

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI ONLINE PADA KEPUASAN PELANGGAN GEN Z DI KOTA PADANG DENGAN METODE E-SERVQUAL DAN IPA

ANALYSIS OF ONLINE TRANSPORTATION SERVICE QUALITY AND ITS IMPACT ON GEN Z CUSTOMER SATISFACTION IN PADANG CITY USING E-SERVQUAL AND IPA METHODS

Nur Dini Patiran¹, Gesit Thabrani², Ridho Ryswaldi³

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang^{1,2,3}
nurdinipatiran82@gmail.com¹, thabrani@fe.unp.ac.id², ridho_ryswaldi@fe.unp.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to analyze Gojek's service quality regarding the satisfaction of Generation Z customers in Padang City using the E-SERVQUAL method and Importance-Performance Analysis (IPA). This quantitative study involved 200 active Gojek users in Padang City, selected via convenience sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, gap analysis, and IPA with SPSS version 24.0. The results indicate that all E-SERVQUAL dimensions exhibited negative gap values, implying that service performance did not fully meet customer expectations. The largest gap was found in the "efficiency" dimension. Based on the IPA, four attributes fell into Quadrant I (Top Priority): application access speed, accuracy of pickup locations, ease of transaction processes, and speed of response to complaints. Overall, Gojek's service quality is considered reasonably good, yet improvements are needed in the priority attributes to enhance satisfaction among Generation Z customers in Padang City.
Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, E-SERVQUAL, Importance-Performance Analysis, Generation Z.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis kualitas pelayanan Gojek terhadap kepuasan pelanggan Generasi Z di Kota Padang menggunakan metode E-SERVQUAL dan ImportancePerformanceAnalysis (IPA). Penelitian kuantitatif ini menggunakan 200 responden pengguna aktif Gojek di Kota Padang dengan teknik *conveniencesampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis gap, dan IPA dengan SPSS versi 24.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi E-SERVQUAL memiliki nilai gap negatif, yang berarti kinerja pelayanan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Kesenjangan terbesar terdapat pada dimensi *efficiency*. Berdasarkan analisis IPA, terdapat 4 atribut yang berada pada Kuadran I Prioritas Utama, yaitu kecepatan akses aplikasi, ketepatan titik lokasi penjemputan, kemudahan proses transaksi, dan kecepatan respon terhadap keluhan. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan Gojek tergolong cukup baik namun perlu peningkatan pada atribut prioritas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Generasi Z di Kota Padang.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, E-SERVQUAL, Importance Performance Analysis, Generasi Z.

PENDAHULUAN

Industri transportasi saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat. Setiap tahun, jumlah kendaraan pribadi, bus, truk, dan sepeda motor terus meningkat (Putrajaya, Amalia, dkk., 2022). Perkembangan ilmu dan teknologi yang terus berkembang tidak hanya mempengaruhi sektor ekonomi, tetapi juga berdampak pada penyedia layanan transportasi. Salah satu sektor transportasi yang sedang berkembang

pesat saat ini adalah industri jasa transportasi *online*. Bisnis jasa ini menyediakan layanan transportasi bagi masyarakat umum dengan pendekatan yang profesional agar sesuai dengan preferensi dan kebutuhan gaya hidup masyarakat (Saputra dan Hati, 2017).

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam berbagai sektor, termasuk sektor transportasi. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah hadirnya transportasi online berbasis aplikasi

yang memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mobilitas. Layanan transportasi online memungkinkan pengguna melakukan pemesanan, memperoleh informasi perjalanan, memantau lokasi pengemudi, hingga melakukan pembayaran melalui perangkat digital. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan antarpenyedia transportasi online semakin meningkat, sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Dalam persaingan tersebut, perusahaan tidak hanya dituntut menyediakan tarif yang kompetitif, tetapi juga memberikan pelayanan yang cepat, mudah, aman, akurat, dan mampu memenuhi harapan pengguna.

Salah satu penyedia transportasi online yang berkembang di Indonesia adalah Gojek. Berdasarkan uraian dalam penelitian ini, Gojek menjadi salah satu platform transportasi online dengan jumlah pengguna yang besar dan menyediakan berbagai layanan berbasis aplikasi, seperti GoRide, GoCar, GoFood, dan GoSend. Di Kota Padang, Gojek mulai beroperasi pada tahun 2018 dan menjadi salah satu alternatif masyarakat dalam menunjang aktivitas sehari-hari. Tingginya aktivitas pendidikan, perdagangan, perkantoran, dan pariwisata di Kota Padang turut menciptakan kebutuhan terhadap layanan transportasi yang praktis, cepat, dan mudah diakses. Namun, Gojek juga menghadapi persaingan dengan penyedia transportasi online lainnya seperti Grab, Maxim, dan InDrive, termasuk dalam aspek tarif maupun kualitas pelayanan.

Generasi Z menjadi salah satu kelompok konsumen yang relevan untuk dikaji dalam penggunaan transportasi online. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang dekat dengan internet, smartphone, dan berbagai aplikasi

digital. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan akses, ketepatan informasi, keamanan data, serta kecepatan dalam memperoleh solusi ketika terjadi permasalahan menjadi aspek yang penting dalam pengalaman penggunaan layanan digital. Ketika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan, pengguna dapat memberikan ulasan, menyampaikan keluhan, maupun mempertimbangkan penggunaan penyedia layanan lain. Karakteristik tersebut menjadikan persepsi Generasi Z terhadap kualitas pelayanan Gojek penting untuk dianalisis, khususnya dalam konteks pengguna di Kota Padang. Gojek secara resmi mulai beroperasi di Padang pada 25 Juni 2018, dengan membawa konsep sebagai perusahaan teknologi berbasis aplikasi yang tidak hanya menyediakan layanan transportasi daring, melainkan juga berbagai fitur penunjang kebutuhan masyarakat. Layanan tersebut mencakup GoRide, GoCar, GoFood, GoSend, GoShop, GoPulsa, GoPay. Go-Jek mempunyai 3 pilar: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. (Nuha et al., 2021).

