

Analisis kepuasan konsumen gojek di wilayah kota palangka raya

Billy Robertus Vandogi¹⁾, Sutan Parasian Silitonga²⁾, Robby³⁾

¹⁾Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Palangka Raya

²⁾Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Palangka Raya

³⁾Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Palangka Raya

ARTICLE INFO

Article History:

Received Feb 24th, 2021

Revised Mar 25th, 2021

Accepted Apr 29th, 2021

Keywords:

Gojek

Kepuasan Konsumen

Regresi Ordinal

ABSTRACT

Online transportation is currently popular among the general public, and one of them is Gojek, Gojek is very interesting to learn how to use it in Palangka Raya City. This research with the theme of consumer satisfaction with Gojek services in the Palangka Raya City area aims to determine the Gojek consumer satisfaction level model in Palangka Raya City. We conducted an online survey of Gojek users and conducted an analysis using the ordinal logit method in Palangka Raya City and it is processed by using the SPSS software so that it can be seen about the things that affect customer satisfaction for motorbikes in Palangka Raya City. The results showed that the model of the level of satisfaction was determined by age, occupation, safety, traffic violations, friendliness, unsuitable payment in the application. And a very significant technical performance is security, so it is recommended that the level of satisfaction really depends on the safety conditions of the Gojek model going forward.



© 2020 The Author(s). Published by Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Corresponding Author:

Billy Robertus Vandogi

Email: billyrvandogi26@gmail.com

How to Cite: Vandogi, B.R., Silitongan, S.P., Robby. (2021). Analisis kepuasan konsumen gojek di wilayah kota Palangka raya. *Sosio e-Kons*, 13 (1), 1-9. <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v13i1.9078>

PENDAHULUAN

Di era yang maju seperti sekarang ini, transportasi merupakan penunjang penting (Kadarisman, Gunawan, & Ismiyati, 2016) dalam aktivitas sehari-hari terutama di daerah perkotaan. Transportasi yang baik dapat menunjukkan keteraturan kota yang baik pula, hal ini disebabkan karena transportasi merupakan pendukung dalam percepatan pembangunan di suatu perkotaan. Selain itu, transportasi juga merupakan suatu prasarana bagi kegiatan manusia maupun barang yang timbul akibat adanya aktivitas di daerah perkotaan. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat mempengaruhi kebutuhan di bidang jasa transportasi yang juga semakin meningkat pula, hal ini lah yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

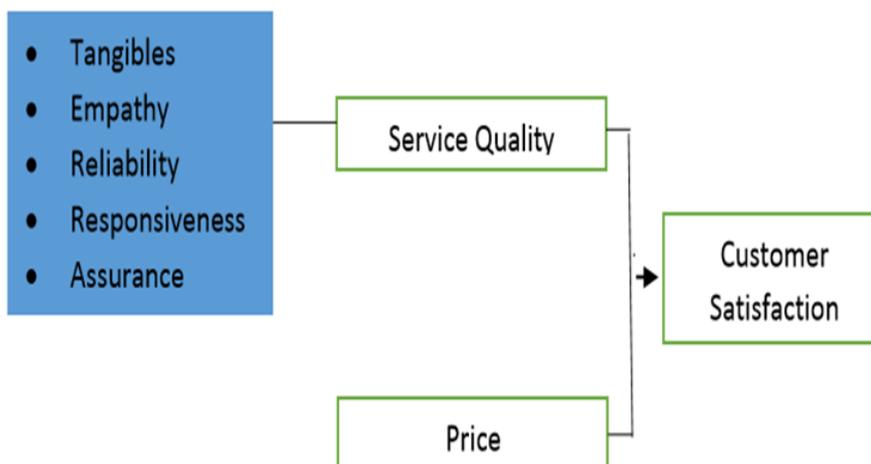
Gojek merupakan salah satu penyedia layanan jasa transportasi online khususnya sepeda motor. Gojek awalnya masuk ke Kota Palangka Raya pada tanggal 17 Desember 2018 dan dengan cepatnya perkembangan teknologi membuat Gojek semakin terdepan di Kota Palangka Raya. Perusahaan Gojek merupakan startup asli ciptaan anak bangsa yang di perkenalkan oleh Nadiem Makarim pada tanggal 12 Oktober 2010. Gojek bermitra dengan para pengendara Ojek berpengalaman di Palangka Raya dan menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian di kota Palangka Raya. Aplikasi Gojek dapat diunduh pada smartphone yang memiliki sistem operasi iOS atau pun Android.

