

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim yang pada awalnya merupakan jasa transportasi roda dua yang hanya dapat dipesan melalui *call center*, hingga akhirnya pada tahun 2015 meluncurkan aplikasi berbasis Android dan IOS untuk menggantikan sistem pemesanan melalui *call center*. Hingga bulan juni 2016, aplikasi Gojek sudah diunduh sebanyak hampir 10 juta kali di Google Play pada sistem operasi Android, dan telah tersedia di App Store. Gojek juga mempunyai layanan pembayaran digital yang bernama Go-Pay. Berawal dari layanan transportasi, kini aplikasi Gojek memiliki lebih dari 20 layanan yang menjadi solusi untuk kegiatan sehari-hari. Oleh karena itu, Gojek menjadi salah satu *platform* teknologi terbesar yang melayani jutaan pengguna di Asia Tenggara dengan mengembangkan tiga *Super-app*: untuk *customer*, untuk mitra *driver*, dan juga mitra *merchant*. Gojek memiliki slogan “Pasti Ada Jalan” dan bertumpu pada tiga pilar utama yaitu: kecepatan, inovasi dan dampak sosial. Pada tahun 2019, Gojek meluncurkan logo baru dan cara penulisan korporasi baru. Ikon barunya, yang dijuluki “Solv”, melambangkan transformasi Gojek dari menjadi layanan naik wahana menjadi aplikasi super yang menyediakan berbagai cara cerdas untuk menghilangkan kerepotan. Sedangkan *brand* Gojek yang semula ditulis GO-JEK diganti dengan gojek saja tanpa ada tanda penghubung (Gojek.com, 2019).

### 1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1. 1 Logo Gojek Indonesia

*Sumber:* (Gojek, 2019)

### 1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

#### a. Visi

Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari seperti pengiriman dokumen, belanja harian, dengan menggunakan layanan fasilitas kurir, serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Jakarta dan Indonesia kedepannya

#### b. Misi

1. Menjadikan PT. Gojek Indonesia sebagai jasa transportasi tercepat dalam melayani kebutuhan masyarakat Indonesia.
2. Menjadikan PT. Gojek Indonesia sebagai acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
3. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.

4. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan

#### **1.1.4 Fitur dan Layanan Gojek**

1. GO-SEND, layanan transportasi barang.
2. GO-RIDE, layanan transportasi penumpang dengan sepeda motor.
3. GO-FOOD, layanan pemesanan makanan.
4. GO-BOX, layanan pengantaran barang berukuran besar.
5. GO-CLEAN, layanan membersihkan rumah.
6. GO-GLAM, layanan kecantikan.
7. GO-MASSAGE, layanan pijatan.
8. GO-TIX, layanan pemesanan tiket.
9. GO-CAR, layanan transportasi penumpang dengan mobil.
10. GO-AUTO, layanan montir.
11. GO-MED, layanan pembelian obat.
12. GO-PULSA, layanan isi pulsa elektronik.
13. GO-SHOP, layanan belanja barang.
14. GO-BILLS, layanan berbagai pembayaran.
15. GO-PAY, layanan pembayaran digital.
16. GO-DEALS, layanan penawaran diskon.
17. GO-BLUEBIRD, layanan transportasi dengan taksi reguler *Blue Bird Group* (kerjasama).

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman yang terus berkembang dengan pesat dan maju membuat teknologi yang semakin canggih, sarana transportasi, dan komunikasi pun menjadi mudah dalam mengikuti zaman. Hal ini berdampak pada aktivitas manusia yang semakin efektif, dan efisien. Pada setiap aktivitas manusia yang beragam dibutuhkan alat bantu/penunjang untuk melakukan aktivitasnya seperti contoh alat transportasi.

