya. Jumlah internet tersebut 78,19% dari total penduduk di Indonesia sebanyak 275,77 juta jiwa. Persentase ini lebih tinggi 1,17% dibandingkan 77,02% pada 2021-2022 (Sadya, 2023). Hal ini menggambarkan bahwa aktifitas manusia dengan fasilitas internet semakin meningkat. Segala sesuatu yang diperlukan bisa dengan mudah didapatkan termasuk kemudahan dari sistem transportasi.

Ojek online merupakan fasilitas transportasi berbasis aplikasi online dimana pengguna jasa tersebut menerapkan telepon pintar sebagai sarana untuk melakukan pemesanan pada layanan ojek online dan pengguna secara otomatis akan terkoneksi dengan driver yang memperoleh pesan serta bersedia mengantarkan pengguna jasa tersebut ke tempat tujuan. Amiruddin (2019) dalam (Ferdila et al., 2021) berpendapat bahwa ojek online adalah angkutan konvensional seperti ojek biasanya, yang menggunakan sepeda motor menjadi fasilitas pengantaran, akan tetapi ojek online disebut lebih canggih karena sudah terintegrasi dengan perkembangan teknologi.

Dalam perkembangannya ojek sebagai angkutan umum beraplikasi, diatur dalam, PP Nomor 74 Tahun 2014 dan Permenhub Nomor PM 108 Tahun 2017 dimana “Ketentuan Pasal 151

huruf a UU LLAJ disebut sudah mengakomodasi angkutan sewa khusus yang merupakan angkutan umum dengan tanda nomor kendaraan bermotor warna dasar hitam” (Mathodah, 2019) Perusahaan Aplikasi Transportasi Online yang Digunakan Publik Jabodetabek (Per September 2022)



Sumber: katadata.co.id

Berdasarkan gambar di atas, tercatat sebanyak 59,13% masyarakat menggunakan gojek, diikuti aplikasi Grab (32,24%), Maxim (6,93%), InDriver (1,7%), dan lainnya (0,23%) (katadata.co.id). Ini berarti bahwa gojek menempati peringkat pertama sebagai layanan transportasi ojek online yang paling banyak diminati oleh masyarakat di Jabodetabek. (Mutia, 2022)

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas masalah mengenai pengaruh kualitas sumber daya manusia dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat. memperoleh kesimpulan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kinerja driver dengan kepuasan pelanggan. Ratna Nikin Hardati (2021) Demikian juga oleh Ridho Alfian dan Waris Gunadi (2021) menghasilkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut maka tulisan ini diberi judul Telaah Kualitas Sumber Daya Manusia melalui Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Ojek Online Gojek di Tangerang”.

Penelitian ini dilakukan terhadap pengguna ojol Kabupaten Tangerang, dimaksudkan untuk mengetahui apakah kualitas sumber daya manusia, dan kualitas pelayanan driver gojek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, serta bagaimana pengaruh kualitas sumber daya manusia melalui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan gojek di Tangerang

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Sumber Daya Manusia

Menurut Matindas (2010) dalam (Abdiansyah, 2022) bahwa kualitas sumber daya manusia ialah kecakapan dari masing-masing karyawan dalam menyelesaikan tugasnya, meningkatkan kualitas dirinya, serta memotivasi kualitas diri rekan kerjanya.

Pengertian diatas, menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia merupakan keahlian mental dan pengetahuan yang dimiliki seseorang untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaannya.

Menurut (Silalahi, 2022) sumber daya manusia yang berkualitas dapat dicapai melalui aspek berikut:

a. Faktor internal

Biasanya diperoleh dari sifat dan kualitas karyawan yang berbeda, seperti cara berbicara, kecakapan analitis, dan keterampilan lain yang telah melekat pada mereka selama karier mereka, serta pendidikan dan riwayat pekerjaan mereka.

b. Faktor eksternal

Program orientasi, pelatihan, dan pendidikan perusahaan dilaksanakan untuk mengetahui informasi tentang faktor-faktor eksternal. Selama orientasi, karyawan baru diberi pengarahan tentang kebijakan, prosedur, dan harapan perusahaan untuk peran mereka.