Aplikasi Go-Jek di bawah naungan PT Aplikasi Karya Anak Bangsa merupakan salah satunya aplikasi yang dibuat oleh warga Negara Indonesia. Industri transportasi yang memanfaatkan aplikasi online adalah Go-Jek, Go-Jek adalah perusahaan *start up* dari Indonesia yang menyediakan angkutan atau alat transportasi berupa jasa pengantaran, perusahaan pada 13 Oktober 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim, terdiri resmi dengan 20 orang pengemudi yang hanya menyediakan layanan melalui *call center* saja yang hanya dapat di pemesanan di wilayah Jakarta. Tetapi pada tahun 2015 Go-Jek mulai berinovasi yang menjemput penumpang (Markey, 2019). Andriani (2019) Mengatakan pengguna aktif Go-Jek di Indonesia merupakan terbanyak

dibanding dengan aplikasi on demand lainnya. ada awal perilisan dalam waktu satu bulan aplikasi ini sudah mampu mencapai 150.000 download melalui aplikasi play store dengan nilai 4,4 dari 5, hingga bulan juli 2020 Go-Jek sudah didownload sebanyak 120 juta kali dan telah hadir dilebih dari 200 kota dan kabupaten di seluruh Indonesia (Abdi et al., 2020).

Permasalahan kualitas pelayanan Gojek juga terlihat dari berbagai keluhan pengguna yang ditemukan dalam survei awal dan ulasan pada Google Play Store. Keluhan tersebut antara lain berkaitan dengan ketidakakuratan navigasi dan titik lokasi, kesulitan memperoleh pengemudi, pembatalan pesanan oleh pengemudi, perubahan tarif, performa aplikasi yang kurang stabil, proses loading, kegagalan membuka aplikasi, serta kendala dalam proses verifikasi akun. Selain itu, terdapat keluhan mengenai waktu tunggu, ketidaksesuaian titik tujuan, serta respons terhadap permasalahan pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun layanan transportasi online memberikan berbagai kemudahan, masih terdapat aspek pelayanan yang belum sepenuhnya sesuai dengan pengalaman dan harapan pengguna.

Permasalahan tersebut penting dikaji karena kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan terbentuk melalui perbandingan antara harapan sebelum menggunakan layanan dengan kinerja yang dirasakan setelah memperoleh layanan. Apabila kinerja sesuai atau melebihi harapan, pelanggan cenderung merasa puas, sedangkan apabila kinerja berada di bawah harapan, maka dapat muncul ketidakpuasan. Dalam industri jasa berbasis aplikasi, kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan interaksi

antara pelanggan dan pengemudi, tetapi juga mencakup kualitas sistem digital yang digunakan pelanggan selama proses pemesanan hingga penyelesaian transaksi.

Untuk mengukur kualitas pelayanan berbasis elektronik tersebut, penelitian ini menggunakan metode *E-SERVQUAL*. Metode ini digunakan untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dengan harapan pelanggan. Penelitian ini menggunakan tujuh dimensi *E-SERVQUAL*, yaitu *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact*. Ketujuh dimensi tersebut memungkinkan kualitas pelayanan Gojek dianalisis tidak hanya dari sisi kemudahan dan kinerja aplikasi, tetapi juga dari kemampuan perusahaan memenuhi janji layanan, menjaga keamanan data, merespons permasalahan, memberikan kompensasi, serta menyediakan akses komunikasi bagi pelanggan.

Service Quality mendefinisikan kualitas layanan sebagai selisih antara layanan aktual yang diterima konsumen dengan layanan yang diharapkan (Santoso, 2006). Sejalan dengan hal tersebut, Lewis dan Booms (1983) dalam Tjiptono (2012:157) menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan ukuran sejauh mana tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan (Rahmaniah, 2018). Penelitian ini menggunakan dua metode pengukuran kualitas pelayanan, yaitu *E-SERVQUAL* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Menurut A.Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Arvind Malhotra (2005). *E-SERVQUAL* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dalam layanan berbasis online. Model ini tetap berorientasi pada analisis kesenjangan (*gap analysis*) dengan membandingkan

persepsi pelanggan terhadap layanan digital yang diterima dengan harapan mereka, ($\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$). Penelitian oleh salome et al. (2022) membuktikan dimensi *servqual*. Tidak cukup untuk mengukur kualitas layanan elektronik dibutuhkan tolak ukur baru yang sesuai yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan elektronik dalam studi layanan elektronik. Dimensi *e_Service quality* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori dari Tjiptono (2022) yang meliputi *E-SERVQUAL* terbagi menjadi 7 dimensi ,yaitu *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, dan *privacy*. Serta *responsiveness*, *compensation*, dan *contact*. Sementara, *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan metode analisis yang digunakan untuk membandingkan tingkat kepentingan suatu atribut dengan tingkat kinerja aktual yang dirasakan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. Metode ini diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977 melalui artikel *Importance Performance Analysis* yang diterbitkan dalam *Journal of Marketing*. IPA digunakan untuk mengidentifikasi atribut yang perlu mendapatkan perhatian berdasarkan penilaian pelanggan terhadap tingkat kepentingan dan kinerja setiap atribut (Martilla & James, 1977). Hasil analisis IPA dapat divisualisasikan melalui diagram kartesius yang terdiri atas empat kuadran. Kuadran I (*Concentrate Here*) menunjukkan atribut dengan tingkat kepentingan tinggi tetapi kinerja rendah sehingga menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Kuadran II (*Keep Up the Good Work*) menunjukkan atribut dengan tingkat kepentingan dan kinerja yang sama-sama tinggi sehingga kinerjanya perlu dipertahankan. Kuadran III (*Low Priority*) menunjukkan atribut dengan tingkat kepentingan dan kinerja

yang sama-sama rendah sehingga menjadi prioritas yang relatif rendah untuk ditingkatkan. Sementara itu, Kuadran IV (*Possible Overkill*) menunjukkan atribut dengan tingkat kepentingan rendah tetapi kinerja tinggi, sehingga alokasi sumber daya pada atribut tersebut dapat dievaluasi kembali. Dengan demikian, IPA dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan prioritas perbaikan dan mempertahankan atribut yang telah memiliki kinerja baik berdasarkan persepsi pelanggan (Martilla & James, 1977; Supriatna & Affandi, 2021).