Terobosan terbaru yang muncul pada era masa kini adalah pemesanan jasa transportasi melalui aplikasi *online* yang berguna untuk memudahkan masyarakat sekitar dalam melakukan mobilitas. Aplikasi tersebut dapat digunakan oleh pengguna hanya dengan memiliki *smartphone* sebagai perangkat *online* untuk memesan alat transportasi yang dibutuhkan seperti mobil/sepeda motor. Pemesanan melalui aplikasi ini dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Alat transportasi yang paling sering digunakan oleh masyarakat di Indonesia adalah sepeda motor. Hal ini dikarenakan angkutan sepeda motor atau ojek dapat berfungsi sebagai moda transportasi alternatif yang mampu untuk menerobos kemacetan di kota-kota besar (Amajida, 2016). Oleh karena itu, banyak bermunculan perusahaan jasa transportasi *online* seperti Gojek. Gojek merupakan salah satu perusahaan jasa transportasi *online* yang kini telah hadir di 167 kota dan kabupaten di Indonesia termasuk Kota Bandung (Gojek, 2018) dapat dilihat dari pertumbuhan aplikasi transportasi *online* di Kota Bandung yang semakin tumbuh dengan pesat (Ramdhani, 2018).

Bank Pembangunan Asia (*Asian Development Bank/ADB*) merilis “2019 *Update of the Asian Development Outlook*” edisi September 2019. Dalam laporan tersebut, terungkap beberapa kota yang paling macet di antara 45 negara anggota ADB. Berikut merupakan 20 kota di Asia dengan populasi penduduk lebih dari 5

juta orang yang memiliki tingkat kemacetan tertinggi menurut laporan ADB (CNBC Indonesia, 2019):

Tabel 1. 1 Beberapa Kota Di Asia Dengan Tingkat Kemacetan Tertinggi 2019

Beberapa Kota Di Asia Dengan Tingkat Kemacetan Tertinggi	
1. Metro Manila	11. Jaipur
2. Kuala Lumpur	12. Bangkok
3. Yangon City	13. Hyderabad
4. Dhaka	14. Bandung
5. Bengaluru	15. Mumbai
6. Ha Noi	16. Chennai
7. Kolkata	17. Jakarta
8. Delhi	18. Singapura
9. Pune	19. Karachi
10. Ho Chi Minh	20. Surabaya

*Sumber:* (CNBC Indonesia, 2019)

Berdasarkan Tabel 1.1, dikatakan bahwa di negara-negara pada tingkat Asia Kota Bandung berada di urutan ke-14, DKI Jakarta berada di urutan ke-17, lalu Surabaya di urutan ke- 20 sebagai kota termacet. Oleh karena itu, Kota Bandung tercatat sebagai kota termacet se-Indonesia melebihi Kota Jakarta dan Surabaya (Wicaksono, 2019). Hal ini didukung dengan jumlah transportasi pribadi di Kota Bandung lebih banyak dibandingkan jumlah transportasi publik (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2019). Untuk itu, Gojek menyediakan fitur dan layanan transportasi yang dapat membantu dalam menjadi solusi untuk mengatasi dan menanggulangi kemacetan yang terjadi di Kota Bandung.

Dukungan masyarakat terhadap kehadiran transportasi *online* dapat dilihat dari semakin banyak masyarakat yang mengunduh aplikasi transportasi *online*

(Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2017). Saat ini aplikasi Gojek telah diunduh oleh masyarakat lebih dari 142 juta kali, dengan lebih dari 2 juta mitra pengemudi. Oleh karena itu, sebagian penduduk Indonesia telah menjadi pengguna aktif internet sekaligus menjadi pengguna Gojek (Hastuti, 2019). Fitur dan layanan yang Gojek berikan kepada masyarakat membuat semakin bertambah banyak pengguna pada setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan layanan Gojek yang terus berkembang, karena tidak hanya sebatas antar jemput penumpang saja, namun juga layanan pesan makanan, kirim barang, dan masih banyak layanan lainnya (Devina, 2019). Pada tahun 2018 Gojek memiliki rating tertinggi yang dipilih oleh konsumen dibanding pesaingnya berdasarkan data dari *Daily Social* Indonesia yang dirilis sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Pengguna Transportasi Online 2018