Kualitas sumber daya manusia mencakup tiga aspek, sebagaimana dikemukakan oleh Matutina (2001:05) dalam (Nur et al., 2020):

- a. Pengetahuan (*Knowledge*) mengacu pada kemampuan bawaan karyawan, seperti

kecerdasan, penalaran, dan penguasaan berbagai topik.

- b. Keterampilan (*Skill*), kompetensi teknis karyawan di bidang operasi tertentu.
- c. Kemampuan (*Abilities*) adalah hasil dari kesetiaan, disiplin, kerja sama, dan tanggung jawab seseorang, di antara keterampilan lainnya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan, oleh Kotler dan Armstrong (2012) dalam Mathinda (2019), mencakup semua kualitas khas layanan dan cara kualitas tersebut memfasilitasi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan, baik secara langsung maupun dalam jangka panjang. Menyediakan produk pelayanan berkualitas tinggi sangat penting untuk memastikan kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung lebih senang dengan perusahaan yang memiliki kualitas yang cukup tinggi. Jika perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mereka dapat memperoleh keuntungan finansial. Memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan sangat penting untuk mempertahankan bisnis jasa yang sukses.

Berdasarkan perspektif di atas, bahwa kualitas pelayanan adalah suatu pendekatan yang dilakukan untuk memastikan bahwa kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi dan harapan mereka terlampaui.

Menurut Kotler (2012) dalam (Aprillia & Fatimah, 2021) lima kriteria berikut sebagai hal yang penting untuk memberikan pelayanan berkualitas tinggi:

- a. Bukti Fisik, wujud pelayanan perusahaan seperti gedung, mesin, personel, kebersihan, dan kerapian, dan berbagai saluran komunikasinya.
- b. Empati, karyawan dan manajer menunjukkan minat yang meningkat dalam memberikan pelayanan secara individu kepada klien.
- c. Keandalan, keandalan dan ketepatan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan.
- d. Cepat tanggap, kecepatan transaksi diproses dan pengaduan ditangani oleh

perusahaan adalah contoh seberapa cepat dan efektif perusahaan menanggapi kebutuhan pelanggannya.

- e. Jaminan, kepercayaan dan kehandalan pelayanan perusahaan didasarkan pada keahlian dan keramahan karyawannya.

Kepuasan Pelanggan

Hasan (2014) dalam (Intan Eviani, 2021) Kepuasan merupakan perasaan puas atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja produk aktual dengan kinerja yang diharapkan.

Dapat dimaknai bahwa kepuasan pelanggan ialah perasaan puas dari pelanggan berupa tindakan emosional yang ditimbulkan dari perbandingan antara hasil kerja yang diberikan dengan harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Abdiansyah, 2022) Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

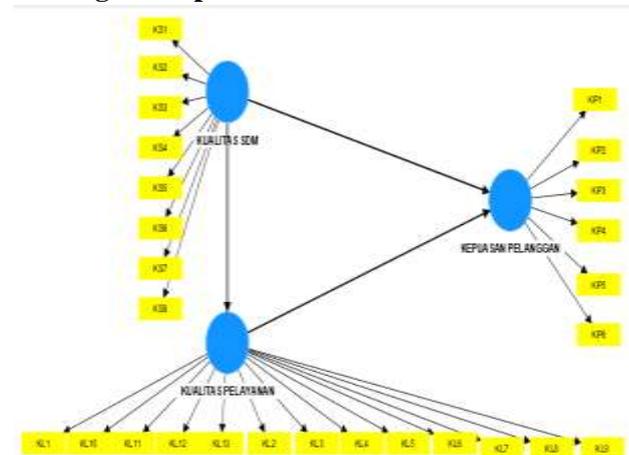
- Kualitas produk, pelanggan akan puas jika *review* mengungkapkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas tinggi.
- Harga, menyediakan pelanggan dengan produk yang serupa dalam kualitas tetapi lebih murah adalah nilai jual utama.
- Kualitas pelayanan (*service quality*), jika layanan dilaksanakan dengan baik atau disesuaikan dengan preferensi masing-masing individu, pelanggan akan senang.
- Faktor emosional (*emotional factor*), pelanggan yang puas yang menggunakan merek terkenal dapat yakin bahwa rekan-rekannya akan terkejut dengan keputusan pembeliannya.
- Biaya dan kemudahan, pelanggan lebih puas dengan suatu produk jika mereka tidak harus menunggu lama atau menghabiskan banyak uang untuk itu.