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Abdi et al. (2020) mengenai "Analisis Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek terhadap Kepuasan Mahasiswa dengan Metode SERVQUAL, IPA, Kano dan QFD". Penelitian tersebut menunjukkan bahwa seluruh atribut pelayanan memiliki nilai *gap* negatif, yang berarti kualitas pelayanan yang diterima pelanggan belum sesuai dengan harapan pengguna. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa atribut dengan prioritas perbaikan tertinggi adalah pengemudi mengutamakan keselamatan pengguna Gojek. Persamaan hasil penelitian ini dengan penelitian Abdi et al. menunjukkan bahwa meskipun objek penelitian, lokasi, dan karakteristik responden berbeda, kualitas pelayanan Gojek masih menghadapi permasalahan berupa belum tercapainya ekspektasi pelanggan secara optimal. Namun terdapat beberapa perbedaan mendasar antara penelitian ini dengan penelitian Abdi et al. (2020). Penelitian sebelumnya menggunakan metode SERVQUAL, Kano, dan *Quality Function Deployment* (QFD), sehingga fokus penelitian lebih diarahkan pada identifikasi kebutuhan pelanggan dan penentuan prioritas teknis perbaikan layanan melalui *House of Quality*.

Responden penelitian sebelumnya juga merupakan mahasiswa Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo. Sementara itu, penelitian ini menggunakan metode *E-SERVQUAL* dan *Importance Performance Analysis* (IPA), dengan fokus pada kualitas layanan digital dan pengalaman pelanggan Generasi Z di Kota Padang. Penelitian ini menilai kualitas pelayanan dari aspek efisiensi sistem, ketersediaan sistem, pemenuhan layanan, privasi, daya tanggap, kompensasi, dan kontak layanan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan Gojek belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan Generasi Z. Analisis *E-SERVQUAL* menunjukkan adanya nilai kesenjangan negatif pada seluruh dimensi pelayanan, yang berarti kinerja layanan yang dirasakan masih berada di bawah harapan pelanggan. Beberapa permasalahan terutama berkaitan dengan efisiensi penggunaan aplikasi, ketersediaan sistem, penanganan permasalahan, dan mekanisme kompensasi. Hasil analisis juga menunjukkan adanya atribut tertentu yang memiliki kesenjangan lebih besar sehingga memerlukan perhatian dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan Gojek tidak cukup hanya dilakukan melalui aspek pelayanan pengemudi, tetapi juga perlu memperhatikan pengalaman pelanggan ketika berinteraksi dengan sistem digital. Hal ini menjadi semakin penting bagi Generasi Z yang memiliki intensitas penggunaan teknologi digital yang tinggi dan mengharapkan layanan yang mudah, cepat, responsif, serta akurat. Berdasarkan permasalahan dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis kualitas pelayanan transportasi online Gojek terhadap pelanggan Generasi Z di Kota Padang menggunakan metode *E-SERVQUAL* dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini agar menjadi dasar perbaikan dan penyempurnaan layanan untuk masa yang akan datang guna mencapai peningkatan kualitas pelayanan transportasi online pada gojek terhadap pelanggan di kota padang.

Kajian Pustaka

Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller dalam Sesaria (2020), kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan ekspektasi yang dimilikinya. Apabila kinerja yang dirasakan berada di bawah ekspektasi, maka pelanggan akan merasa kecewa. Sebaliknya, apabila sesuai ekspektasi, pelanggan akan merasa puas, dan apabila kinerja melampaui ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau bahkan senang.

Kualitas pelanggan Parasuraman et al. (dalam Kuntari et al., 2016) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai perbandingan antara layanan yang dirasakan pelanggan (*perceived service*) dengan layanan yang diharapkan (*expected service*). Sementara itu, Lewis dan Booms (dalam Lubis, 2013) menekankan bahwa kualitas pelayanan merupakan ukuran sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan. Dari berbagai pandangan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah sejauh mana penyedia jasa mampu memberikan layanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya

menciptakan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun loyalitas, sehingga menjadi faktor kunci dalam menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan.

Service Quality digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan atribut-atribut pada setiap dimensi kualitas layanan, kemudian menghitung *gap score* yang merepresentasikan perbedaan antara persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diterima dengan harapan mereka terhadap pelayanan tersebut (Wahju, Fipiana, & Lusia, 2021).

E-SERVQUAL merupakan metode yang mengukur interaksi antara konsumen dan perusahaan dalam konteks layanan berbasis *non-internet* (Parasuraman et al., 2005). Namun, penelitian Salome et al. (2022) membuktikan bahwa dimensi *E-SERVQUAL* belum cukup untuk mengukur kualitas layanan elektronik, sehingga diperlukan tolok ukur baru yang lebih sesuai untuk mengukur kualitas layanan elektronik dalam studi layanan elektronik. Dalam penelitian ini, dimensi *e-service quality* yang digunakan mengacu pada teori Tjiptono (2022), yang meliputi *efficiency*, yaitu kemampuan konsumen untuk mengakses website, menemukan produk maupun informasi terkait produk, serta meninggalkan website dengan mudah tanpa hambatan; *reliability*, yaitu fungsionalitas teknis website, terutama sejauh mana situs dapat beroperasi sebagaimana mestinya; *fulfillment*, yaitu ketepatan pemenuhan janji layanan yang diberikan oleh situs, termasuk ketersediaan produk dan ketepatan waktu pengiriman; *privacy*, yaitu jaminan keamanan situs terhadap data pribadi pelanggan agar tidak dibagikan atau disalahgunakan serta terjaganya keamanan informasi konsumen; *responsiveness*, yaitu kecepatan situs

dalam menangani permasalahan konsumen, termasuk penanganan kendala produk dan pemberian garansi secara online; *compensation*, yaitu pengembalian biaya yang telah dikeluarkan oleh pengguna, baik biaya pengiriman maupun biaya penanganan produk; serta *contact*, yaitu kemudahan konsumen dalam menghubungi pihak pengelola layanan secara online secara langsung, bukan melalui mesin atau sistem otomatis.