Transportasi Online	Persentase
Gojek	85,22%
Grab	66,24%
Uber	50%

*Sumber:* (Databoks.Katadata, 2018)

Sebagai pelopor jasa transportasi online di Indonesia, Gojek memiliki beberapa keunggulan seperti konsumen dapat menggunakan aplikasi untuk memesan Go-Ride, Go-Food, Go-Send maupun layanan Gojek lainnya dengan cepat dan dapat dipesan kapan saja dan dimana saja. Aplikasi Gojek bersifat *real time* dan minim terjadi *error*. Lalu pada sisi kenyamanan, Gojek menerapkan standar layanan seperti pada Go-Car dan Go-Ride. Standar layanan pada Go-Car memiliki kategori dari mulai penampilan seperti pakaian yang sesuai dan menggunakan sabuk pengaman, kemudian kondisi kendaraan seperti plat nomer yang sesuai, foto *driver* yang sesuai dengan informasi pada aplikasi, kondisi didalam mobil yang bersih, serta layanan kepada penumpang seperti melakukan penjemputan berdasarkan informasi di aplikasi, menyapa pelanggan

ketika sudah bertemu penumpang, tidak memulai pembicaraan yang tidak perlu dengan penumpang kecuali diharuskan ganti rute karena macet, isi bensin, dan situasi darurat yang membahayakan *driver* maupun penumpang. Kemudian standar layanan pada Go-Ride memiliki kategori dari mulai *driver* memakai atribut yang lengkap, kondisi kendaraan yang baik, menyapa, menawarkan masker serta memberikan helm SNI kepada penumpang dan tidak memulai pembicaraan yang tidak perlu dengan penumpang kecuali hujan, ganti rute karena macet dan isi bensin (Driver.Go-Jek, 2019). Selain itu, Gojek juga menjalankan tindakan perlindungan sebagai jaminan keamanan bagi penumpang, antara lain dengan memberikan perlindungan asuransi dan pengembangan fitur keamanan pada aplikasi, yaitu fitur Tombol Darurat dan fitur Bagikan Perjalanan (Kumaran, 2019).

Pada hasil survei yang dilakukan Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) mengenai "Preferensi Konsumen terhadap Layanan Moda Transportasi Darat Urban di Indonesia" terdapat 91,7% responden yang pernah atau sering menggunakan jasa transportasi online yaitu ojek *online* (Bisnis.com, 2019). Responden yang memilih layanan ojek *online* lebih banyak menggunakan aplikasi Gojek yakni mencapai 36% dibandingkan dengan penggunaan aplikasi Grab yang hanya mencapai 32% (Kumaran, 2019).

Hasil survei dari Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) yang dirilis adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Preferensi Konsumen terhadap Layanan Moda Transportasi Darat Urban di Indonesia

GOJEK		
Preferensi Konsumen	Go-Car	Go-Ride
Keamanan	59%	56%
Keandalan Layanan	60%	55%

*bersambung*

sambungan

Keramahan	57%	53%
Kenyamanan dan Kebersihan	59%	53%

Sumber: (Kumaran, 2019)

Berdasarkan hasil survei pada Tabel 1.3 dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen terhadap fitur dan layanan Go-Ride maupun Go-Car memiliki hasil indeks angka kepuasan pelanggan dibawah angka indeks 80%. Walaupun konsumen yang memilih layanan ojek *online* lebih banyak menggunakan aplikasi Gojek yaitu mencapai 36%, namun hasil indeks angka kepuasan pelanggan yang didapatkan oleh Gojek hanya mencapai dibawah angka indeks 80%.

Tabel 1. 4 *Customer Satisfaction Index Interpretation*

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80.99%	Puas
3	51% - 65.99%	Cukup Puas
4	35% - 50.99%	Kurang Puas
5	0% - 34.99%	Tidak Puas

Sumber: (Widodo & Sutopo, 2018)

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat diartikan bahwa banyak konsumen yang menggunakan Gojek merasa cukup puas terhadap layanan dan fitur yang ditawarkan oleh Gojek dikarenakan hasil indeks angka kepuasan pelanggan Gojek menurut hasil survei pada Tabel 1.3 berada dibawah angka 66% - 80.99%.