Dari teori diatas maka saat ini setiap perusahaan mengalami penurunan omset dikarenakan adanya masa pandemic untuk itu perusahaan harus memiliki beberapa strategi untuk menghindari terjadinya masalah hususnya bagi para pengendara dengan dengan memiliki kredit kendaraanya, Menurut Marpi, Y., Endaryono, B. T., & Noviani, K. (2021) Indonesia is experiencing an economic downturn due to the current magnitude pandemic, hence the increasing number of issuers currently experiencing defaults, so that the agreement is classified as an achievement as a debtor who has debts to creditors.

Gojek memanfaatkan media elektronik, dengan itu akses untuk pemesanan jasa transportasi menjadi lebih mudah bagi konsumen khususnya di kota Palangka Raya. Dengan menggunakan aplikasi di smartphone kemudian gojek akan menjemput konsumennya dan mengantar konsumen ketempat tujuannya. Tidak hanya untuk antar-jemput, Gojek pun menyediakan berbagai jasa lain seperti Go-Food yang dapat membelikan konsumen makanan dari mana saja sesuai pesananan konsumennya, kemudian ada Go-Mart salah satu jasa Gojek yang siap sedia untuk membelanjakan kebutuhan sehari-hari dan masih banyak lagi fitur-fitur yang diberikan oleh Gojek di kota Palangka Raya. Walaupun Gojek sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat khususnya di kota Palangka Raya.

Menurut Hoffman & Bateson (2011) jasa adalah perbuatan, usaha dan kinerja, sedangkan menurut Lovelock, Wirtz, & Mussry (2010) jasa adalah suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa jasa adalah suatu usaha, perbuatan, kinerja ataupun aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lainnya. Dengan adanya suatu jasa tersebut, maka terjadi pertukaran nilai yang berdampak kepada ekonomi satu sama lain.

Service atau jasa merupakan layanan yang diberikan oleh pihak tertentu kepada pihak lain yang bersifat intangible, untuk melakukan evaluasinya konsumen harus merasakan terlebih dahulu manfaat dari jasa tersebut. Tetapi dengan adanya jasa dapat membuat konsumen dapat menyewa orang lain/pihak lain untuk melakukan pekerjaan yang tidak ingin mereka lakukan sendiri atau pekerjaan yang tidak dapat mereka kerjakan sendiri (Lovelock et al., 2010). Menurut Kottler dan Keller adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kottler & Keller, 2007). Hal itu merupakan suatu kepuasan bagi konsumen yang telah menggunakan jasa itu sendiri. Valerie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler (2006) menegaskan bahwa kepuasan adalah ketika konsumen memenuhi kebutuhannya, hal itu merupakan konsumen memberikan penilaian terhadap sebuah fitur produk atau jasa, atau produk atau jasa itu sendiri. Apabila bila konsumen merasa puas dengan suatu pelayanan jasa maka konsumen tersebut akan memberikan suatu penilaian yang baik pula. Menurut Endaryono, B. T. (2018) Kuat lemahnya peranan pelayanan memberikan kontribusi terhadap besar kecilnya kemungkinan untuk mencapai kepuasan nasabah yang lebih tinggi; artinya bahwa semakin baik pelayanan, maka semakin besar pula kemungkinan untuk mencapai kepuasan nasabah yang tinggi.