Lebih lanjut, Kotler dan Keller (2016) dalam (Dewi et al., 2019) berpendapat bahwa retensi pelanggan sangat penting. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan dapat dievaluasi melalui dimensi berikut:

- Membeli lagi
Pelanggan yang merasa puas ditandai dengan adanya kegiatan membeli atau menggunakan lagi produk tersebut.

- Merekomendasikannya kepada orang lain
Ketika konsumen memiliki pengalaman positif dengan suatu produk, mereka lebih cenderung mengadvokasinya kepada orang lain.
- Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing
Pelanggan yang merasa puas terhadap suatu produk cenderung kurang memperhatikan produk dari pesaing karena sudah nyaman dengan produk yang digunakan.
- Membeli produk lain dari perusahaan yang sama
Pelanggan yang merasa puas biasanya akan membeli produk lain dari perusahaan yang sama karena sudah merasakan kualitas produk yang dibeli dari perusahaan tersebut.
- Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan
Pelanggan yang merasa puas menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan untuk menambah variasi produk dan pelanggan akan merasa senang apabila ide yang ditawarkan diterima oleh perusahaan.

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

Berdasarkan kerangka berfikir di atas maka dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

- H1: Diduga terdapat pengaruh kualitas SDM terhadap kepuasan pelanggan gojek di Tangerang
- H2: Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan gojek di Tangerang

H3: Di duga terdapat pengaruh kualitas sdm terhadap kualitas pelayanan gojek di Tangerang

H4: Diduga terdapat pengaruh kualitas SDM terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan gojek diTangerang

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori explanatory research, untuk “menguji hipotesis antar variabel penelitian dan untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang diteliti”, khususnya antara variabel independen dan variabel terkaitnya. Penelitian dilakukan di Kabupaten Tangerang dengan populasi sebanyak 3.185.552 jiwa. (BPS.2022) Teknik samplingnonprobabilty sampling dengan metode penetapan sampel kuota. Jumlah sampel ditetapkan 100 responden. Data didapat melalui angket yang disebarakan secara daring melalui googleform, dan wawancara terhadap beberapa pengguna jasa ojek online gojek. Data sekunder diperoleh dari beberapa website ojek online, dan beberapa data penelitian sebelumnya. (Rajagukguk et al., 2022)

Teknik analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS) merupakan model persamaan Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan berdasarkan variance atau component-based structural equation modeling. Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (measurement model) atau outer model dan model struktural (structural model) atau inner model

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Outer Models.

a) Compesite Reliability

Statistik yang digunakan dalam compesito reliability atau reliabilitas kontrak memiliki nilai >0.6 menunjukkan kontrak memiliki reliabilitas atau keterhandalan yang

tinggi sebagai alat ukur. Nilai batas >0.6 berarti dapat diterima dan >0.8 dapat diartikan sangat memuaskan.

Tabel 1. Compesite Reliability

Konstruk	Crobach's Alpha	Composite Reliability
Kualitas SDM	0.931	0.920
Kualitas Pelayanan	0.960	0.965
Kepuasan Pelanggan	0.897	0.943

Sumber: Analisis Data 2023

Berdasarkan Tabel 1. tentang hasilpengujian compesito reliability dapat dijabarkan :

- 1) Variabel Kualitas Sumber daya manusia adalah reliabel, karena nilai compesito reliability ditemukan sebesar $0.920 > 0.6$.
- 2) Variabel Kualitas Pelayanan adalah reliabel, karena nilai compesito reliability ditemukan sebesar $0.965 > 0.6$.
- 3) Variabel Kepuasan pelanaggan adalah reliabel, karena nilai compesito reliability ditemukan sebesar $0.943 > 0.6$.

b) Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE) menggambarkan besaran varian yangmampu dijelaskan oleh item-item dibandingkan dengan varian yang disebabkan oleh eror pengukuran. Standarnya adalah bila nilai AVE diperoleh >0.5 , maka dapat dikatakan bahwa konstruk memiliki convergent validity yang baik

Tabel 2. AVE

Konstruk	Average Variance extracted (AVE)
Kepuasan Pelanggan	0.658
Kualitas Pelayanan	0.681
Kualitas SDM	0.676