Michael Say sebagai *Vice President Corporate Affairs* Gojek mengatakan, Gojek selalu berkomitmen untuk menghadirkan layanan yang berkualitas untuk memberikan pengalaman berkendara yang aman dan nyaman kepada pelanggan. Untuk itu, Gojek telah melakukan banyak upaya pencegahan, perlindungan dan penanganan yang baik bagi pengguna. Dalam upaya pencegahan, Gojek mengembangkan pelatihan



dan edukasi mitra terkait topik keamanan dan kekerasan seksual. Saat ini, Gojek telah melatih 4.000 mitra di lebih dari 30 kota di Indonesia (Kumparan, 2019).

Namun belakangan ini banyak keluhan kepada Gojek yang diadukan oleh banyak pelanggan melalui Twitter dibandingkan dengan melalui Instagram atau media sosial lainnya. Hal ini dikarenakan akun resmi Gojek Indonesia pada Twitter lebih sering aktif sehingga respon dari Gojek cepat tanggap. Beberapa jenis keluhan yang sering diadukan melalui akun resmi twitter @gojekindonesia adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 5 Jenis – Jenis Keluhan Pelanggan

No	Jenis - Jenis Keluhan Pelanggan
1.	Pelanggan mendapatkan panggilan tidak dikenal yang mengatasmakan Gojek untuk memberikan undian, hadiah uang, dan mendapatkan <i>voucher</i> Go-Pay yang bernilai jutaan.
2.	<i>Driver</i> Gojek sering membatalkan pesanan pelanggan pada layanan Go-Ride, Go-Car, dan Go-Food.
3.	Melakukan <i>top up</i> Go-Pay tetapi tidak masuk saldo Go-Pay ke akun pelanggan.
4.	Pelanggan melakukan pemesanan makanan/minuman pada Go-Food tetapi tidak datang atau tidak sesuai pesanan dan sudah melakukan pembayaran kepada <i>driver</i> Gojek.
5.	Pelanggan melakukan pengiriman barang melalui Go-Send tetapi barang tidak sampai/diambil oleh <i>driver</i> Gojek.
6.	Pelanggan menemukan beberapa <i>driver</i> yang memiliki sikap tidak sopan santun pada saat mengirimkan pesan untuk mengkonfirmasi orderan maupun pada layanan Go-Ride/Go-Car disaat perjalanan sedang berlangsung.
7.	Saldo Go-Pay pelanggan ditarik oleh <i>driver</i> Gojek tanpa melakukan transaksi apapun.

*Sumber:* (Twitter, pp. 2019-2020)

Keluhan pada Tabel 1.5 menunjukkan bahwa terdapat banyak masalah yang terjadi pada setiap layanan dan jasa yang ditawarkan Gojek yaitu modus penipuan yang

mengatasnamakan Gojek Indonesia kepada pelanggan. Modus penipuan yang dilakukan kepada pelanggan adalah seperti modus untuk memberikan undian, hadiah uang, mendapatkan *voucher* Go-Pay yang bernilai jutaan, melakukan *top up* Go-Pay tetapi tidak masuk ke akun pelanggan dan juga saldo Go-Pay pelanggan yang senilai ratusan ribu ditarik oleh *driver* tanpa melakukan transaksi apapun. Modus ini dilakukan dengan cara menghubungi pelanggan via telepon ataupun langsung dari aplikasi pada kasus saldo Go-Pay yang hilang tanpa transaksi apapun. Sebagian pelanggan juga mengatakan bahwa terdapat penipu yang menggunakan kata-kata kasar dan memberikan ancaman seperti melakukan telepon kepada nomor pelanggan dengan cara berulang. Masalah selanjutnya yaitu pada pemesanan makanan atau minuman pada Go-Food oleh konsumen yang tidak kunjung datang atau tidak sesuai pesanan tetapi sudah melakukan pembayaran. Konsumen juga mengeluhkan pengiriman barang melalui Go-Send yang tidak sampai barangnya atau dibawa oleh *driver*. Lalu seringkali *driver* Gojek membatalkan pemesanan konsumen pada layanan Go-Ride, Go-Car, maupun Go-Food dan juga beberapa *driver* Gojek yang memiliki sikap tidak sopan kepada konsumen.