Gambar 1. Persepsi Pelanggan Dari Kualitas dan Kepuasan Pelanggan (Valerie A. Zeithaml et al., 2006)

Indikator kualitas pelayanan untuk lebih jelasnya adalah sebagai berikut: 1) Reliability (Keandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Adapun sub-indikator dalam penelitian ini sebagai berikut: a) Kecepatan driver dalam melayani pelanggan, b) Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit, dan c) Pelayanan yang memuaskan. 2) Responsiveness (Daya Tanggap) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Adapun sub-indikator dalam penelitian ini sebagai berikut: a) Tanggap terhadap keluhan pelanggan, b) Kesiapan driver membantu pelanggan, dan c) Kecepatan dalam menyelesaikan masalah. 3) Assurance (Jaminan dan Kepastian) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Adapun sub-indikator dalam penelitian ini sebagai berikut: a) Keramahan dalam melayani pelanggan, b) Pengetahuan yang luas, dan c) Keamanan pelanggan terjamin. 4) Emphaty (Kepedulian) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Adapun sub-indikatornya dalam penelitian ini sebagai berikut: a) Tersedia layanan 24 jam, b) Mengetahui keinginan pelanggan, dan c) Mampu berkomunikasi dengan baik. 5) Tangible (Wujud Fisik) yaitu kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik dari perusahaan seperti gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi serta penampilan karyawan. Adapun sub-indikator dalam penelitian ini sebagai berikut: a) Kendaraan dan interior yang bagus dan menarik, b) Kebersihan dan kenyamanan, c) Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan, dan d) Kebersihan dan kerapian driver.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sampling untuk mendapatkan sample. Sampling merupakan suatu proses pemilihan sejumlah atau sebagian dari populasi yang digunakan untuk membuat kesimpulan tentang suatu populasi. Hasil yang didapat dari sampling adalah sample. Metode ini digunakan karena penelitian ini mengenai kepuasan konsumen Gojek yang berada di wilayah Kota Palangka Raya, dengan menggunakan metode sampling ini maka tidaklah harus meneliti semua konsumen Gojek satu persatu tetapi berdasarkan sample yang diperoleh dari sampling. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Dalam penelitian ini responden diminta untuk mengisi kuesioner dalam bentuk google form yang berisi pernyataan-pernyataan mengenai kepuasan dalam penggunaan jasa Gojek di wilayah Kota Palangka Raya. Kuesioner mengenai kepuasan Gojek ini dibuat dalam bentuk google form dan disebar melalui jejaring sosial seperti Whatsapp, Line dan Facebook. Adapun deskripsi struktur demografi responden terdiri dari usia, jenis kelamin dan pendapatan. Untuk mendukung penelitian ini dibutuhkan data sebagai sumber informasi yaitu data primer dan data sekunder.

Dalam penelitian ini alat dan bahan yang digunakan adalah sebuah smartphone yang digunakan untuk mengisi google form yang dapat di akses beserta dengan alternative pilihannya sehingga data yang dikumpulkan sama, dan tiap responden diajukan pertanyaan yang sama. Data yang didapat kemudian akan dianalisis dengan software IBM SPSS Statistic 23. Uji Statistik Terhadap Nilai Kepuasan yang dilakukan dalam pengamatan adalah dengan melakukan uji statistik dengan menggunakan bantuan software SPSS, uji statistik tersebut antara lain: 1) Pengujian *Likelihood Ratio* dilakukan terhadap gabungan keseluruhan variabel independent dan untuk masing-masing variabel *independent Likelihood Ratio Test*. 2) *Goodness Of Fit*. Pengamatan Goodness Of Fit dilakukan dengan memperhatikan nilai pearson dan deviance, dengan ketentuan bahwa jika nilai pearson dan deviance tidak signifikan merata artinya model tersebut baik secara statistik karena hasil prediksi model dengan data aktual tidak terdapat perbedaan yang berarti. 3) *Pseudo R-Square*. Pengukuran kebaikan garis regresi dilakukan dengan