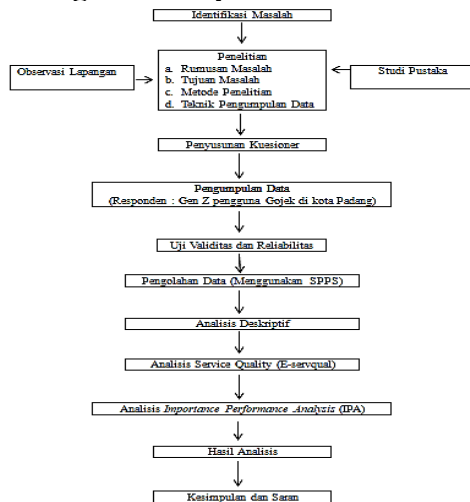
Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali dikembangkan oleh John A. Martilla dan John C. James (1977). IPA merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting yang harus ditingkatkan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kepuasan pelanggan (Yazid, Wijoyo, & Rokhmawati, 2019).

Transportasi online merupakan salah satu inovasi di bidang layanan jasa transportasi yang berbasis teknologi internet. Melalui sistem ini, pelanggan dapat memesan kendaraan dengan mudah menggunakan aplikasi khusus yang terpasang di smartphone. Seluruh proses mulai dari pemesanan, pelacakan perjalanan, hingga pembayaran dilakukan secara digital tanpa harus berinteraksi langsung dengan karyawan atau penyedia layanan secara konvensional (Hardaningtyas, 2018).

Generasi gen Z adalah sekelompok individu yang dikelompokkan berdasarkan tahun lahir, usia, lokasi, serta peristiwa penting dalam kehidupan yang memberikan pengaruh signifikan pada fase pertumbuhan (Parry & Urwin, 2011). Dalam teori generasi, Codrington (2004) membagi manusia ke dalam lima kategori berdasarkan tahun kelahiran, yaitu: Generasi Baby Boomer (1946–1964), Generasi X (1965–1980), Generasi Y atau Milenial (1981–1994),

Generasi Z (1995–2010), juga dikenal sebagai *iGeneration* atau *iNet Generation*, dan Generasi Alpha (2011–2025).

Kerangka dasar penelitian



**Gambar 1. Kerangka konseptual
Diolah (2026)**

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan menggunakan survei sebagai teknik pengumpulan data. Menurut Riduwan (2015), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya berbentuk angka yang diperoleh dari pengukuran langsung maupun dari pengubahan data kualitatif menjadi data kuantitatif. Sementara itu, Notoatmodjo (2018) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan teknik penelitian yang mengolah data dalam bentuk angka sebagai hasil pengukuran dan konversi, sehingga memungkinkan peneliti untuk menggambarkan fenomena yang terjadi secara objektif dan sistematis.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah masyarakat Generasi Z berusia 17–27 tahun yang berdomisili di Kota Padang dan menggunakan aplikasi Gojek, dengan jumlah populasi sekitar 395

orang. Karena tidak seluruh anggota populasi dapat dijadikan responden, penelitian ini menggunakan sebagian anggota populasi sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*, yaitu memilih responden yang mudah ditemui dan bersedia memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Cochran* dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh hasil 198,74 responden dan kemudian dibulatkan menjadi 200 responden pengguna Gojek.

Teknik analisis data

a. Teknik Pengumpulan Data

Data primer disajikan melalui kuesioner g-form menggunakan skala Likert 5 poin, di mana skor 1 dengan makna Sangat Tidak Setuju hingga skor 5 dengan makna Sangat Setuju (sesuai dengan nilai data sampel). Kuesioner ini mencakup dua bagian utama: data demografi (sesuai data) dan item pertanyaan yang mengukur variabel X (*E-SERVQUAL*), dan Y (Kepuasan Pelanggan).

b. Teknik Pengumpulan Data

Sebelum melakukan uji hipotesis, data akan diuji validitas (*Corrected Item-Total Correlation*) dan reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) untuk memastikan bahwa semua item kuesioner (25 item dan lainnya) layak digunakan. Teknik analisis data terbagi menjadi dua tahapan, yaitu: Analisis Deskriptif Kualitas Layanan (*E-SERVQUAL Gap Score*).

Uji Validitas

Uji validitas digunakan dengan tujuan mengetahui tingkatan validitas sebuah instrumen ataupun alat ukur. Disebut valid jika instrumen bisa dipakai mengukur hal yang sepatutnya diukur.

Selain itu, hasil instrumen disebut valid bila ada kesamaan antar data yang didapatkan dan data pada objek penelitian (Sugiyono, 2009:172).

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan mengetahui apakah instrumen terkait sudah bisa digunakan untuk mengumpulkan data. Kuesioner disebut reliabel bila jawaban dari responden konsisten (Sugiyono, 2009:172). Uji reliabilitas bertujuan meyakinkan jika diadakan pengukuran ulang menggunakan indikator yang serupa, hasil tak berubah. Uji reliabilitas pada penelitian ini memakai uji statistik Cronbach Alpha (α) dengan ketentuan: Apabila angka Cronbach Alpha $> 0,50$ (Cronbach Alpha $> 0,50$), disebut reliabel dan Apabila angka Cronbach Alpha $< 0,50$ (Cronbach Alpha $< 0,50$), disebut tak reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 200 responden pengguna layanan Gojek telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

Berikut adalah karakteristik demografi dan penggunaan layanan dari responden yang disajikan dalam bentuk tabel frekuensi.