Masalah yang terjadi sangat meresahkan banyak pelanggan Gojek dan dapat mencemarkan nama baik Gojek Indonesia apabila terus berulang serta pelanggan yang merasa nyaman dan aman terhadap layanan Gojek dapat beralih menggunakan jasa transportasi *online* lainnya. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi dalam hal layanan dan kinerja pada Gojek untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi keseluruhan kinerja pasca pembelian terhadap perusahaan atau pemanfaatan layanan (Poliaková, 2010).

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat diantaranya, hubungan antara perusahaan dengan konsumen secara harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta akan membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan (Fasochah & Hartono, 2014). Oleh karena itu, Gojek sebagai perusahaan layanan jasa

transportasi yang berbasis *online* sangat perlu untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan dapat menanggulangi keluhan-keluhan yang diadukan oleh pelanggan agar terciptanya kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller dalam Tjiptono (2014, pp. 369-370) kepuasan pelanggan dapat diukur dengan menggunakan beberapa metode yaitu Sistem Keluhan dan Saran, *Ghost/Mystery Shopping*, *Lost Customer Analysis* dan Survei Kepuasan Pelanggan. Sedangkan menurut Aritonang (2005) kepuasan pelanggan secara keseluruhan dapat diukur menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI). CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur (Syukri, 2014). Menurut Anggraini *et al* (2015, p. 75) Metode CSI memiliki beberapa keunggulan antara lain: efisiensi (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi/atribut yang perlu diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas cukup tinggi.

Kemudian untuk menganalisis lebih lanjut digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dimana dengan menggunakan metode ini dapat melihat sejauh mana pencapaian perusahaan (Ong & Pambudi, 2014, p. 2). Metode IPA (tingkat kepentingan dan kinerja) juga digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, serta hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan atas pelayanan yang telah diberikan, sehingga dapat menjadi dasar untuk meningkatkan kepuasan konsumen (Lupiyoadi *et al*, 2015). Menurut Wong *et al* (2011, p. 21) metode *Importance Performance Analysis* (IPA) memiliki beberapa kelebihan jika dibandingkan dengan metode lainnya, hasil dari pengolahan IPA dapat menggambarkan atribusi tingkat kepentingan *item* yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, metode ini dapat digambarkan menggunakan grafis dengan membagi setiap *item* berdasarkan nilai kepentingan dan kinerja setiap *item* sehingga perusahaan dapat mengetahui item perbaikan yang membutuhkan tindakan segera.

Berdasarkan pemaparan beberapa pengertian diatas maka pada penelitian ini menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* dikarenakan dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan atribut apa saja yang harus diperbaiki atau dipertahankan oleh perusahaan sebagai evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan kinerja dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Penilaian kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting bagi perusahaan. Oleh karena itu, Gojek sebagai perusahaan jasa transportasi *online* perlu untuk mengetahui penilaian kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan dan kinerja dari Gojek agar dapat dijadikan evaluasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena yang ada, peneliti tertarik untuk menggunakan Gojek sebagai objek dari penelitian dengan mengangkat judul “**Penerapan *Customer Service Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* Pada Kualitas Pelayanan Gojek (Studi Pelanggan di Kota Bandung).**”