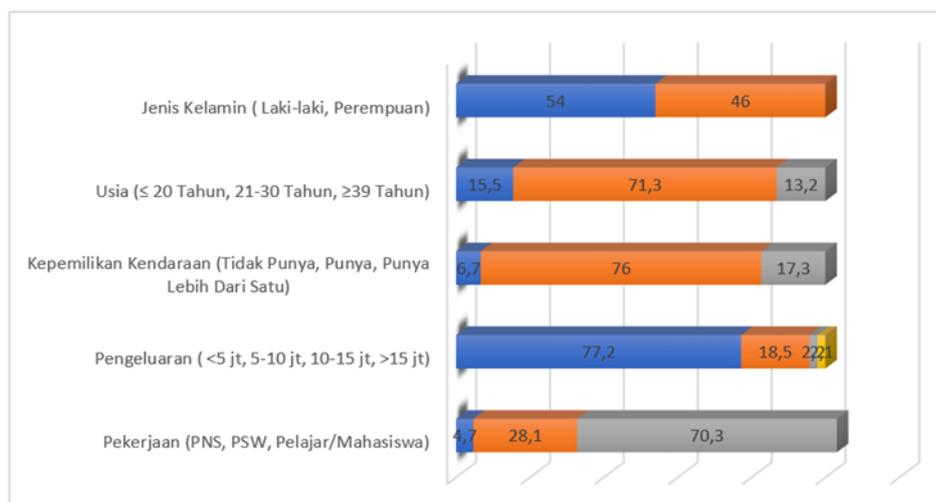
memperhatikan *nilai Pseudo R²Cox dan Snell, Nagelkerke dan McFadden*. 4) Wald. Dapat digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent mempengaruhi variabel dependent atau tidak.

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Palangka Raya dengan karakteristik masyarakat yang pernah menggunakan Gojek dengan tujuan rutin seperti: bekerja, pendidikan, serta masyarakat dengan tujuan kepasar atau swalayan. Gambaran studi jumlah penduduk dan luasan wilayah kota tersebut sebagai berikut: Kota Palangka Raya merupakan Ibukota Provinsi Kalimantan Tengah memiliki luas wilayah 2.853,52 km² dengan jumlah penduduk di Kota Palangka Raya sebanyak 275,667 jiwa (BPS,2017). Berdasarkan luas wilayah dibanding dengan jumlah penduduk yang ada, kepadatan penduduk Kota Palangka Raya tergolong tidak padat, dimana ada sekitar 96,61 jiwa/km². Data akan diambil dari masyarakat Kota Palangka Raya secara umumnya yaitu individu yang pernah menggunakan Gojek sebelumnya. Penelitian dilakukan dengan metode sampling menggunakan google form yang disebar melalui *Whatsapp, Line dan Facebook*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Demografi Responden Gojek di Kota Palangka Raya