Sumber: Analisis Data 2023

Berdasarkan data pada table 2 bahwa nilai AVE dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kualitas sumber daya manusia adalah reliabel, karena nilai ave ditemukan sebesar $0.676 > 0.5$.
 - 2) Kualitas pelayanan adalah reliabel, karena nilai ave ditemukan sebesar $0.681 > 0.5$.
 - 3) Kepuasan pelanggan adalah reliabel, karena nilai ave ditemukan sebesar $0.658 > 0.5$
- c) Discriminant Validity

Discriminant Validity pada tingkat variable di ukur dengan memperhatikan nilai pada Fornell Lacker Criterion. Kriteria diterima apabila Akar AVE konstruk $>$ korelasi antara konstruk.

Tabel 3 Fornell Lacker Criterion.

	KEPUASAN PELANGGAN	KUALITAS PELAYANAN	KUALITAS SDM
KEPUASAN PELANGGAN	0.811		
KUALITAS PELAYANAN	0.787	0.825	
KUALITAS SDM	0.715	0.725	0.822

Berdasarkan Tabel. 3 tentang pengujian hasil discriminant validity melihat nilai Heretroit Monotrait Ratio (HTMT) dapat dijabarkan sebagai berikut ini:

- 1) Kepuasan pelanggan nilai HTMT sebesar $0.811 < 0.9$, artinya validitas diskriminan baik, atau benar-benar berbeda dari konstruksi lainnya.
- 2) Kepuasan pelayanan memiliki nilai HTMT sebesar $0.825 < 0.9$, artinya validitas diskriminan baik, atau benar-benar berbeda dari konstruksi lainnya.
- 3) Kualitas sumber daya manusia memiliki nilai HTMT sebesar $0.822 < 0.9$, artinya validitas diskriminan baik, atau benar-benar berbeda dari konstruksi lainnya.

Uji inner Model

- a. Nilai Path Coeficient

Tabel 4. Koefisien Jalur

Variable eksogen	Kepuasan Pelanggan	Arah hubungan
Kualitas sdm	0.567	Positif
Kualitas Pelayanan	0.304	Positif

Sumber: Data diolah 2023

Dari tabel 4 dapat dilihat Variabel kualitas sdm terhadap kepuasan pelanggan

memiliki nilai 0,567 dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 0.304. Oleh karena itu, arah hubungan Variabel Eksogen terhadap Variabel Endogen adalah positif

- b. R Square

Tabel 5. R Square

Konstruk	R square	R square Adjusted
Kepuasan Pelanggan	0.666	0.660

Sumber: Analisis Data 2023

Berdasarkan Tabel 5 di atas, nilai R square 0,666 menggambarkan bahwa kualitas sdm dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 66.6% termasuk kategori moderat. Ini menunjukkan bahwa 44.4% kepuasan pelanggan gojek di Tangerang dipengaruhi factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

- c. F- Square

F-Square adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen).

Tabel 6. Pengaruh F square

No.	Hubungan	Nilai	Kriteria
1.	Kualitas sdm terhadap kepuasan pelanggan	0.131	Lemah
2.	Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan	0.454	Kuat
3.	Kualitas sdm terhadap kualitas pelayanan	1.108	Kuat

Sumber: Analisa Data 2023

Dari tabel tersebut dapat dilihat pengaruh partial antar variabel:

- 1) Kualitas sdm terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai $F^2 = 0,131$ (lemah) artinya maka efek yang lemah dari variabel eksogen terhadap endogen
- 2) Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan $F^2 = 0.454$ (kuat). maka efek yang kuat dari variabel eksogen terhadap endogen

- 3) Kualitas sdm terhadap kualitas pelayanan $F^2 = 1.108$ (kuat) maka efek yang kuat dari variabel eksogen terhadap endogen.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini berupa pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Nilai probabilitas/signifikansi (P-Value), sebagai berikut ini: jika nilai P-values < 0.05 , maka signifikan dan jika nilai P-values > 0.05 , maka tidak signifikan. Pengujian hipotesis penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.8 Path coefficient

Konstruk	Original sample estimate	T statistic	P values
X1→Y	0.567	6.183	0.000
X2→Y	0.304	3.334	0.001
X1→X2	0.725	5.234	0.000
X1→X2→Y	0.411	3.575	0.000