### **1.3 Rumusan Masalah**

Kota Bandung saat ini menempati urutan ke-14 sebagai kota dengan tingkat kemacetan tertinggi yang memiliki jumlah penduduk lebih dari 5 juta orang. Kemunculan Gojek sebagai salah satu jasa transportasi *online* merupakan terobosan terbaru yang sedang diminati oleh masyarakat di Indonesia termasuk masyarakat di Kota Bandung karena dapat menjadi moda transportasi alternatif untuk meringankan kemacetan yang terjadi. Berkembangnya transportasi *online* di Indonesia membuat munculnya beberapa perusahaan jasa transportasi *online* lainnya yang menjadi pesaing Gojek. Kemudian dilihat dari *social media* pada akun twitter Gojek, terdapat banyak keluhan yang sering diadukan oleh pelanggan kepada Gojek perihal modus penipuan yang mengatasnamakan Gojek, driver Gojek yang menarik saldo Go-Pay pelanggan tanpa ada transaksi, pelanggan yang melakukan top up Go-Pay tetapi tidak masuk saldo Go-Pay ke akunnya, pemesanan makanan/minuman melalui Go-Food tetapi tidak sampai/tidak sesuai pesanan, pengiriman barang melalui Go-Send yang tidak datang

barangnya atau diambil oleh driver Gojek, lalu pelanggan juga mengeluhkan driver Gojek yang sering membatalkan pesanan dan mempunyai sikap yang tidak sopan kepada pelanggan. Hal ini merupakan masalah yang serius dan apabila tidak ditangani dengan baik oleh pihak Gojek maka dapat menurunkan eksistensi Gojek sebagai pelopor ojek *online* di Indonesia serta banyak pelanggan yang beralih menggunakan jasa transportasi *online* lainnya. Oleh karena itu, Gojek perlu mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja layanan Gojek serta atribut-atribut apa saja yang harus diperbaiki, dipertahankan, dan dikurangi intensitasnya oleh pihak manajemen Gojek sebagai evaluasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan dalam latar belakang penelitian diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Gojek di Kota Bandung melalui analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)?
2. Atribut-atribut apa saja yang perlu dipertahankan, diperbaiki dan dikurangi intensitasnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Gojek di Kota Bandung melalui analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Gojek di Kota Bandung melalui analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI).
2. Untuk mengetahui atribut-atribut yang perlu dipertahankan, diperbaiki dan dikurangi intensitasnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Gojek di Kota Bandung melalui analisis *Importance Performance Analysis* (IPA).

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Peneliti mengharapkan agar penelitian yang akan dilaksanakan mendapatkan hasil yang bermanfaat dan diharapkan mencapai tujuan yang sesuai serta berguna bagi akademis maupun praktis.

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Peneliti mengharapkan akan mendapatkan wawasan dan informasi tentang kepuasan pelanggan untuk dijadikan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penilaian kepuasan pelanggan terhadap Gojek ditahun selanjutnya sehingga dapat bermanfaat bagi perusahaan Gojek dalam mengevaluasi untuk meningkatkan dalam hal pelayanan dan kinerja.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Peneliti mengharapkan dapat memberikan motivasi dan inovasi terhadap Gojek Indonesia untuk terus melakukan evaluasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga tetap menjadi pelopor jasa transportasi *online* yang dipilih oleh konsumen di Indonesia.

## **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini menggunakan sampel masyarakat yang pernah menggunakan jasa layanan dan fitur Gojek di Kota Bandung. Kemacetan yang terjadi di Kota Bandung hingga 2019 sudah semakin memburuk dibandingkan kota-kota besar lainnya di Indonesia sehingga hal ini membuat minat masyarakat Kota Bandung terhadap ojek *online* sangat meningkat untuk menunjang mobilitas. Pemilihan Gojek sebagai objek penelitian dikarenakan berkembangnya jasa transportasi berbasis *online* di Indonesia.

## **1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I menjelaskan tentang latar belakang objek penelitian, perumusan masalah, tujuan masalah, dan manfaat dari penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab II menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian teoritis.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab III menjelaskan tentang jenis dan sumber daya, metode pengumpulan data dan metode analisis.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab IV menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab V menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.