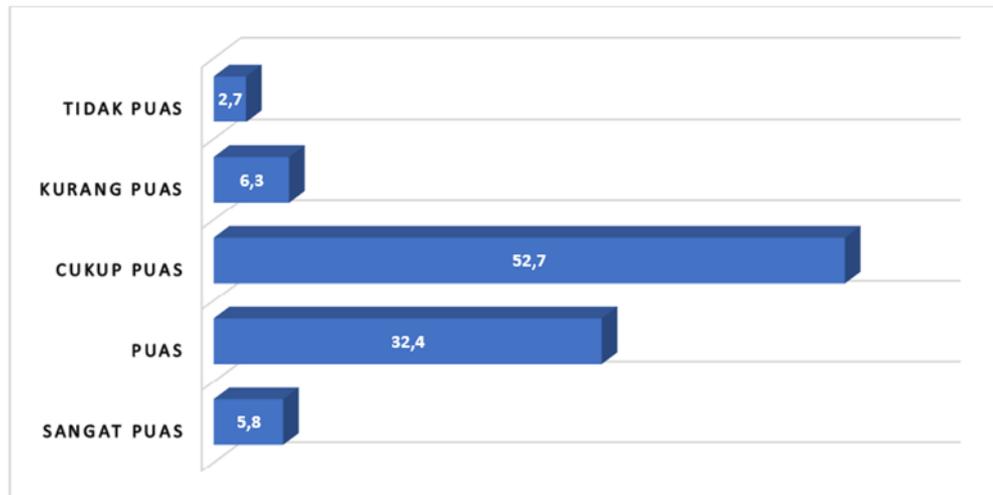
Pengamatan yang dilakukan untuk memperoleh data karakteristik demografi pengguna Gojek di Kota Palangka Raya adalah dengan melakukan survai langsung kepada 364 responden. Berdasarkan respon dari 364 responden tersebut diperoleh data responden bahwa (54%) adalah Laki-laki dan (46%) adalah Perempuan. Dominasi data jenis penumpang jika dilihat dari usia didominasi kategori umur dibawah dari 20 tahun (15,5%) , umur 21 tahun sampai 30 tahun (71,3%) dan di atas 30 tahun (13,1%). Jika dilihat dari sisi kepemilikan kendaraan maka (6,7%) tidak mempunyai kendaraan, (76%) punya kendaraan dan (17,3%) punya kendaraan lebih dari satu. Apabila di tinjau dari segi total pengeluaran keluarga selama satu bulan maka (77,2%) memiliki pengeluaran kurang dari 5 juta, (18,5%) dengan pengeluaran 5-10 juta, (2,2%) 10-15 juta dan (2,1%) dengan pengeluaran di atas 15 juta. Jika dilihat dari sisi pekerjaan, pelajar/mahasiswa (70,3%) dan pekerja swasta (28,1%) data pekerjaan yang jauh melebihi persentase pekerjaan pegawai negeri (4,7%). Ini menunjukkan bahwa, dominasi data pengguna gojek merupakan mahasiswa yang ada di Kota Palangka Raya.



Gambar 2. Karakteristik Demografi Responden Gojek di Kota Palangka Raya

Karakteristik Kepuasan Pengguna Gojek di Kota Palangka Raya

Pengamatan yang dilakukan untuk memperoleh data karakteristik kepuasan pengguna Gojek di Kota Palangka Raya adalah dengan melakukan survei langsung kepada 364 responden. Berdasarkan respon dari 364 responden tersebut diperoleh 2,7% memilih Tidak Puas, 6,3% memilih Kurang Puas, 52,7% memilih Cukup Puas, 32,4% memilih Puas dan 5,8% memilih Sangat Puas.



Gambar 3. Karakteristik Kepuasan Pengguna Gojek di Kota Palangka Raya

Beberapa faktor kualitas layanan penentu kepuasan konsumen gojek:

- Seberapa mudah anda dalam mengoperasikan aplikasi Gojek?
(3,2% sulit digunakan, 40,3% cukup mudah digunakan, 56,6% mudah digunakan) berdasarkan hasil data maka dapat diketahui bahwa pengoperasian aplikasi gojek itu mudah.
- Berapa lama waktu Anda menunggu hingga jemputan Gojek tiba?
(1,5% lama, 40,6% sedang, 57,9% cepat) berdasarkan hasil data maka dapat diketahui bahwa waktu penjemputan konsumen tergolong cepat.
- Berapa lama biasanya waktu perjalanan Anda saat menggunakan jasa transportasi Gojek?
(1,3% lama, 30,5% sedang, 68,2% cepat) berdasarkan hasil data maka dapat diketahui bahwa waktu perjalanan gojek tergolong cepat.
- Apakah Anda pernah mengalami gangguan pada saat menggunakan jasa transportasi gojek?
(7,3% pernah mengalami gangguan lebih dari 2 kali, 30,5% pernah mengalami gangguan 1 kali, 62,2% tidak pernah mengalami gangguan) berdasarkan hasil data maka dapat diketahui bahwa jarang terjadi gangguan yang di alami oleh konsumen gojek pada saat menggunakan jasa transportasi online gojek.
- Apakah Anda sering menjumpai driver dengan moda transportasi yang tidak berstandar keselamatan?
(8,8% pernah berjumpa lebih dari 2 kali, 16,3% pernah berjumpa selama 1 kali, 74,9% tidak pernah menjumpai) berdasarkan hasil data maka dapat diketahui bahwa hanya sedikit driver gojek yang masih tidak berstandar keselamatan.
- Apakah driver Gojek pernah melakukan suatu tindakan yang mengancam keselamatan Anda?
(0,7% sering lebih dari 2 kali, 3,6% pernah 1 kali, 95,7% tidak pernah) berdasarkan hasil data maka dapat diketahui bahwa tingkat keselamatan konsumen gojek sangat lah terjamin.
- Apakah selama Anda menggunakan jasa transportasi Gojek pernah terjadi pelanggaran lalu lintas oleh driver Gojek?
(15,3% pernah, 84,8% tidak pernah) berdasarkan hasil data maka dapat diketahui bahwa masih ada sedikit friver gojek yang pernah melakukan pelanggaran lalu lintas.
- Apakah driver gojek selalu ramah terhadap Anda?