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Umur

No	Rentang Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	17–19 tahun	55	27,50%
2	20–22 tahun	62	31,00%
3	23–25 tahun	58	29,00%
4	≥26 tahun	25	12,50%
Total		200	100%

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner (2026)

Mayoritas responden terkonsentrasi pada kelompok usia produktif dan muda pada Tabel 1, dengan 31,00% berada dalam

rentang Umur > 20 - 22 Tahun, menunjukkan bahwa layanan Gojek sangat populer di kalangan mahasiswa dan pekerja muda.

Tabel 2. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	94	47,00%
2	Perempuan	106	53,00%
Total		200	100%

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner (2026)

Berdasarkan Jenis Kelamin pada Tabel 2, responden didominasi oleh perempuan sebesar 53,00% yang mengindikasikan bahwa

pengguna layanan transportasi dan delivery berbasis aplikasi cenderung lebih banyak dari kalangan wanita.

Tabel 3. Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMA	78	39,00%
2	D3	55	27,50%
3	S1	67	33,50%
Total		200	100%

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner (2026)

Berdasarkan pendidikan pada Tabel 3, responden yang paling banyak di minati oleh SMA sebesar 39,00% yang mengindikasikan bahwa menggunakan transportasi

gogek berbasis aplikasi cenderung lebih banyak dari SMA.

Tabel 4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Mahasiswa	72	36,00%
2	Pelajar	48	24,00%
3	Karyawan	42	21,00%
4	Freelance	38	19,00%
Total		200	100%

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner (2026)

Mayoritas responden penelitian didominasi oleh mahasiswa, yaitu mahasiswa dan pelajar, yang secara sebanyak 72 orang (36,00%). Hal ini keseluruhan mencapai 60,00% dari menunjukkan bahwa responden total responden.

Tabel 5. Responden berdasarkan Pendapatan

Pengeluaran Per Bulan	Jumlah	Persentase
< 1 juta	46	23,00%
1–2 juta	52	26,00%
2–3 juta	54	27,00%
> 3 juta	48	24,00%
Total	200	100%

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner (2026)

Kesimpulan ini diperkuat oleh distribusi Pendapatan pada Tabel 5, di mana lebih dari separuh responden 27,00% memiliki pendapatan bulanan di bawah Rp2.000.000-Rp 3.000.000 mencerminkan adanya keterlibatan segmen pelajar atau individu dengan tingkat pendapatan awal.

Tabel 6. Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

Frekuensi Penggunaan	Jumlah	Persentase
Hampir setiap hari	62	31,00%
3–5x/minggu	78	39,00%
1–2x/minggu	60	30,00%
Total	200	100%

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner (2026)

Dalam hal perilaku penggunaan pada Tabel 6, sampel menunjukkan intensitas yang sangat tinggi 39,00% responden menggunakan layanan Gojek Setiap minggu, menegaskan bahwa Gojek merupakan bagian integral dari aktivitas harian mereka

Tabel 7. Responden Berdasarkan Menggunakan Gojek

Lama Menggunakan Gojek	Jumlah	Persentase
< 1 tahun	66	33,00%
1–2 tahun	68	34,00%
> 2 tahun	66	33,00%
Total	200	100%

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner (2026)

Pada 200 responden pengguna Gojek, sebanyak 66 responden (33,00%) telah menggunakan Gojek selama kurang dari 1 tahun, 68 responden (34,00%) selama 1–2 tahun, dan 66 responden (33,00%) selama lebih dari 2 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi responden berdasarkan lama penggunaan Gojek relatif seimbang, dengan pengguna 1–2 tahun memiliki jumlah sedikit lebih banyak dibandingkan kelompok lainnya.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Terhadap Harapan Pelanggan

No	Daftar Pertanyaan	R-hitung		R-Tabel	Keterangan
		Harapan	Kinerja		
Efisiensi(<i>efficiency</i>)					
1	Informasi yang saya butuhkan di Pada aplikasi Gojek mudah ditemukan	0,764	0,658	0,361	Valid
2	Aplikasi Gojek dapat dengan mudah untuk saya akses dimanapun saja.	0,645	0,588	0,361	Valid
3	Aplikasi Gojek memungkinkan saya menyelesaikan transaksi dengan cepat	0,776	0,617	0,361	Valid
4	Aplikasi Gojek dapat diakses dengan cepat	0,659	0,558	0,361	Valid
5	Aplikasi Gojek <i>user friendly</i> (sangat mudah dalam menggunakan aplikasi)	0,546	0,508	0,361	Valid
6	Tampilan yang dibuat pada laman aplikasi Gojek tertata dengan rapi	0,614	0,630	0,361	Valid
Ketersediaan sistem(<i>system availability</i>)					
7	Aplikasi Gojek tidak mengalami kegagalan sewaktu diakses	0,726	0,719	0,361	Valid
8	Aplikasi Gojek tidak mengalami kegagalan ketika melakukan transaksi	0,635	0,661	0,361	Valid
Pemenuhan (<i>Fulfilment</i>)					
9	Informasi mengenai produk pada aplikasi Gojek sangat lengkap	0,841	0,700	0,361	Valid
10	Kesesuaian titik lokasi perjalanan tepat dan ter <i>up to date</i>	0,761	0,629	0,361	Valid
11	Estimasi tarif yang tertera di aplikasi sesuai dengan tarif yang harus saya bayar	0,468	0,578	0,361	Valid