Sumber: Analisis Data 2023

Berdasarkan dari Tabel 8 tentang pengujian path coefficient dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kualitas sumber daya manusia terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sebesar 0.000 lebih < 0.05 artinya pengaruh X1 terhadap Y adalah signifikan.
- 2) Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sebesar 0.001 lebih < 0.05 artinya pengaruh X2 terhadap Y adalah signifikan.
- 3) Kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas pelayanan dengan nilai sebesar 0.000 lebih < 0.05 artinya pengaruh X1 terhadap X2 adalah signifikan.
- 4) Kualitas sumber daya manusia dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sebesar 0.000 lebih < 0.05 artinya pengaruh X1 dan X2 terhadap Y adalah signifikan,

Diperoleh nilai original sample estimate tertinggi yang mempengaruhi Kepuasan pelanggan (Y) adalah pada variabel Pengaruh kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,576. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang lebih tinggi dibandingkan variabel kualitas sdm (X2) secara langsung terhadap variabel kepuasan

pelanggan gojek (Y). Sedangkan nilai estimate kualitas sdm terhadap kualitas pelayanan sebesar 0.725 menunjukkan bahwa kualitas sdm memungkinkan para driver memiliki kualitas dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan

Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan P values yang dapat dilihat dalam Path coefficient, variabel kualitas SDM memiliki p value $0,001 < 0,05$. Serta T statistic sebesar $3.334 >$ dari t hitung 1.984. Maka, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas SDM berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya setiap kenaikan satu satuan kualitas sdm dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 33.34%. Sehingga H1 yaitu kualitas SDM gojek Tangerang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima dan rumusan masalah yang pertama dapat terjawab bahwa ada pengaruh kualitas SDM terhadap kepuasan pelanggan gojek Tangerang.

Salah satu kuesioner dengan menggunakan indikator kualitas sumber daya manusia yaitu *driver* yang tidak merokok saat berkendara, tidak melakukan aktivitas yang mengganggu saat berkendara dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Hal ini didukung penelitian yang relevan oleh (Nikin Hardati, 2021) memperoleh hasil bahwa kinerja driver berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan

Berdasarkan P values yang dapat dilihat dalam Path coefficient, variabel kualitas pelayanan memiliki p value $0,00 < 0,05$. Serta T statistic sebesar $6.183 >$ dari t table 1.984. Maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan gojek berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya setiap kenaikan satu satuan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 61.83%. Sehingga H2 yaitu kualitas pelayanan gojek Tangerang

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan gojek dapat diterima dan rumusan masalah yang kedua dapat terjawab bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan gojek Tangerang.

Terbukti dari hasil kuesioner dengan menggunakan indikator kualitas pelayanan yaitu *driver* memberikan helm sebagai perlengkapan keamanan dalam berkendara, pada saat *driver* memberikan pelayanan tersebut dapat memberikan rasa aman sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Hal ini didukung penelitian yang dilakukan Mathodah (2019) yang diperoleh hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen gojek.

Kualitas Sumber daya manusia terhadap Kualitas pelayanan

Berdasarkan P values yang dapat dilihat dalam Path coefficient, konstruk SDM dengan p value $0,000 < 0,05$. Serta T statistic sebesar $5.234 >$ dari t hitung 1.984. Dapat disimpulkan kualitas SDM berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Artinya setiap kenaikan satu satuan kualitas sdm dapat meningkatkan kualitas pelayanan sebesar 52.34%. Maka H3 yaitu kualitas SDM gojek Tangerang berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan diterima dan perumusan masalah yang ketiga dapat terjawab.

Sumber Daya Manusia terhadap Kepuasan Pelanggan melalui kualitas pelayanan

Berdasarkan P values yang dapat dilihat dalam Specific indirect, variabel kualitas SDM melalui kualitas pelayanan memiliki p value $0,00 < 0,05$. Serta T statistic sebesar $3.575 >$ t table 1.984. Maka, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas SDM melalui kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan gojek (Y). Artinya setiap kenaikan satu satuan kualitas sdm melalui kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 35.75%. Sehingga H4 yaitu kualitas SDM melalui kualitas

pelayanan gojek Tangerang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima, dan rumusan masalah yang keempat dapat terjawab bahwa ada pengaruh kualitas sdm melalui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan gojek Tangerang. *Driver* yang memiliki kualifikasi yang kompeten, memberikan pelayanan yang memadai akan membuat pelanggan merasa senang dan bahagia, maka pelanggan mau melakukan pemesanan ulang ketika dia membutuhkan. Hal ini di dukung penelitian yang dilakukan oleh (Abdiansyah, 2022) memperoleh hasil bahwa kualitas sumber daya manusia melalui kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kualitas sumber daya manusia berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ojek online gojek Tangerang dengan t statistic $3.334 >$ t table 1.984. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ojek online gojek Tangerang dengan t statistic $6.183 >$ t table 1.984. Kualitas sumber daya manusia berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan ojek online gojek Tangerang dengan t statistic $5.234 >$ t table 1.984. Kualitas sumber daya manusia dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ojek online gojek Jakarta Barat dengan t statistic $3.575 >$ t table 1.984. Diketahui R square 0,666, yang berarti 66.6% kualitas sumber daya manusia melalui kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan masuk kategori moderat, sedangkan 44.4% dipengaruhi faktor lain.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan adalah: *Driver* senantiasa meningkatkan kualitas dirinya, bersikap sopan, berpakaian rapi, menggunakan atribut dengan baik, mematuhi rambu-rambu lalu lintas. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan

menjalankan sop standard, integritas diri, komitmen dan tepat waktu dalam menjemput dan mengantarkan pelanggan. Gojek diharapkan bisa memberikan pelatihan bagi driver untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan mengemudi. Serta memperhatikan kesejahteraan mitra driver terutama bagi driver yang berprestasi. Penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Abdiansyah, F. (2022). Pengaruh kualitas sumber daya manusia dan pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pada dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu di kabupaten sumedang Febtado. *Jurnal Ilmiah Administrasi Pemerintahan Daerah Volume XII, Edisi Spesial (1) Desember 2020, XII(1)*, 1–23.
- Alodya Ann Gita Alfa, Dewi Rachmatin, F. A. (2017). Analisis pengaruh faktor keputusan konsumen dengan structural equation modeling partial least square. *Eurekamatika*, 5(5). <https://ejournal.upi.edu/index.php/JEM/article/view/9599>
- Aprillia, A., & Fatimah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 242–257. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.222>
- Dewi, K. I. L., Yulianthini, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bpjs Kesehatan Di Kota Singaraja. *Manajemen*, 5(2), 82–92.
- Ferdila, M., Kasful, D., & Us, A. (2021). Analisis Dampak Transportasi Ojek Online Terhadap Pendapatan Ojek Konvensional di Kota Jambi. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 6(2), 2021. <http://ejournal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb>
- Intan Eviani, Y. R. H. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1 No.1. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMAT/IK/article/view/1253>
- Mathodah. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan driver ojek online terhadap kepuasan konsumen pada gojek area tangerang selatan. *Scientific Journal Of Reflection Economic, Accounting, Management and Business*, 2(3).
- Meiryani. (2021). Memahami R Square (Koefisien Determinasi) Dalam Penelitian Ilmiah. *Binus University School of Accounting*, 1.
- Mutia, A. (2022, October 11). Survei: Publik Jabodetabek Paling Sering Pakai Gojek, Bagaimana Grab, Maxim, dan InDriver. *Katadata Media Network*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/11/survei-publik-jabodetabek-paling-sering-pakai-gojek-bagaimana-grab-maxim-dan-indriver>
- Nikin Hardati, R. (2021). PENGARUH Kinerja Driver Dan Fasilitas Aplikasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Gojek Kota Malang). *Profit*, 15(01), 74–83. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2021.015.01.8>
- Rajagukguk, P., Hardani, H., & Kartawijaya, F. (2022). Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian online pada Marketplace Shopee Paska Pandemic Covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 28–34. <https://doi.org/10.31294/jab.v2i1.1165>
- S, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Gojek Area Tangerang Selatan. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 2(3), 271–280. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3269357>
- Silalahi, L. M. (2022). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Literature Manajemen Sumber Daya Manusia). *JIMT*, 3(3). <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/830/523>