(8,1% tidak, 91,9 iya) berdasarkan hasil data maka dapat diketahui bahwa driver gojek sangat lah ramah terhadap konsumennya.

i) Apakah driver Gojek pernah meminta pembayaran lebih, tidak sesuai dengan jumlah yang ada di aplikasi?

(5,1% pernah, 94,9% tidak pernah) berdasarkan hasil data maka dapat diketahui bahwa masih ada sedikit driver yang meminta pembayaran yang tidak sesuai dengan aplikasi.

Berdasarkan hasil survai di lapangan di dapatkan variabel yang mempengaruhi signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen gojek diantaranya sebagai berikut:

1. Bahwa setiap ada driver yang melakukan pemungutan biaya yang melebihi jumlah yang seharusnya ada di aplikasi akan paling mengurangi tingkat kepuasan konsumen gojek (V13 Nilai Signifikansi 41,612).
2. Jika ada driver gojek yang melakukan suatu tindakan yang dapat mengancam keselamatan konsumen gojek, maka akan menyebabkan turunnya tingkat kepuasan konsumen gojek (V10 Nilai Signifikansi 27,280).
3. Apabila terjadi pelanggaran lalu lintas yang di lakukan oleh driver gojek, maka akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen gojek (V11 Nilai Signifikansi 15,020).
4. Umumnya orang yang memiliki pekerjaan PNS cenderung kurang dalam menggunakan jasa Gojek (PNS Nilai Signifikansi 13,698).
5. Umumnya orang yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah orang yang memiliki usia remaja sampai dengan dewasa (US Nilai Signifikansi 10,594).
6. Umumnya orang yang memiliki pekerjaan PSW lebih banyak dalam menggunakan jasa Gojek (PSW Nilai Signifikansi 9,391).

Model Pilihan Moda

Berdasarkan observasi di lapangan dari keseluruhan 364 responden diamati perilaku dari keseluruhan pegguan Gojek dikota Palangka Raya. Untuk model regresi ordinal logit dengan respon score kepuasan langsung, setelah estimasi parameter nilai θ , β didapatkan, maka peluang nilai/score utilitas masing-masing adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 P(5) &= \frac{1}{1 + e^{(\theta_4 + \sum\beta \times)}} \\
 P(4) &= \frac{1}{1 + e^{(\theta_3 + \sum\beta \times)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_4 + \sum\beta \times)}} \\
 P(3) &= \frac{1}{1 + e^{(\theta_2 + \sum\beta \times)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_3 + \sum\beta \times)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_4 + \sum\beta \times)}} \\
 P(2) &= \frac{1}{1 + e^{(\theta_1 + \sum\beta \times)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_2 + \sum\beta \times)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_3 + \sum\beta \times)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_4 + \sum\beta \times)}} \\
 P(1) &= 1 - \frac{1}{1 + e^{(\theta_4 + \sum\beta \times)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_3 + \sum\beta \times)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_2 + \sum\beta \times)}} - \frac{1}{1 + e^{(\theta_1 + \sum\beta \times)}}
 \end{aligned}$$