12	Prosedurtransaksimudah dan akurat	0,769	0,809	0,361	Valid
Privasi (privacy)					
13	Gojek melindungiinformasi data terkaitkartukredit,debit dan hal yang bersifatprivasilainnya	0,804	0,751	0,361	Valid
14	Transaksi yang dilkauanaman dan terpercaya	0,637	0,676	0,361	Valid
Daya Tanggap(responsiveness)					
15	Gojek menangani proses transaksidenganbaik	0,655	0,483	0,361	Valid
16	Driver Gojek langsungmenghubungkan konsumen yang baru sajamemesan	0,841	0,788	0,361	Valid
17	Gojek memberikansolusiterhadap permasalahandengancepat	0,539	0,408	0,361	Valid
18	Gojek memberitahusayaapa yang harussayalakukanjikatransaksisaya tidakdiproses	0,802	0,655	0,361	Valid
19	Gojek memberikanpertanggungjawabanat aspermasalahan yang bukankesalahanpengguna	0,756	0,508	0,361	Valid
Kompensasi(compensation)					
20	Gojek memberisayakompensasiatasmasalah yang ditimbulkannya	0,827	0,828	0,361	Valid
21	Gojek memberisayakompensasiketikaapa yang sayapesantidaksampaitepatwaktu	0,828	0,759	0,361	Valid
22	Gojek mengembalikanbiayatransaksibarang yang tidakdapatdikirim	0,828	0,759	0,361	Valid
Kontak(contact)					
23	Aplikasi Gojek menyediakannomorteleponuntukmenghubungiperusahaan	0,751	0,537	0,361	Valid
24	Aplikasi Gojek memilikiperwakilan <i>customer service</i> yang tersedia <i>online</i>	0,762	0,613	0,361	Valid
25	Gojek menawarkanbantuanlangsungkepada <i>customer</i> jika ada masalah	0,848	0,779	0,361	Valid

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Harapan Pelanggan

Cronbach's Alpha	N of item
0,961	25

Relibilitas terhadap harapan menggunakan SPSS dengan 25 item dan metode *cronbach Alpha* pada Tabel 9. Hasil dari *cronbach's alpha* menunjukkan 0,961 dari 30 item ini menunjukkan bahwa data termasuk reliabel.

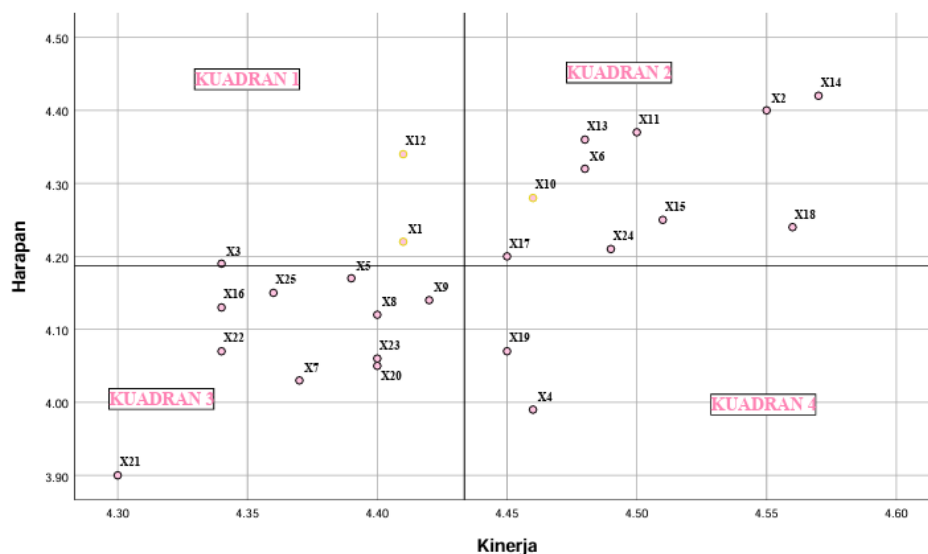
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Kinerja Pelanggan

Cronbach's Alpha	N of item
0,970	25

Relibilitas terhadap kinerja menggunakan SPSS dengan 30 item dan metode *cronbach Alpha* pada Tabel 10. Hasil dari *cronbach's alpha* menunjukkan 0,884 dari 30 item ini menunjukkan bahwa data termasuk reliabel.

Tabel 11. Rata-rata Nilai Harapan, Persepsi, dan Gap Score SERVQUAL

No	Dimensi	Persepsi(P)	Harapan(E)	GAP (P-E)	Kualitas pelayanan
1	<i>efficiency</i>	4,39	4,06	0,33	Kurang baik
2	<i>system availability</i>	4,31	3,97	-0,35	Kurang baik



Gambar 1. Diagram Kartesius Hasil dari Kinerja dan Harapan Pelanggan

Sumber: Data diolah Menggunakan SPSS 4.0 (2026)

Analisa Importance Performance Analysis (IPA)

- a. Kuadran I :
Harapan pelanggan/Importance (X) tinggi, kinerjanya/Performance (Y) juga tinggi, maka layanan yang diberikan perusahaan sudah sesuai harapan pelanggan.

Go-Ride harus mempertahankan kualitas layanan pada indikator-indikator ini:

3	<i>fulfillment</i>	4,42	4,18
4	<i>Privacy</i>	4,50	4,37
5	<i>Responsiveness</i>	4,39	4,11
6	<i>Compensation</i>	4,30	3,92
7	<i>contact</i>	4,42	4,14
Rata-rata		4,39	4,11

Hasil pada Tabel 12 memperlihatkan bahwa semua dimensi *E-SERVQUAL* memiliki Gap Score negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi kualitas layanan aktual Gojek masih lebih rendah daripada harapan pelanggan. Kesenjangan kualitas terbesar terdapat pada dimensi kompensasi (0.38), menunjukkan bahwa aspek pemenuhan janji, seperti ketepatan waktu dan akurasi, memerlukan perhatian utama. Kesenjangan ini dapat divisualisasikan untuk memperjelas tingkat prioritas perbaikan Kurang baik

1. Informasi yang saya butuhkan di Pada aplikasi Gojek mudah ditemukan (X1)
 2. Aplikasi Gojek memungkinkan saya menyelesaikan transaksi dengan cepat (X3)
 3. Prosedur transaksi mudah dan akurat (X12)
- b. Kuadran II :
Harapan pelanggan/Importance (X) rendah, sedangkan kinerjanya/Performance (Y) tinggi, hal tersebut menandakan pelanggan puas tapi pelanggan juga tidak terlalu berharap banyak terhadap jasa yg diberikan oleh perusahaan. Go Ride mungkin mengalokasikan terlalu banyak sumber daya pada aspek-aspek ini:
1. Aplikasi Gojek dapat dengan mudah untuk saya akses dimana saja (X2)
 2. Tampilan yang dibuat pada laman aplikasi Gojek tertata dengan rapi (X6)
 3. Kesesuaian titik lokasi perjalanan tepat dan ter up to date (X10)
 4. Estimasi tarif yang tertera di aplikasi sesuai dengan tarif yang harus saya bayar (X11)
 5. Gojek melindungi informasi data terkait kartu kredit, debit dan hal yang bersifat privasi lainnya (X13)
 6. Transaksi yang dilkaukan aman dan terpercaya (X14)
 7. Gojek menangani proses transaksi dengan baik (X15)
 8. Gojek memberikan solusi terhadap permasalahan dengan cepat (X17)
 9. Gojek memberitahu saya apa yang harus saya lakukan jika transaksi saya tidak diproses (X18)
10. Aplikasi Gojek memiliki perwakilan customer service yang tersedia online (X24)
- c. Kuadran III :
Harapan pelanggan/Importance (X) rendah, kinerja/Performance (Y) yang diberikan perusahaan juga rendah, maka tidak memiliki pengaruh apa apa kepada perusahaan dan pelanggan. Indikator yang termasuk kedalam kuadran III adalah:
1. Aplikasi Gojek user friendly (saya sangat mudah dalam menggunakan aplikasi) (X5)
 2. Aplikasi Gojek tidak mengalami kegagalan sewaktu diakses (X7)
 3. Aplikasi Gojek tidak mengalami kegagalan ketika melakukan transaksi (X8)
 4. Informasi mengenai produk pada aplikasi Gojek sangat lengkap (X9)
 5. Driver Gojek langsung menghubungi konsumen yang baru saja memesan (X16)
 6. Gojek memberi saya kompensasi atas masalah yang ditimbulkannya (X20)
 7. Gojek memberi saya kompensasi ketika apa yang saya pesan tidak sampai tepat waktu (X21)
 8. Gojek mengembalikan biaya transaksi barang yang tidak dapat dikirim (X22)
 9. Aplikasi Gojek menyediakan nomor telepon untuk menghubungi perusahaan (X23)
 10. Gojek menawarkan bantuan langsung kepada customer jika ada masalah (X25)
- d. Kuadran IV
1. Aplikasi Gojek dapat diakses dengan cepat (X4)
 2. Gojek memberikan pertanggungjawaban atas permasalahan yang bukan kesalahan pengguna (X19)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan transportasi online Gojek terhadap kepuasan pelanggan Generasi Z di Kota Padang dengan menggunakan metode E-SERVQUAL dan Importance Performance Analysis (IPA), dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Gojek secara keseluruhan belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai gap negatif pada seluruh dimensi E-SERVQUAL, yang berarti terdapat kesenjangan antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan.

Dimensi yang memiliki kesenjangan terbesar adalah *compensation* dengan nilai gap sebesar -0,38, diikuti oleh *system availability* (-0,35), *efficiency* (-0,33), *responsiveness* (-0,29), *contact* (-0,28), dan *fulfillment* (-0,24). Sementara itu, dimensi *privacy* memiliki kesenjangan paling kecil, yaitu -0,13, sehingga menunjukkan bahwa aspek perlindungan dan keamanan informasi pelanggan relatif lebih mampu memenuhi harapan dibandingkan dimensi lainnya. Secara keseluruhan, rata-rata gap kualitas pelayanan adalah -0,29, yang menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk meningkatkan kualitas pelayanan Gojek.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perbaikan kualitas pelayanan tidak hanya perlu difokuskan pada pelayanan pengemudi, tetapi juga pada pengalaman pelanggan ketika menggunakan sistem digital Gojek. Aspek seperti kemudahan dan kecepatan akses aplikasi, ketepatan informasi dan lokasi, kemudahan transaksi, serta kecepatan dalam menangani keluhan menjadi bagian penting dalam meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan Generasi Z.

Dengan demikian, Gojek perlu melakukan peningkatan secara berkelanjutan terhadap kualitas sistem dan pelayanan, terutama pada aspek-aspek yang masih memiliki kesenjangan antara harapan dan kinerja. Peningkatan tersebut diharapkan dapat memperkecil gap kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan Generasi Z di Kota Padang.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdi, A. H., Darsini, & Komariah, A. (2020). Analisis kualitas pelayanan transportasi online Gojek terhadap kepuasan mahasiswa dengan metode e-servqual, KANO, dan QFD. *Jurnal Aplikasi Ilmu Teknik Industri*, 1(2), 73–87.
- Caesaron, D., Makapedua, J., & Lukodono, R. P. (2021). Evaluation of online-based ride-hailing services using service quality (SERVQUAL) method, refined Kano model, importance performance analysis (IPA), and quality function deployment (QFD): A case study of Grab Bike Indonesia. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 12(2), 75–88. <https://doi.org/10.21512/comtech.v12i2.7045>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77–79. <https://doi.org/10.2307/1250495>
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi penelitian kesehatan*. Rineka Cipta.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-

- QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233.
<https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Riduwan. (2015). *Belajarmudahpenelitianuntuk guru, karyawan, dan penelitipemula*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metodepenelitiankuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan strategikepuasanpelanggan* (1st ed.). Andi.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Agustin, Anis; Khuzaini. September (2017),
- Anas Azhar, A. 2020. “AnalisisPemanfaatanAplikasi Gojek BerbasisSistemInformasiGeografis (PersepsiPelayanan Gojek PadaMahasiswaUinsu)”. *JurnalGeografi*, 12(02), 96.
- Arianto, A. (2018). “ManajemenPelayanan”. Yogyakarta: Deepublish.
- Astarina, I. G. A., Ayu, I. G., Giantari, K., Nyoman, N., & Yasa, K. (2017). “TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN KEMBALI JASA GO-JEK DI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia ABSTRAK Duniakinimengalamip erkembanganteknologi yang cukuppesat . Perkembangan ini adalahsalahsatuakibatdarikeinginanmanusiaunt”. 6(5), 2308–2334.
- Astuti, D. Y., Handayani, E. S., Sunaini, S., Rahmawati, U., dan Winarni, W. (2021). “Analisispengaruhkualitaspelayan anaplikasi maxim terhadapkepuasanpelanggan”. *Research in Accounting Journal (RAJ)*, 1(3), 412–419.
- Fahriani, R., & Febriyanti, F. (2020). “Analisiskepuasankonsumenterh adapkualitaspelayanan”. *JurnalM anajemen dan Bisnis*, 5(1), 45–54.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). “PemasaranJasa: Strategi, MengukurKepuasan dan LoyalitasPelanggan”. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. R. (2018). “Analisistingkatadopsiteknologitr ansportasi online: Studikasu s Gojek di Kota Padang”. *Telkom University*.
- Grönroos, C. (1990), “Service management and marketing: Managing the moments of truth in service competition”. *Lexington, MA: Lexington Books*
- Immawati, S. A., & Rauf, A. (2020). “Building satisfaction and loyalty of student users ojek online through the use of it and quality of service in tangerang city”. *Journal of Physics: Conference Series*, 1477(7).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan KepuasanPelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaranjasa dan kualitaspelayanan*. Surabaya: Jakad Publishing.
- Kerja, P., Cv, P., Deli, S., & Medan, M. (2018). “PengaruhEtikaKerjaTerhadapKu alitasPelayananMelaluiProfesionalismeKerjaPada Cv. Sentosa Deli Mandiri Medan”. *JurnalProintegrita*, 6(3), 201–213.

- Khairiah, J., Sugianor, & Anjasmari, N. M. (2019). "Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kecamatan Lampihong Kabupaten Balangan". *Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi A muntai*, 113–120.
- Komharudin, K., Firman, A., dan Nurapipah, D. (2021). "Analisis kualitas pelayanan melalui metode SERVQUAL untuk mengetahui kepuasan konsumen e-commerce Shopee pada masyarakat kota Sukabumi". *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(2), 464–474.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Aulia Sari. (2024). Kualitas, A., Transportasi, L., Kepuasan, T., Menggunakan, P., Ipa, M. E. D. A. N., Sari, A., Sains, F., Teknologi, D. A. N., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2024). *Tugas akhir Aulia Sari (1)*.
- Kuntari, B., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN". (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International).
- Kuntari, Y., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 39(1), 1–10.
- Lubis, A. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: USU Press.
- Lubis, M. S. (2013). "Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping". *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 1(2), 77–85.
- Mardikawati, E., & Farida, N. (2019). "Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 112–123.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Nugraha, B. S. P., dan Salehawar, N. (2023). "Customer value, behavior and satisfaction: Impact of the covid-19 pandemic mataraman village case study, panggunharjo village social lab yogyakarta hadlatul ulama university". *International Journal of Management, Business, and Social Sciences*, 2(1).
- Nuha, M. U., Luthfi, A., & Artikel, I. (2021). "Relasi Sosial Masyarakat Maya dalam Aplikasi Gojek (Kajian Interaksionisme Simbolik)". 10,
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4), 33–44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing of electronic service quality. *Journal* <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Pranitasari, D., Sidqi, A. N., dkk. (2021). Analisis kepuasan pelanggan elektronik Shopee menggunakan metode e-service quality dan kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2), 12–31
- Putri, N., Pujiyanto, T., & Kastaman, R. (2021). "Penerapan Metode Quality Function Deployment (QFD) yang Terintegrasi Metode SERVQUAL untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen dalam Kualitas Pelayanan di Inaka Coffee". *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(4), 1037–1050.
- Rahmaniah, E. (2018).

- Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Pandaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(8), 1–18.
- Riduwan. (2015). Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula. Bandung: Alfabeta.
- Rini, D. P., & Sukanti. (2016). "Pengaruh Gaya Belajar dan Disiplin Belajar terhadap Prestasi Belajar Akuntansi". *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 14(2), 1–10.
- Riyanto, V., & Tunjungsari, H. K. (2020). "Kualitas layanan dan nilai yang dipersepsikan terhadap niat pembeli an pengguna jasa MRT dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi". *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(3), 838–846.
- Rolando. (2018). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sesaria, R. (2020). "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan". *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 45–55.
- Siregar, M. (2021). "Analisis kepuasan pelanggan omputegende coffee medan". *Jurnal Diversita*, 7(1), 114–120.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). "Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace". New York: Harper Business.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryani, S., dan Koranti, K. (2022). "Kualitas pelayanan, kepercayaan dan keamanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan melalui sikap pengguna e-commerce". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 183–198.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan (A. Diana, Ed.; 1st ed., Vol. 1).
- Tjiptono, F. (2015). Service, quality & satisfaction (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). "Service management: Mewujudkan layanan prima". Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2018). Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, quality, & satisfaction (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Wahju, A., Fipiana, R., & Lusiana, P. (2021). "Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) pada PT. XYZ". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 101–110.
- Wulandari, C., Yan Syah, L., Andretti Abdillah, L., Pascasarjana, P., & Bina Darma Jalan Ahmad Yani No, U. (2016). "Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi ke-8 (SEM NASTIK 2016) Palembang".
- Yazid, M., Wijoyo, H., & Rokhmawati, A. (2019). "Analisis Kualitas Pelayanan dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lumajang". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1(1), 84–95.

Artikel ini diolah dari skripsi berjudul
“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN
TRANSPORTASI ONLINE PADA
KEPUASAN PELANGGAN
DI KOTA PADANG DENGAN
METODE *E-SERVQUAL* DAN
IPA”.

Penulis mengucapkan terima kasih
kepada bapak Dr. Gesit
Thabrani, SE., M.T., selaku Dosen
pembimbing, Bapak
Ridho Ryswaldi, S.T., M.M. selaku
penguji I, atas bimbingan, saran, dan
masukan yang diberikan selama
proses penyusunan skripsi dan
artikel ini.