Dengan:

P : Peluang moda

θ : Estimate

e : eksponensial

$\sum\beta \times$: Total nilai Wald variabel

Berdasarkan hasil uji *likelihood ratio*, 7 variabel ini signifikan mempengaruhi pilihan moda dengan nilai *-2log likelihood* 173,976. Kemudian dari hasil regresi di dapatkan nilai *R-square* untuk Cox dan Snell 0,400. Ini berarti menurut Cox dan Snell model dapat menjelaskan 40% hasil observasi dengan baik. Ukuran lainnya berdasarkan *R-square* menurut Nagelkerke adalah 0,445. Angka ini menunjukkan bahwa model dapat menjelaskan 45,5% fakta di lapangan dengan baik secara statistik. Jika dilihat dari nilai *chi-square* uji Pearson dan Deviance (*Godness of Fit*) menunjukkan hasil yang tidak signifikan perbedaannya 0,610 dan 1,000 sehingga peluang prediksi model dapat dinyatakan tidak berbeda dengan hasil peluang observasi.

Dengan menetapkan kepuasan sebagai variabel dependent maka penjabaran kecocokan prediksi dan kenyataan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 P(5) &= \frac{1}{1 + e^{(\theta_4 + \sum \beta \times)}} \\
 &= \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}} \\
 &\quad \frac{1}{(3,024 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 P(4) &= \frac{1}{1 + e^{(\theta_3 + \sum \beta \times)}} \\
 &= \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}} \\
 &\quad \frac{1}{(0,491 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 &\quad \frac{1}{(3,024 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 &\quad \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}} \\
 P(3) &= \frac{1}{1 + e^{(\theta_2 + \sum \beta \times)}} \\
 &= \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}} \\
 &\quad \frac{1}{(-4,015 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 &\quad \frac{1}{(3,024 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 &\quad \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}} \\
 &\quad \frac{1}{(0,491 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 &\quad \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}} \\
 P(2) &= \frac{1}{1 + e^{(\theta_1 + \sum \beta \times)}} \\
 &= \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}} \\
 &\quad \frac{1}{(-7,137 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 &\quad \frac{1}{(3,024 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 &\quad \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}} \\
 &\quad \frac{1}{(0,491 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 &\quad \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}} \\
 &\quad \frac{1}{(-4,015 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 &\quad \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}} \\
 P(1) &= 1 - \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}} \\
 &\quad \frac{1}{(3,024 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 &\quad \frac{1}{(0,491 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 &\quad \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}} \\
 &\quad \frac{1}{(-4,015 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 &\quad \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}} \\
 &\quad \frac{1}{(-7,137 + 10,594^{(US)} + 13,698^{(PNS)} + 9,391)} \\
 &\quad \frac{1}{1 + 2,718^{(PSW)} + 27,280^{(V10)} + 15,020^{(V11)} + 11,417^{(V12)} + 41,612^{(V13)}}
 \end{aligned}$$

Tabel 1. Hasil Prediksi

Observasi	Prediksi Model		Persentase total
	Kenyataan	Prediksi yang benar	yang benar
Variabel	364	210	60,18%

Dari model yang terbentuk, berdasarkan nilai *odd ratio* pada table *parameter estimates* pada lampiran dapat ditarik beberapa hal penting terkait peluang pilihan moda. Hal yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah:

1. Umumnya orang yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah orang yang memiliki usia remaja sampai dengan dewasa (Nilai Korelasi -0,805).
2. Umumnya orang yang memiliki pekerjaan PSW kurang memiliki tingkat kepuasan dalam menggunakan jasa Gojek (Nilai Korelasi 0,876).
3. Semakin tinggi pelanggaran lalu lintas yang dilakukan oleh driver Gojek, maka akan mengurangi tingkat kepuasan pengguna jasa Gojek (Nilai Korelasi -1,246)
4. Semakin tinggi keramahan driver Gojek, maka akan semakin besar tingkat kepuasan pengguna Gojek (Nilai Korelasi 1,700)
5. Umumnya orang yang memiliki pekerjaan PNS cenderung kurang memiliki tingkat kepuasan dalam menggunakan jasa Gojek (Nilai Korelasi 2,029).
6. Semakin tinggi tingkat keselamatan Gojek maka akan menaikkan peluang kepuasan pengguna jasa Gojek (Nilai Korelasi -3,029).
7. Apabila driver Gojek meminta bayaran yang melebihi jumlah yang ada di aplikasi, maka akan semakin rendah tingkat kepuasan konsumen Gojek (Nilai Korelasi -3,834)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengguna gojek di Kota Palangka Raya cukup puas dengan mutu dan pelayanan yang diberikan pihak driver gojek dan pihak pengembang gojeknya sendiri. Berdasarkan hasil survai yang dilakukan kepada 364 responden hanya 2,7% memilih tidak puas, 6,3% memilih kurang puas lalu sebanyak 52,7% memilih cukup puas, 32,4% memilih puas dan 5,8% memilih sangat puas terhadap layanan gojek, berdasarkan hasil data maka dapat diketahui bahwa para konsumen gojek merasa puas dengan pelayanan yang diberikan driver gojek.

REFERENSI

- Abley, J. (2002). *Stated preference techniques and consumer decision making: New challenge to old assumptions*.
- Black, J. (1981). *Urban Transport Planning*. London: Croom Helm.
- Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya. (2017). <https://palangkakota.bps.go.id/statictable/2019/03/06/197/luas-wilayah-jumlah-penduduk-dan-kepadatan-penduduk-kota-palangka-raja-menurut-kecamatan-2013-2017.html> (Diupdate 06 maret 2019).
- Ben-Akiva, M., & Lerman, S. R. (1985). *Discrete Choice Analysis: Theory and Application to Travel Demand*. Cambridge: The MIT Press.
- Bruton, M. J. (1985). *Introduction to Transportation Planning*. London: Hutchinson & Co. Ltd.
- Endaryono, B. T. (2018). Pelayanan purna jual produk sepeda motor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada pt. Bprs al salaam cabang depok. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(02), 184-189.
- Furnish, P. dan W. Don. (2009). *Making The Most of Models: Using to deveIOp More Efective transport Policies and Strategies*. Victoria Transport Policy Institute.
- Firdausi, Mutiara dan Ratih Sekartaadji. (2016). *Analisis Pemilihan Moda Kendaraan Pribadi dan Angkutan Umum di Bandara Internasional Adisucipto Yogyakarta*. Penelitian, Fakultas Teknik Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, Surabaya.

- Freudenthal, H. (1991). *Revising Mathematics Education*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Hoffman & Bateson. (2011). *Service Marketing, International Edition* 4e. Colorado State University
- Kadarisman, M., Gunawan, A., & Ismiyati, I. (2016). Kebijakan Manajemen Transportasi darat dan dampaknya terhadap perekonomian masyarakat di Kota Depok. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 3(1), 41-58.
- Kotler, Philip dan Keller, (2007), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi. Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta
- Lovelock, Christopher., Jochen, Wirtz., & Jacky, Mussry. (2010). *Pemasaran. Jasa – Perspektif Indonesia* Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Manheim, Marvin, L. (1979). *Fundamental of Transportation System Analysis*, Cambridge. Massachusetts, London; The MIT Press.
- Miro, F. (2005). *Perencanaan Transportasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Morlok, E. K. (1995). *Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi*. Ciracas, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Madya, S. (2011). *Teori dan Praktik Penelitian Tindakan (Action Research)*. Bandung: Alfabeta.
- Marpi, Y., Endaryono, B. T., & Noviani, K. (2021). Legal Effective of Putting " Business as Usual" Clause in Agreements. *International Journal of Criminology and Sociology*, 10, 58-70.
- .Valerie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler (2006) *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: