

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA KURIR
GRABFOOD TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
KARYAWAN PUSKESMAS BASUKI RAHMAD KOTA
BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

OLEH :

Yeti Octavia
NIM 1516131055

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2020M/1441H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

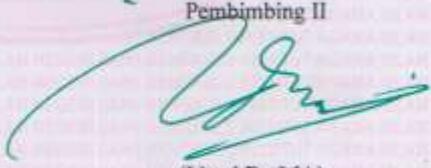
Skripsi yang ditulis oleh Yeti Octavia NIM. 1516130155 dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir *GrabFood* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu". Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 23 September 2019 M
23 Muharram 1441 H

Pembimbing I


(A. Sunarto, Ph.D)
NIP.197611242006041002

Pembimbing II


(Idwal B., MA)
NIP.198307092009121005



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax. (0736) 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir *Grabfood* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu", oleh Yeti Octavia NIM: 1516130155 Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 10 Januari 2020 M/ 15 Jumadil Akhir 1440 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 16 Januari 2019 M
20 Jumadil Akhirah 1441 H

Tim Sidang Munaqasyah

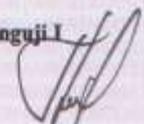
Ketua


Andang Sunarto, Ph.D
NIP.197611242006041002

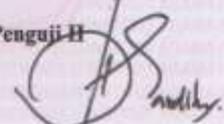
Sekretaris


Idwal B., M.A
NIP.198300709200912105

Penguji I


Dra. Fatimah Yunus, M.A
NIP. 196303192000032003

Penguji II


Lucky Auditva, M.Ak
NIDN.2006018202



Mengetahui,
Dehan


Dr. Asnaini, M.A
NIP. 19730412 1998032003

MOTTO

- Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkannya mendapat jalan ke surga (H.R Muslim)
- Hidup inisperti sepeda, agar tetap seimbang kau harus terus bergerak (Albert Einstein)

Persembahan

Dengan mengucap rasa syukur, Alhamdulillahirabbil'Aalamiin atas anugrah Allah SWT yang dilimpahkan-Nya dan salawat berserta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi teladan bagi umatnya, sehingga terukir senyuman yang bahagia atas kemenangan yang diraih dari perjalanan yang begitu panjang dan penuh suka duka. Dengan rasa suka citas serta terimakasih yang mendalam kupersembahkan kenangan terindah dengan keberhasilan ini kepada:

1. Kedua orang tuaku, Ayahku tercinta Edi Thamrin dan Ibuku tercinta Maryeni yang sangat berharga dalam hidupku, yang telah membesarkan, mendidik, dan selalu memberikan kasih sayangnya yang tidak mungkin bisa terbalaskan olehku serta selalu mengharapkan kesuksesanku dengan rela meneteskan keringat dan air mata lewat usaha dan do'a-do'a tulus agar cita-citaku tercapai. Semoga Allah selalu melindungi dan melimpahkan rahmat serta kasih sayang sebagaimana mereka menyayangiku.
2. Ketiga kakak-kakakku tercinta Yeta Silvia, Yendi Afrisela, Yedy Armadi dan Penyemangatku Yodi Fransiska yang telah mendo'akan, membantu, serta selalu menyemangatiku dalam keadaan apapun.
3. Seluruh tenaga Pendidik di Prodi, Jurusan dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu atas bimbingan selama penulis menimba ilmu.
4. Teman-teman seperjuanganku Anak-anak Kelas Ekis C, terutama Eni Sulistyو Ningsih, Meltesa Rapita, Melpi Novita Sari, Mei Sri Rahayu, Muthoharoh Putri Aliza, Nur Asma Illahi, Ria Susanti, Vina Aprilia

Wulandari, Yelli Triandasari, dan Yuni Swasti yang selalu membantu dan menemani perjuanganku hingga tahap ini

5. Teman-teman KKN Kelompok 122 Tahun 2018
6. Ucapan terimakasih untuk yang selalu memberi motivasi, dukungan dan do'a dalam meraih cita-cita dan menyelesaikan pendidikan strata satu ini
7. Agama, Bangsa, dan Almamater.

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir *GrabFood* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu**, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali dari arahan tim pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutka nama pengarangnya dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 23 September 2019 M
23 Muharram 1441 H

Mahasiswa yang menyatakan,



Yeti Octavia

NIM: 1516130155

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir *GrabFood* Terhadap Kepuasan Pelanggan
Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu
Oleh : Yeti Octavia NIM 1516130155

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana proses penggalan informasi diwujudkan dalam bentuk angka-angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang diketahui. Populasi penelitian ini adalah karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu sedangkan pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh yaitu konsumen yang berjumlah 33 orang, menurut kuncoro untuk studi korelasional diperlukan minimal 30 sampel untuk menguji ada tidaknya hubungan. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu, pada hasil Uji t diperoleh hasil dengan nilai signifikan sebesar 0,000, lebih kecil dari nilai sig 0,05 artinya hipotesis kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu diterima. Dan berdasarkan Uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,619 sama dengan 61,9%. Artinya kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebesar 61,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, GrabFood, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The Effect of GrabFood Courier Service Quality Towards Customer Satisfaction
in Basuki Rahmad Community Health Center employees in Bengkulu city
Oleh : Yeti OctaviaNIM 1516130155

This study aims to determine the effect of GrabFood courier service quality on customer satisfaction in Basuki Rahmad Public Health Center employees in Bengkulu City. This research is a quantitative study in which the process of extracting information is realized in the form of numbers as a tool to find information about what is known. The population of this research is the employees of Basuki Rahmad Public Health Center in Bengkulu City, while the sampling method uses saturated sampling, that is, there are 33 consumers, according to Kuncoro for correlational studies, a minimum of 30 samples is needed to test the relationship. The results of this study indicate the quality of GrabFood courier services has a significant effect on customer satisfaction at Basuki Rahmad Public Health Center employees in Bengkulu City, the t test results obtained with a significant value of 0,000, smaller than the sig value of 0.05 meaning the hypothesis of GrabFood courier service quality affects significantly to customer satisfaction at employees of Puskesmas Basuki Rahmad Bengkulu City received. And based on the coefficient of determination test obtained a value of 0.619 equal to 61.9%. This means that the quality of GrabFood courier services to influence customer satisfaction is 61.9%, the rest is influenced by other variables outside the regression model.

Keywords: Service Quality, GrabFood, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir *GrabFood* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu”. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi uswatunhasanah bagi kita semua. Amin.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terimakasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada :

1. Prof. Dr.H. SirajuddinM,M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di kampus hijau tercinta.
2. Dr.Asnaini, M.A, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu (IAIN) Bengkulu yang telah sabar dalam mendidik selama proses pembelajaran.
3. Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah memotivasi dan membagikan ilmunya.
4. Eka Sri Wahyuni, MM selaku Ketua Program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Andang Sunarto, Ph.D selaku pembimbing 1, yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Idwal B., MA Selaku Pembimbing 2, yang telah banyak membantu, mengoreksi, mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua yang selalu mendoakan kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Kepada pihak Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
10. Almamaterku IAIN Bengkulu.
11. Semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan. Oleh karenanya, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepan.

Bengkulu, 23 September 2019 M
23 Muharram 1441 H

Penulis

Yeti Octavia
NIM 1516130155

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Penelitian Terdahulu	10

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

A. KajianTeori.....	15
1. Kepuasan Pelanggan.....	15

a. Definisi Kepuasan pelanggan.....	15
b. Memberikan Nilai dan Kepuasan pelanggan	16
c. Faktor-faktor Penentu Kepuasan Pelanggan	17
d. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	19
2. Kualitas Pelayanan Jasa Kurir <i>GrabFood</i>	20
a. Pengertian Kualitas.....	20
b. Kualitas Pelayanan	22
c. Indikator Kualitas Pelayanan.....	23
d. Pengertian Jasa Kurir <i>GrabFood</i>	27
B. Kerangka Berfikir	28
C. Hipotesis Penelitian	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	32
C. Populasi dan Sample.....	33
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	34
1. Sumber Data	34
2. Teknik Pengumpulan Data	34
E. Definisi Operasional Variabel.....	35
F. Instrumen Penelitian	37
1. Angket Kuesioner	37
2. Dokumentasi.....	38
3. Kepustakaan atau Literatur	38
G. Teknik Analisis Data	38

1. Pengujian Kualitas Data	38
2. Pengujian Asumsi Dasar.....	40
3. Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
1. Sejarah Singkat PT. Grab Indonesia.....	44
2. Visi dan Misi PT. Grab Indonesia	46
3. Logo PT. Grab dan <i>GrabFood</i>	46
4. Sebagian restoran yang terdaftar di aplikasi <i>GrabFood</i>	47
B. Gambaran umum responden	48
1. Jenis kelamin	48
2. Usia responden	49
3. Rekapitulasi deskripsi responden	50
C. Hasil penelitian	50
1. Uji Kualitas Data	50
a. Uji Validitas	50
b. Uji Reliabilitas Data.....	51
2. Uji Asumsi Dasar	52
a. Uji Normalitas.....	52
b. Uji Homogenitas	54
3. Uji Hipotesis	54
a. Model Regresi	54
b. Uji t	55
c. Uji F	56
d. Koefisien Determinasi	57
D. Pembahasan	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan..... 61

B. Saran 62

DAFTAR PUSTAKA 63

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi operasional variabel	35
Tabel 3.2 Koefisien Determinasi.....	43
Tabel 4.1 Sebagian Restoran Yang Terdaftar Dalam <i>GrabFood</i>	47
Tabel 4.2 Rekapitulasi Deskripsi Responden	50
Tabel 4.3 Uji Validitas	51
Tabel 4.4 Uji Reabilitas Data	52
Tabel 4.5 Uji Homogenitas	54
Tabel 4.6 Model Regresi	55
Tabel 4.7 Uji t	55
Tabel 4.8 Uji F	56
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi.....	57

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	48
Gambar 4.2 Usia Responden.....	49
Grafik 4.3 Uji Noramalitas.....	52
Grafik 4.4 Uji Normalitas	53
Grafik 4.5 Uji Normalitas	53

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Belangko Judul
- Lampiran 2 : Check Plagiarism Judul
- Lampiran 3 : Bukti Menghadiri Seminar
- Lampiran 4 : Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 5 : Catatan Perbaikan Proposal
- Lampiran 6 : Perubahan Judul
- Lampiran 7 : Halaman Pengesahan Proposal
- Lampiran 8 : Surat Sk Pembimbing Skripsi
- Lampiran 9 : Angket / Kuesioner
- Lampiran 10 : Halaman Pengesahan Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 11 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 12 : Surat Izin Penelitian Dari Kesbangpol
- Lampiran 13 : Surat Izin Penelitian Dari Dinas Kesehatan
- Lampiran 14 : Surat Izin Selesai Penelitian
- Lampiran 15 : Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 16 : Lembar Dokumentasi Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi merupakan salah satu ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa. Istilah “ekonom” sendiri berasal dari bahasa Yunani, yaitu (*oikos*) yang berarti “keluarga, rumah tangga” dan (*nomos*) atau “peraturan, aturan, hukum”, dan secara garis besar diartikan sebagai “aturan rumah tangga” atau “manajemen rumah tangga”. Sementara yang dimaksud dengan ahli ekonomi atau ekonom adalah orang yang menggunakan konsep ekonomi dan data dalam bekerja.¹

Ekonomi Islam adalah suatu usaha sistematis untuk memahami masalah ekonomi dan perilaku manusia dalam hubungan kepada persoalan tersebut menurut perspektif ekonomi Islam. Dawan Raharjo melihat ekonomi Islam dalam tiga kemungkinan pemaknaan, pertama yang dimaksud ekonomi Islam adalah sistem. Sistem menyangkut pengaturan yaitu pengaturan kegiatan ekonomi dalam suatu masyarakat atau negara berdasarkan suatu cara atau metode tertentu. Sedangkan pilihan kedua adalah ekonomi Islam dalam pengertian umat Islam.²

¹Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonisa, 2002), h. 14

²Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebagai Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 9

Di zaman sekarang ini teknologi informasi dan perkembangan dunia Internet sudah maju dan berkembang pesat. dalam perekonomian suatu negara, teknologi informasi dirasakan memiliki peran yang sangat penting. Dengan kemajuan teknologi informasi akan meningkatkan kemampuan produktifitas dunia industri seperti industri kreatif yang berbasis teknologi informasi.³

Perkembangan dari teknologi informasi pada zaman sekarang yaitu adanya kemudahan bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen melalui aplikasi berbasis *online*, jasa /layanan merupakan setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan saatu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik, tetapi bisa juga tidak dikaitkan dengan produk fisik.⁴

Salah satu bentuk dari jasa itu adalah transportasi. Jasa transportasi di masa sekarang ini merupakan sarana yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat untuk mempermudah segala aktivitas yang dilakukan sehari-hari. Transportasi diciptakan dengan tujuan untuk mempermudah seseorang yang ingin berpergian.⁵

Saat ini muncul transportasi yang dapat diakses menggunakan aplikasi pada *smartphone* yang bisa disebut sebagai transportasi *online*. Salah satu perusahaan yang bisa disebut sebagai transportasi *online* yang kini berkembang

³Rizky Wijaya, “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan”, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), h.4

⁴Philip Kotler dan Kervin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Jilid 2 edisi ke 13*, (Jakarta, Erlangga, 2009), h. 65

⁵Andika Wijaya, *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*, (Jakarta Timur: Sinar Grafika, 2016), h. 3

pesat yaitu PT. Grab Indonesia. Grab hadir di Indonesia pada tahun 2014, Grab diawal kemunculannya memperkenalkan *GrabTaxi* sebagai alat transportasi yang dapat di akses masyarakat secara *online*. Dengan kebutuhan masyarakat yang semakin bertambah membuat Grab memperkenalkan trobosan-trobosan terbaru untuk mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, dengan mulai memperkenalkan *GrabCar*, *GrabBike*, *GrabExpress*, dan yang terakhir *GrabFood*.⁶

PT. Grab Indonesia pada awalnya hanya bisa di akses di beberapa daerah saja tetapi seiring berjalannya waktu Grab mulai menyebarkan aplikasinya hampir keseluruhan daerah di Indonesia. Grab sekarang muncul di 139 kota di Indonesia. Bengkulu adalah salah satu daerah yang sudah menggunakan aplikasi Grab, Di kota Bengkulu sendiri Grab hadir pertama kali pada tahun akhir tahun 2017, Namun dengan cepat berkembang dan menumbuhkan minat masyarakat bengkulu untuk menggunakan layanan berbasis aplikasi ini.

Beberapa fitur keamanan kunci dan identitas pengemudi (nama, plat, dan jenis motor di sertai foto diri) yang dapat segera diketahui saat pengguna melakukan pemesanan. *GrabTaxi* merupakan layanan yang membantu penumpang menemukan pengemudi taksi terdekat dan memiliki jaringan armada taksi terluas yang menawarkan pengalaman berkendara yang paling efisiensi dan aman dengan tarif sesuai argo tanpa argo tembak. *GrabCar* merupakan penyewaan kendaraan pribadi dengan supir yang menghadirkan kebebasan pilihan berkendara yang nyaman, aman juga gaya dalam perjalanan

⁶ *GrabTaxi, Aplikasi Pemesan Taksi Terpercaya*, dikutip dari <http://www.grab.com/id/>. pada hari Selasa, tanggal 25 Desember 2018, Pukul 21.30 WIB

dengan tarif pasti tanpa biaya pemesanan dan *GrabCar* juga menyediakan asuransi kecelakaan bagi maksimal 6 penumpang dalam 1 kendaraan. *GrabBike* merupakan layanan transportasi yang menggunakan kendaraan roda dua, serta memudahkan dalam melewati kemacetan dan dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen pada saat berkendara. *GrabExpress* adalah layanan kurir *express* berbasis aplikasi yang menjanjikan kecepatan, kepastian, dan yang paling utama adalah keamanan. *GrabFood* adalah layanan *food delivery* yang memberikan kemudahan dalam proses pengiriman makanan serta telah berkerjasama dengan berbagai restoran atau tempat makan di daerah konsumen yang terdaftar di layanan *GrabFood*.⁷

Layanan Grab belakangan ini semakin diminati, salah satunya yang paling diminati sekarang adalah *GrabFood*, Layanan yang seperti ini semakin diminati masyarakat karena masyarakat tidak perlu datang langsung ke tempat makan atau restoran yang diinginkan melainkan mereka hanya tinggal memesan makanan lewat aplikasi Grab dari *smartphone* mereka masing-masing.⁸

Layanan *GrabFood* merupakan salah satu aplikasi pemesanan makanan secara *online* yang terdapat di aplikasi Grab, serta menggunakan pengantaran yang mana barang yang dipesan nantinya akan diantarkan oleh kurir (orang bertugas mengantarkan barang) kepada pelanggan yang telah memesan. Dalam hal ini kualitas pelayanan yang diberikan kurir terhadap pelanggan akan

⁷ Dikutip dari, <http://www.grab.com/id/>, pada hari Selasa, tanggal 1 Januari 2019, Pukul 12.21 WIB.

⁸ Rizky Wijaya, "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan", (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), h. 8

menentukan tingkat kepuasan pelanggannya, dimana setelah pelanggan menerima pesanan para pelanggan akan memberi bintang kepada para kurir di dalam aplikasi yang berarti pendapat antara puas atau tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan kurir tersebut kepada pelanggan. Kualitas pelayanan itu sendiri menurut Tjiptono (2004) adalah tingkatan keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁹

Terdapat dua faktor utama yang berpengaruh kepada kualitas pelayanan yaitu harapan pelanggan (*expectation*) dan kinerja perusahaan yang dapat dirasakan oleh konsumen, layanan merupakan salah satu proses penting dalam meningkatkan *value* perusahaan bagi pelanggan sehingga banyak perusahaan menjadikan budaya layanan sebagai standar sikap seorang di dalam perusahaan.¹⁰

Kualitas pelayanan dikatakan baik dan memuaskan jika perusahaan dapat memberikan jasa melampaui harapan konsumen, jika jasa yang diberikan lebih rendah daripada harapan konsumen, maka kualitas pelayanan perusahaan dianggap buruk. Pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.¹¹

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja

⁹ Chriswardana Bayu Dewa, "Pengaruh Kualitas Dan Promosi Pejualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan Di Yogyakarta)", *Jurnal Ekonomi AMIK BSI Yogyakarta*, Nomor 1, Tahun 2018 (Maret 2018), Volume 16, h.2

¹⁰ Hermawan Kartajaya, *Service Operation*, (Jakarta: Esensi, 2009), h.2

¹¹ Chriswardana Bayu Dewa, "Pengaruh Kualitas Dan Promosi Pejualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan Di Yogyakarta)", *Jurnal Ekonomi AMIK BSI Yogyakarta*, Nomor 1, Tahun 2018 (Maret 2018), Volume 16, h.2

produk rill / aktual dengan kinerja produk yang di harapkan.¹² Kepuasan pelanggan dapat dirasakan pelanggan setelah pelanggan tersebut menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan barulah pelanggan akan dapat memberikan tanggapannya tentang produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan ataupun harapan pelanggan.¹³

Etika di dalam perdagangan Islam menjamin, baik pembeli maupun pedagang, masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan. Disamping itu didalam jual beli tidak dibolehkan adanya *gharar*. Menurut bahasa arti *gharar* sebagai al-akhida ‘penipuan’ suatu tindakan yang didalamnya diperkirakan tidak ada unsur kerelaan. Islam menganut prinsip kebebasan terikat, yaitu kebebasan berdasarkan keadilan, undang-undang agama dan etika.¹⁴

Dalam pendapat Yusuf Qardawi salah satu nilai jual beli adalah bersikap benar, amanah, dan jujur. Perilaku para pelaku usaha termasuk kedalam salah satu komponen tersebut. Islam juga mengajarkan nilai-nilai etik, moral, dan spiritual yang berfungsi sebagai prdoman hidup di segala bidang bagi para pemeluknya, tak terkecuali dibidang ekonomi. Maka dari itu para pelaku usaha yang menjalankan bisnis hendaknya menerapkan kejujuran dalam bisnisnya.¹⁵

¹² Etta Mamang Sangadji dan Sopiiah, *Perilaku Konsumen*, ed. I, (Yogyakarta, Andi, 2013), h. 180

¹³ Kadek Indri Novita Sari Putri, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Centre Denpasar”, *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Bali*, Tahun 2011, h.920

¹⁴ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), h. 46

¹⁵ Muh. Yunus, *Islam & Kewirausahaan Inovatif*, (Yogyakarta:UIN-Malang Pers, 2008), h.9

Perilaku jujur sangatlah penting dalam pelayanan serta bagi para pelaku usaha karena dengan sikap jujur tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, jika para wirausaha tersebut tidak dapat menegakkan kejujuran maka pelanggan akan kecewa dan lama kelamaan usaha tersebut akan gulung tikar dikarenakan para pelanggan tidak puas dan merasa dibohongi saat melakukan transaksi jual beli.

Melihat dari penjelasan diatas para pelaku usaha diharapkan dapat bersikap jujur dan menjauhkan *gharar* agar terciptanya kepuasan pelanggan. Namun pada kenyataannya masih banyak para pelaku usaha yang belum terlalu menerapkan prinsip kejujuran dan keadilan di dalam transaksi jual beli. Agar terciptanya kepuasan bagi pelanggan

Hasil dari survei yang telah dilakukan terhadap 8 pelanggan *GrabFood* di Kota Bengkulu, 3 dari 8 orang tersebut mengeluhkan bahwasanya di Kota Bengkulu ini mayoritas kurir dari *GrabFood* adalah muslim, akan tetapi masih ada saja diantara para kurir tersebut yang tidak jujur dalam pengantaran pesanan, misalnya dalam aplikasi *GrabFood* makanan yang di pesan di restoran itu tercantum harga Rp.10.000 per 1 porsi dengan biaya kurir sebesar Rp. 8000 total pesanan pelanggan adalah Rp.18.000 tetapi pada saat pesanan telah sampai namun kurir tersebut tidak memberikan nota hasil pembelian dan kurir tersebut menyatakan bahwa total pembelanjaan pelanggan menjadi Rp.20.000 dikarenakan perbedaan harga tersebut.¹⁶ Dalam Islam hal tersebut tidak dibenarkan karena ada unsur ketidak jelasan (*Gharar*) di dalamnya.

¹⁶ Wawancara terhadap pelanggan *GrabFood*, pada tanggal 21 Desember 2018

Karena itu para pelaku bisnis termasuk para kurir hendaknya berperilaku sesuai dengan ajaran agama islam dalam berbisnis.

Berdasarkan latar belakang mengenai kualitas pelayanan yang diberikan para kurir *GrabFood* terhadap pelanggannya, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir Grabfood Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu”***

B. Batasan Masalah

Dari masalah yang telah diuraikan pada latar belakang di atas mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Kurir *GrabFood* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu, maka perlu adanya batasan-batasan masalah yang jelas mengenai apa yang akan diselesaikan dalam penelitian ini. Agar penelitian tidak terlalu luas, penulis membatasi masalah yang akan diteliti yaitu hanya kurir yang beragama Islam saja yang masuk ke kategori untuk menjadi tolak ukur kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu.

C. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan kurir *GrabFood* terhadap kepuasan pelanggan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan berkaitan dengan adanya penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana dalam menerapkan pengetahuan yang didapat dengan keadaan sebenarnya dalam sebuah perusahaan. Kemudian dapat membuka wawasan bagi peneliti tentang penelitian yang bersifat ilmiah mengenai respon kepuasan pelanggan terhadap pelayanan kurir *GrabFood*. dan yang terakhir adalah sebagai syarat menempuh ujian Strata Satu (S1) pada IAIN Bengkulu.

2. Bagi Perusahaan.

Manfaat penelitian bagi pihak PT.Grab Indonesia diharapkan dapat menjadi masukan serta bahan pertimbangan dalam menerapkan dan meningkatkan kinerja karyawan dalam melayani konsumen dan dalam mempertahankan kepuasan pelanggannya.

3. Bagi Penelitian Yang Akan Datang

Sebagai informasi tambahan dan refresnsi bagi penelitian-penelitian selanjutnya dalam mengembangkan ilmu pengetahuan bidang ekonomi terutama yang berkaitan dengan Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian yang akan saya lakukan, saya belum menemukan penelitian terdahulu yang membahas tentang perilaku kurir *GrabFood* atau yang hampir mendekati penelitian saya, entah dikarenakan faktor kurang telitinya saya dalam mencari sumber atau memang belum ada yang membahas tentang permasalahan yang akan saya angkat atau karena faktor lainnya. maka dari itu saya memusatkan penelitian saya dengan acuan peneliti terdahulu yang hampir serupa, agar saya memiliki pedoman dalam penulisan ini.

Cita Hati , 2018, *Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Matahari Departemen Store* tujuan dalam penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui apakah ada pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Matahari Departemen Store Bengkulu. (2) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan PT. Matahari Departemen Store Bengkulu. Penelitian ini merupakan

penelitian kuantitatif dimana proses penggalian informasi diwujudkan dalam bentuk angka-angka sebagai alat untuk menentukan keterangan mengenai apa yang diketahui. Pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh yaitu konsumen yang berjumlah 30 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Matahari Departemen Store, pada $\alpha = 5\%$ atau CI = 95%, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Matahari Departemen Store adalah diterima.¹⁷

Adapun yang membedakan penelitian saya dengan penelitian Cita Hati adalah terletak di tujuan dari penelitian dan objek yang diteliti, tujuan dari penelitian saya adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan kurir *GrabFood* terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu dan objek penelitian saya bukanlah karyawan di PT. Matahari Departemen Store namun pelanggan dalam aplikasi Grab (orang yang mengantar suatu pesananan atau barang dengan lebih cepat). Persamaan penelitian saya dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cita Hati ialah menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kuantitatif dan pendekatan asosiatif sama-sama meneliti tentang tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan dari kinerja karyawan.

Shilvia L. Br. Silalahi, Putu W. Handayani, Qorib Munajat, dengan judul *Service Quality Analysis For Online Transportation Services: Case Study Of Go-Jek* dalam jurnal dalam Information System Internasional Conference 2017,

¹⁷Cita Hati, "Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Matahari Departemen Store", (IAIN Bengkulu. Skripsi Sarjana 2018)

h. 487-495. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan transportasi online yang berfokus pada aspek teknologi. Jumlah responden untuk penelitian ini adalah 1.670. Dari analisis ini memperlihatkan bahwa di sana ada 20 kriteria yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan transportasi *online*.¹⁸

Adapun yang membedakan penelitian saya dengan penelitian Shilvia L. Br. Silalahi, Putu W. Handayani, Qorib Munajat adalah tujuan dari penelitian saya adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang akan saya gunakan adalah kuantitatif. Persamaan penelitian saya dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shilvia L. Br. Silalahi, Putu W. Handayani, Qorib Munajat ialah sama-sama meneliti tentang pelayanan dalam transportasi *online*.

Sabariah dengan judul, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu* dalam jurnal ilmu administrasi neagara, Vol.3, No.4, h.1210-1221. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kekuatan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu. Dalam penelitian ini populasi yang diambil menggunakan metode sampling random (probability sampling). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Kualitas pelayanan PT. PLN (persero) Rayon sebesar 72,25% artinya kulaitas pelayanan PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda

¹⁸ L. Br. Silalahi, Putu W. Handayani, "Service Quality Analysis For Online Transportation Services: Case Study Of Go-Jek", *Procedia Computer Science*, Tahun 2017

memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga.¹⁹

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Sabariah terletak pada objek penelitian, objek penelitian penulis tentang pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir grabfood terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu. Sedangkan objek penelitian yang dilakukan oleh Sabariah adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu. Pengambilan populasi yang digunakan oleh peneliti adalah sampling jenuh. Sedangkan yang digunakan oleh Sabariah menggunakan metode sampling random.

Dari berbagai sumber yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian sebelumnya mengenai kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* belum banyak bahkan belum ditemukan. Perbedaan penelitian ini adalah dari objek penelitian serta kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* belum ada yang meneliti. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir Grabfood Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu”***. terdapat teori dalam penelitian ini yaitu pengertian kualitas pelayanan jasa, kepuasan pelanggan, Jadi, dari beberapa penelitian terdahulu adalah sebagai pedoman dan referensi untuk peneliti melakukan penelitian lebih lanjut.

¹⁹ Sabariah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada PT.PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu”, *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, Tahun 2015, Volume 3, Nomor 4

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

3. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk rill / aktual dengan kinerja produk yang di harapkan.²⁰ Kepuasan konsumen dapat diartikan pula sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.²¹

Menurut Kotler, kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli.²² Kepuasan pelanggan bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak akan terpuaskan. Jika kinerja sesuai dengan harapan, terpuaskan. Jika jika melebihi yang diharapkan, pembeli lebih senang. Perusahaan pemasaran terkemuka akan mencari cara sendiri untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya. Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli, dan

²⁰Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen...*, h. 180

²¹Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, cet.I, (Yogyakarta, Gava Media, 2014), h. 90

²²Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen...*, h. 181

mereka akan memberi tahu yang lain tentang pengalaman baik mereka dengan produk tersebut. Kuncinya adalah menyesuaikan harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan. Perusahaan yang pintar bermaksud untuk memuaskan pelanggan dengan menjanjikan dengan apa yang dapat mereka berikan, kemudian memberikan lebih banyak dari yang mereka janjikan.²³

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan *qana'ah*. Kepuasan dalam Islam (*qana'ah*) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahir maupun batiniyah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen muslim bersikap adil. Konsep kepuasan dalam islam berkaitan dengan keimanan dan rasa syukur.

“...mengenai hal ini, Muflih berpendapat bahwa kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu...”

1. Barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal
2. Dalam mengkonsumsi barang atau jasa tidak berlebih-lebihan
3. Tidak mengandung riba.²⁴

b. Memberikan Nilai dan Kepuasan Pelanggan

Michael Porter menciptakan rantai nilai sebagai alat untuk mengidentifikasi cara-cara untuk menciptakan nilai bagi pelanggan.

²³ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta, Erlangga, 2001)

²⁴ Fitria Solahika Salma, “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya”, *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga*, Nomor 4, Tahun 2015 (April 2015), Volume 16, h. 327

Setiap perusahaan melakukan kegiatan merancang produk, menghasilkan produk, memasarkan, dan mendukung produknya. Kegiatan-kegiatan tersebut diklasifikasikan menjadi kegiatan utama dan kegiatan pendukung. Kegiatan utama secara terperinci adalah membawa bahan mentah ke perusahaan (*inbound Logistics*), mengonversinya menjadi produk jadi (*operation*), mengirim produk jadi (*Outbound logistics*), memasarkan (*marketing , sales*), dan memberikan pelayanan (*services*). Kegiatan-kegiatan penunjang yang dilakukan perusahaan adalah mengadakan infrastruktur perusahaan, manajemen sumber daya manusia, pengembangan teknologi, pengadaan sarana/prasarana. Tugas utama perusahaan adalah memeriksa semua biaya yang dikeluarkan dan kinerja produk yang dihasilkan dalam setiap kegiatan penciptaan nilai dan mencari cara untuk memperbaikinya. Perusahaan harus memperkirakan biaya dan kinerja pesaing sebagai acuan perbandingan. Selama perusahaan bisa melakukan kegiatan (utama dan pendukung) yang lebih baik dari pesaing, perusahaan akan mendapatkan keunggulan kompetitif.²⁵

c. Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu:

²⁵Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen...*, h. 181

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Pelanggan rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan terutama di bidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mendapat pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk tersebut.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi harga yang relatif murah akan memberi nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.²⁶

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Pada kondisi persaingan sempurna, dimana pelanggan mampu untuk memilih di antara beberapa alternatif pelayanan dan memiliki informasi yang memadai, kepuasan pelanggan merupakan suatu determinan kunci dan tingkat permintaan pelayanan dan fungsi operasionalisasi pemasok. Namun bila hanya satu agen, baik pemerintah maupun sektor swasta, yang merupakan penyedia 15 tanggal pelayanan, maka pengguna kepuasan pelanggan untuk mengukur efektifitas dan efisiensi pelayanan sering tidak kelihatan.²⁷

Indikator kepuasan pelanggan dapat dilihat dari:

1. *Re-purchas*: membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan

²⁶ Sabariah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada PT.PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu", *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, Nomor 4, Tahun 2015, Volume 3, h.1214-1215

²⁷Suwardi. *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. (Semarang: Politeknik Negeri,2011), h.89

kembali kepada perusahaan untuk mencari barang/jasa.

2. Menciptakan *Word-of-mouth* dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
3. Menciptakan citra merek: pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama : membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

4. Kualitas Pelayanan Jasa Kurir *GrabFood*

a. Pengertian Kualitas

Kata kualitas memiliki arti yang berbeda bagi tiap orang, tergantung dari konteksnya. Perspektif umum terhadap kualitas meliputi :

1. *Pandangan transenden* mengenai kualitas bersinonim dengan keunggulan bawaan: tanda-tanda standar dan prestasi yang tinggi. Sudut pandang ini sering diterapkan pada seni pertunjukan dan visual. Pandangan ini berpendapat bahwa orang belajar untuk mengenali kualitas hanya melalui pengalaman yang diperoleh dari paparan berulang. Namun, dari sudut pandang praktis manajer atau pelanggan menilai kualitas dari suatu yang menurut mereka tidak terlalu membantu.
2. *Pendekatan berbasis manufaktur* didasarkan pada persediaan dan terutama sangat memerhatikan praktik-praktik teknik dan manufaktur. (dalam sektor jasa, kami mengatakan bahwa kualitas

dipicu oleh operasi.) pendekatan ini berfokus pada kesesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang sering kali dipicu oleh tujuan berproduktivitas dan pengurangan biaya.

3. *Definisi berbasis pengguna* dimulai dengan premis bahwa kualitas terletak di mata orang yang melihatnya. Definisi ini menyamakan kualitas dengan kepuasan maksimum. Perspektif yang subjektif dan berorientasi pada kebutuhan ini mengakui bahwa pelanggan yang berbeda memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda pula.
4. *Definisi berbasis nilai* mendefinisikan kualitas dalam hal nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan pertukaran antara kinerja (atau kesesuaian) dan harga, kualitas didefinisikan sebagai “keunggulan yang terjangkau.”²⁸

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang konvensional hingga yang strategis. Definisi yang konvensional biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk, seperti: *performance* (kinerja), *reability* (kehandalan), *esthetic* (estetika), dsb. Sedangkan dalam definisi strategis dinyatakan bahwa kualitas adalah sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan.²⁹

Menurut Lovelock and Warright kualitas pelayanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa

²⁸ Christopher Lovelock, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi Dan Strategi*, cet. II, (Jakarta, Erlangga, 2010), h. 153-154

²⁹ Sabariah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada PT.PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu”, *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, Nomor 4, Tahun 2015, Volume 3, H.1213

suatu perusahaan.³⁰ Sementara Tjiptono berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah tingkatan keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.³¹

b. Kualitas Pelayanan

Kasmir meyakini bahwa pelayanan yang baik adalah kemampuan seseorang dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang ditentukan. Konsep kualitas pelayanan dapat pula dipahami melalui “*customer behavior*” (perilaku konsumen) yaitu perilaku yang dimaikan oleh konsumen dalam mencari, membeli menggunakan dan mengevaluasi suatu produk pelayanan yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhannya.

Keputusan-keputusan konsumen untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi suatu barang atau jasa dipengaruhi berbagai faktor, antar lain persepsinya terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan adanya interaksi yang kuat antara kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan.³²

Dalam konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa

³⁰ Kadek Indri Novita Sari Putri, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Centre Denpasar”, *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Bali*, Tahun 2011, h.922

³¹ Chriswardana Bayu Dewa, “Pengaruh Kualitas Dan Promosi Pejualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan Di Yogyakarta)”, *Jurnal Ekonomi AMIK BSI Yogyakarta*, Nomor 1, Tahun 2018 (Maret 2018), Volume 16, h.2

³² Sabariah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada PT.PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu”, *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, Nomor 4, Tahun 2015, Volume 3, h. 1213

jangan memberikan yang bururk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 267:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا
لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ
إِلَّا أَن تَغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman! Infakanlah sebagian hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah Allah mahakaya, mahaterpuji" (Q.S Al-Baqarah: 267)³³

c. Indikator Kualitas Layanan

Valarie Zeithantml, Leonard Berry, dan A. Parasuraman telah melakukan penelitian intensif terhadap kualitas layanan dan mengidentifikasikan ke dalam 10 dimensi yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi jasa. Dalam penelitian berikutnya mereka menemukan tingkat korelasi yang tinggi antara beberapa variabel, dan akhirnya mengonsolidasikannya ke dalam 5 dimensi yang luas:³⁴

1. *Tangible*, atau bukti fisik merupakan dimensi yang menggambarkan segala sesuatu yang bersifat *tangible* dan memengaruhi kualitas

³³ Tim penerjemahan Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahan*. (Surakarta: Pustaka Al-Hanan, 2014), h. 45

³⁴ Chistoper Lovelock, *Pemasaran Jasa Manusia...*, h. 153-154

layanan kepada pelanggan seperti kerapihan tempat kerja, kelengkapan fasilitas bagi pelanggan dan penampilan fisik staf.³⁵

Al-Araf (7) : (26)

يَبْنِيْ ءَادَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورِي سَوَاءَ تَكُمُ وَرِيْشًا
وَلِبَاسُ التَّقْوَى ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ ءَايَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ
يَذَكَّرُونَ ﴿٢٦﴾

Artinya : “*Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa Itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat.*”³⁶

Ayat ini menyimpulkan bahwa penting memperhatikan sisi penampilan fisik para pekerja atau karyawan dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar’i yang telah Allah SWT firmankan.

2. *Reability*, atau keandalan merupakan dimensi yang menggambarkan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat kepada pelanggan.³⁷

Al-Ahzab (33) : (21)

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ جُورًا
يَرِ اللَّهُ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهُ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

³⁵ Hermawan Kartajaya, *Service Operation...*, h. 10

³⁶ Tim penerjemahan Al-Qur’an Departemen Agama RI, *Al-qur’an dan Terjemahan*. (Surakarta: Pustaka Al-Hanan, 2014), h. 153

³⁷ Hermawan Kartajaya, *Service Operation...*, h.9

Artinya : “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah.*”³⁸

Ayat ini menyimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan harus handal dan bertanggung jawab, sopan dan ramah. Bila ini dijalankan dengan baik maka konsumen merasa sangat dihargai. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan/ muamalah yaitu Rasulullah SAW.

3. *Responsiveness*, atau ketanggapan merupakan dimensi yang menggambarkan bentuk tindakan yang responsif dan tepat waktu kepada pelanggan.³⁹

Al-Insyirah (64) : (7)

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya : *Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.*⁴⁰

Ayat ini menyimpulkan bahwa harus profesional dalam melakukan ataupun menunaikan suatu pekerjaan.

4. *Assurance*, atau jaminan merupakan dimensi yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata

³⁸ Tim penerjemahan Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahan*. (Surakarta: Pustaka Al-Hanan, 2014), h. 420

³⁹ Hermawan Kartajaya, *Service Operation...*, h. 11

⁴⁰ Tim penerjemahan Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahan*. (Surakarta: Pustaka Al-Hanan, 2014), h. 596

pelanggan melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani.⁴¹

Asy-Syu'ara (26) : (181-182)

﴿ أَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾

﴿ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴾

Artinya: "Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan."

Artinya: "Dan timbanglah dengan timbangan yang benar."⁴²

Ayat ini menjelaskan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam ber muamalah.

5. *Empathy* merupakan dimensi yang menggambarkan perhatian perusahaan kepada pelanggannya.⁴³

An-Nahl (16) : (90)

⁴¹ Hermawan Kartajaya, *Service Operation...*, h. 10

⁴² Tim penerjemahan Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahan*. (Surakarta: Pustaka Al-Hanan, 2014), h. 374

⁴³ Hermawan Kartajaya, *Service Operation...*, h. 11

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.*”⁴⁴

Perhatian yang diberikan perusahaan kepada konsumen harus mengikuti aspek keimanan sesuai dengan apa yang telah disampaikan oleh Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain.

d. Pengertian Jasa Kurir *GrabFood*

Jasa / layanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik, tetapi bisa juga tidak dikaitkan. Jasa bersifat tak berwujud, tak terpisahkan, bervariasi, dan dapat musnah.

Setiap karakteristik mempunyai tantangan yang memerlukan strategi tertentu. Pemasar harus menemukan cara untuk memberikan wujud pada hal yang tak berwujud yaitu meningkatkan produktivitas penyedia jasa, meningkatkan dan menstandarisasikan kualitas jasa yang disediakan, dan menyesuaikan pasokan jasa dengan permintaan pasar.

⁴⁴ Tim penerjemahan Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahan*. (Surakarta: Pustaka Al-Hanan, 2014), h. 277

Harapan pelanggan memainkan peran penting dalam pengalaman dan penilaian jasa mereka. Perusahaan harus mengelola kualitas jasa dengan memahami dampak dari setiap pertemuan jasa.⁴⁵

Kurir *GrabFood* adalah orang yang telah terdaftar sebagai karyawan di PT.Grab yang bertugas mengantar pesanan yang telah di pesan oleh pelanggan melalui aplikasi Grab.

B. Kerangka Berfikir

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir *GrabFood* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu.

Menurut Lovelck *and* Waright kualitas pelayanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.⁴⁶ Sementara Tjiptono berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah tingkatan keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁴⁷

Jasa / layanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik, tetapi bisa juga tidak dikaitkan. Jasa bersifat tak berwujud, tak terpisahkan,

⁴⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, h. 65

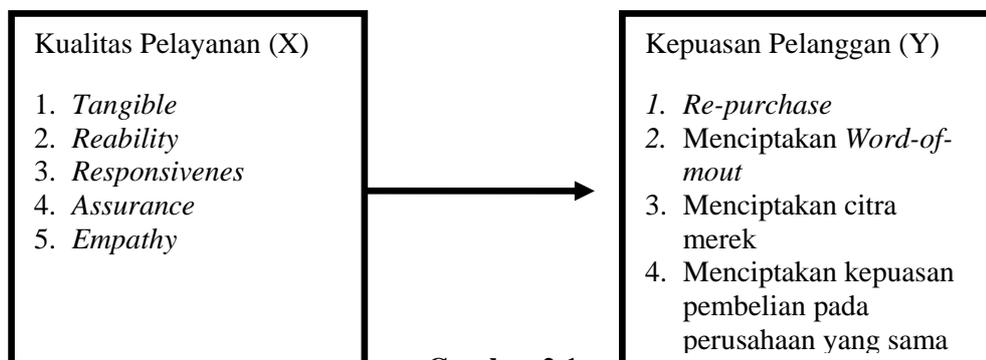
⁴⁶ Kadek Indri Novita Sari Putri, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Centre Denpasar", *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Bali*, Tahun 2011, h.922

⁴⁷ Chriswardana Bayu Dewa, "Pengaruh Kualitas Dan Promosi Pejualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan Di Yogyakarta)", *Jurnal Ekonomi AMIK BSI Yogyakarta*, Nomor 1, Tahun 2018 (Maret 2018), Volume 16, h.2

bervariasi, dan dapat musnah.⁴⁸ Kurir *GrabFood* adalah orang yang telah terdaftar sebagai karyawan di PT.Grab yang bertugas mengantar pesanan yang telah di pesan oleh pelanggan melalui aplikasi Grab.

Kepuasan atau ketidak puasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk rill / aktual dengan kinerja produk yang di harapkan.⁴⁹ Kepuasan konsumen dapat diartikan pula sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.⁵⁰

Berdasarkan uraian diatas diambil kesimpulan dalam pemilihan variabel terhadap pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu sangat berpengaruh. Dari uraian yang telah diungkapkan diatas, seperti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, maka kerangka berfikir yang digunakan dalam penelitian ini secara skematis dapat dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Hubungan Antara Variabel X dan Variabel Y

⁴⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, h. 65

⁴⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen...*, h. 180

⁵⁰ Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan...*, h. 90

Gambar di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu. Adapun keterangan kerangka berfikir pada gambar 2.1 diatas adalah sebagai berikut:

Keterangan :



: Menunjukkan variabel X dan Y, dimana variabel X Kualitas Pelayanan dan Y Kepuasan Pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu



: Menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel X Kualitas Pelayanan dan Y Kepuasan Pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu

C. Hipotesis Penelitian

Pengujian Hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan analisis statistik. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bab I, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian adalah:

Ho : Apabila kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* tidak berpengaruh dalam kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu, maka Ho ditolak.

Ha : Apabila kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* berpengaruh dalam kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu, maka Ha diterima.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis penelitian

jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *asosiatif kausal*. Penelitian *asosiatif kausal* adalah jenis penelitian yang bersifat menanyakan hubungan yang bersifat sebab akibat antara variabel yang mempengaruhi (*independent*) dan variabel yang dipengaruhi (*dependent*).⁵¹

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵²

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu

Waktu penelitian skripsi dilaksanakan selama 5 (lima) bulan atau sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Adapun waktu yang

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 36-37

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian....*, h.14

dibutuhkan peneliti dalam melakukan Penelitian ini adalah dari bulan Agustus 2019 sampai dengan september 2019.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu yang dimana yang menjadi objek penelitiannya adalah para karyawan yang berkerja di puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu yang pada umumnya memakai layanan jasa kurir *GrabFood* dalam pemesanan makan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *population* yang berarti jumlah penduduk. Populasi merupakan suatu kumpulan orang, benda, atau objek-objek lainnya yang merupakan fokus perhatian dari penelitian pada suatu waktu tertentu pada wilayah tertentu.⁵³ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu berjumlah 33 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁵⁴ Pemilihan sampel menggunakan *sampling jenuh* yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota digunakan sebagai sampel. Istilah lain *sampel jenuh* adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 80

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h.81

sampel.⁵⁵ Sampel dalam penelitian ini 33 orang pelanggan dari jumlah populasi yang ada.

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian.⁵⁶ Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner tentang pengaruh kualitas layanan jasa kurir *GrabFood* terhadap kepuasan pelanggan. Dengan bentuk data primer berupa data yang berkaitan dengan variabel penelitian.

b) Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sumber data dan penelitian yang diperoleh, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer. Sumber data diperoleh dari buku, jurnal, data, atau informasi tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h.85

⁵⁶ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana. 2013), h. 30

Teknik observasi ini digunakan untuk melakukan identifikasi masalah yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* terhadap keppuasan pelanggan pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu.

b. Kuesioner (Angket)

Pengajuan kuesioner ini dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan tertulis dalam suatu daftar pertanyaan kepada responden.

Dengan cara sebagai berikut:

1. Membagikan kuesioner.
2. Responden diminta mengisi kuesioner pada lembar jawaban yang telah disediakan.
3. Kemudian lembar kuesioner dikumpulkan, diseleksi, diolah, dan kemudian dianalisis.

E. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan adalah tingkatan keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja yang tepat waktu <i>Tangibles</i>, atau bukti fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa 2. <i>Reability</i>, atau keandalan

		<p>dan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.</p> <p>3. <i>Responsiveness</i>, atau ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas</p> <p>4. <i>Assurance</i>, atau jaminan dan kepastian merupakan pengetahuan kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.</p> <p>5. <i>Empathy</i> merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.</p>
Kepuasan Pelanggan (Y)	<p>Kepuasan konsumen dapat diartikan pula sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi</p>	<p>1. <i>Re-purchase</i>: membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan membeli kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa</p> <p>2. Menciptakan <i>word-of-mouth</i>: dalam hal ini, pelanggan akan</p>

		<p>mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain</p> <p>3. Menciptakan citra merek; pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing</p> <p>4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama: membeli produk yang sama</p>
--	--	---

F. Instrumen Penelitian

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan acara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁵⁷ Pertanyaan pada angket ini diajukan kepada karyawan puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu saat penelitian dilakukan. Pertanyaan yang ada, bersifat kuisisioner tertutup yaitu responden hanya dipersilahkan memilih dari beberapa jawaban yang sudah tersedia. Angket atau kuisisioner berfungsi untuk mendapatkan data tentang seberapa besar pengaruh kekuatan kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini akan diberikan nilai dengan bobot sebagai berikut:

- a) Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- b) Jawaban Setuju (S) diberi skor 4
- c) Jawaban Kurang Setuju (KS) diberi skor 3

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h.142

- d) Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e) Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu instrumen yang menggunakan dokumen sebagai sumber data-data. Peneliti menggunakan instrumen dokumentasi untuk memperoleh data tentang karyawan puskesmas basuki rahmad kota Bengkulu. Instrumen ini dilakukan untuk melengkapi data-data yang diperlukan, dengan mengali dokumen yang dimiliki tentang hal-hal yang ada hubungannya dengan penelitian. Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya baik, dalam artian cermat, lengkap dan sistematis sehingga mudah untuk diolah.⁵⁸

3. Kepustakaan atau Literatur

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang berkaitan dengan masalah yang dipecahkan. Studi yang dilakukan oleh penulis berupa landasan teori dan membandingkan hasil penelitian dengan teori, jurnal dan penelitian terdahulu.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan regresi linier sederhana. Dalam penelitian menggunakan program SPSS sebagai untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terkait, yaitu antara kualitas pelayanan jasa

⁵⁸Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian suatu Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta), h. 136-137

kurir *GrabFood* (X) dan kepuasan pelanggan (Y). Sebelum dilakukan analisis data dengan regresi linier sederhana, perlu terlebih dahulu dilakukan uji persyaratan dengan menggunakan program SPSS, yaitu:

1. Pengujian Kualitas Data

Sebelum melakukan analisis data dengan kuantitatif korelasi menggunakan teknik analisis uji regresi linier sederhana, maka harus beberapa uji prasyarat, yaitu:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebelum kuisioner disebarkan kepada objek penelitian untuk mengukur tingkat keakuratan sebuah instrument penelitian. Uji validitas adalah suatu alat ukur yang valid, mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya alat ukur yang kurang valid berarti memiliki tingkat validitas yang rendah. Tinggi rendahnya alat ukur menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.⁵⁹ Adapun metode yang digunakan pada uji validitas ini menggunakan uji validitas yaitu dengan korelasi *Bivariate Pearson* (korelasi produk momen pearson). Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika r hitung $>$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

⁵⁹Freddy Rangkuti, *The Power Of Brands...*, h. 77-79

b) Jika r hitung $<$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) atau r hitung negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data digunakan penyebaran kepada responden sudah dapat dipercaya. Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuisisioner adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dimana dikatakan reliabel jika Alpha Cronbach $>$ 0,50.⁶⁰

2. Pengujian Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk melihat dalam model regresi, variabel *dependen* dan *independen* memiliki distribusi normal atau tidak, uji normalitas dilakukan dengan cara menafsirkan grafik *ogive*, dapat dilakukan dengan ketentuan:

- a) Apabila grafik *ogive* lurus atau hampir lurus maka distribusi data ditafsirkan distribusi normal.
- b) Sedangkan kalau tidak lurus ditafsirkan data tidak berdistribusi normal.

⁶⁰ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, h. 57

b. Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas dimaksudkan untuk melihat apakah sama atau tidak kedua variansi tersebut. Untuk mengetahui apakah kedua variansi tersebut homogen, maka dilakukan uji *levene*. Yaitu uji *of homogeneity of variance*, untuk mengetahui homogenitas digunakan pedoman sebagai berikut:

- a) Signifikansi $\alpha = 0,05$.
- b) Jika $\text{sig} > \alpha$ maka variansi setiap sampel sama (homogen).
- c) Jika $\text{sig} < \alpha$ maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen).

3. Uji Hipotesis

a. Model Regresi Linear Sederhana

Untuk melihat apakah ada pengaruhnya terhadap apa yang akan diteliti penulis, maka penulis menggunakan metode regresi sederhana. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana pola variabel *dependent* (kriteria) dapat diprediksikan melalui variabel *independent* (*predictor*).⁶¹ Perhitungan statistik analisis regresi sederhana dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \mu_i$$

Keterangan:

Y = Kualitas pelayanan jasa kurir grabfood

⁶¹ Supardi, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Kosep Statistika Yang Lebih Komprehensif*, (Jakarta: Change Publication. 2013), h.229

X = Kepuasan pelanggan

β_0 = nilai konstanta

β_i = Koefisien Regresi

μ_i = variabel pengganggu

a. Uji-t

Teknik uji t ini digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika hasil penghitungan menunjukkan bahwa $sug < \alpha 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara parsial.⁶²

b. Uji-F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh pengujian. Uji F menunjukkan seberapa jauh pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan karyawan puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* terhadap kepuasan pelanggan. Dalam memberikan interpretasi secara sederhana terhadap

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h.382

angka indeks korelasi r pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (xy) pada umumnya digunakan sebagai berikut⁶³

Tabel 3.2
Koefisien Determinasi

Proporsi (Internal Koefisien)	Keterangan
0%-19,99%	Sangat Rendah
20%-30,99%	Rendah
40%-59,99%	Sedang
60%-79,99%	Kuat
80%-100%	Sangat Kuat

Sumber: Setiawan⁶⁴

⁶³ Suharsimi arikunto, *prosedur...*, h. 249

⁶⁴Setiawan dan Dewi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, (Yogyakarta: Andi, 2013), h.65.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah singkat PT.Grab Indonesia

Grab didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan yang merupakan warga negara Malaysia, mereka melihat adanya dampak negatif dari tidak efisiennya sistem transportasi yang ada pada saat itu. Mereka pun memiliki ide untuk membuat aplikasi pemesanan transportasi, khususnya taksi, yang kemudian menobatkan mereka sebagai finalis dalam kontes *Harvard Business School's 2011 Business Plan*.

Grab merupakan platform pemesanan terkemuka di Asia Tenggara. Grab bermula dari aplikasi pemesanan taksi pada tahun 2012, yang kemudian mengembangkan platform produknya dimana terdapat layanan pemesanan mobil sewaan (*GrabCar*), ojek (*GrabBike*), carpooling (*GrabHitch*), dan layanan pemesanan kurir (*GrabExpress*). Layanan Grab ditujukan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan, dan kepastian. Grab saat ini memberikan layanan di Singapura, Filipina, Malaysia, Thailand Dan Vietnam.

Grab sendiri telah hadir di Indonesia pada bulan Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi dan sejak saat itu telah memberikan beragam

pilihan transportasi seperti mobil, ojek, pengiriman makanan dan pengiriman paket

Di Indonesia sendiri Grab menyediakan layanan transportasi seperti *GrabTaxi*, *GrabBike*, *GrabCar*, serta layanan “nebeng” berupa *GrabHitch* motor atau mobil. Grab juga memeberikan layanan pengiriman berupa *GrabExpress*, *GrabParcel*, dan *GrabFood*.

GrabFood diluncurkan pertama kali pada tahun 2016 dan tersedia dalam aplikasi Grab dalam aplikasi Grab di bagian layanan pesan-antar. Para pelanggan dapat melihat berbagai pilihan menu makanan di restoran terdekat. Pada awalnya di Indonesia jumlah kota yang terjangkau layann *GrabFood* baru di 9 kota saja. Namun Manejer Direktur Grab Indonesia Ridzki Kamadibrata mengungkapkan kini *GrabFood* sudah di perluas ke 26 kota. *GrabFood* memiliki jumlah *merchant* lebih dari 30 ribu, yang memungkinkan para pelanggan memesan makanan dari restoran dalam jarak dari mulai yang terdekat dan para mitra pengemudi Grab akan mengantarkan pesanan makanan tersebut ke lokasi yang diinginkan pelanggan. Layanan pesan antar makanaan (*GrabFood*) tersebut hadir untuk memberi kemudahan bagi para pencinta kuliner yang sibuk dan ingin mencoba hidangan populer dari restoran ternama tanpa harus menembus kemacetan dan menunggu antrian.

Para pengguna tersebut dapat melihat rangkaian menu pengunggah selera dari restoran yang paling dekat dengan mereka melalui aplikasi Grab. Hidangan yang disajikan berasal dari restoran-restoran. Cukup pesan

makanan dan minuman yang terdftar dalam rangkaian menu *GrabFood* di aplikasi Grab, dan para kurir *GrabFood* yang terlatih akan segera menerima pesanan pelanggan, menanganinya dengan baik dan mengantarnya.⁶⁵

2. Visi dan Misi PT. Grab Indonesia

a. Visi PT. Grab Indonesia

Menjadi yang terdepan di Asia Tenggara

b. Misi PT. Grab Indonesia

- 1) Menjadi penyedia layanan paling aman di Asia Tenggara
- 2) Memberikan layanan yang mudah diakses oleh semua orang
- 3) Meningkatkan kehidupan para mitra, baik pengemudi maupun penumpang

3. Logo PT. Grab dan *GrabFood*

Berikut ini merupakan Logo PT. Grab dan *GrabFood* :

The logo for Grab, featuring the word "Grab" in a stylized, rounded, green font.

⁶⁵ Dikutip dari, <http://www.grab.com/id/>. pada hari Senin tanggal 6 Mei 2019, pukul 09.22 WIB.

4. Sebagian restoran di Kota Bengkulu yang terdaftar dalam *GrabFood*

Tabel 4.1

Sebagian restoran di Kota Bengkulu yang terdaftar dalam *GrabFood*

NO	Nama Restoran	Alamat
1	Mie Ayam Pangsit Siantar	Pagar Dewa
2	Bufet Minang	Pagar Dewa
3	Mcdonald's	Bengkulu
4	Labbaik Chicken & Pizza Mahakam	Gading Cempaka
5	Warung Nasi Ampera Padang	Sido Mulyo
6	Super Bubur Rashel	Pagar Dewa
7	Sarah's Cake And Cookies	Cempaka Permai
8	KFC	Bencoolen Mall
9	Albaik Chicken Mahakam	Lingkar Barat
10	Ayam Bakar Duano	Sido Mulyo
11	Ayam Geprek 159	Pagar Dewa
12	Bakso Manunggal Grup Mahakam	Gading Cempaka
13	Batagor Pasundan Maman	Padang Nangka
14	F & R Patisseries & Chocolaties	Jalan Gedang
15	Bebek Goreng Pak Selamat Bengkulu	Lingkar Barat
16	Mie Nerako	Pagar Dewa
17	Bakso Solo Baru 2	Timur Indah

18	Kedai Pesonk	Pagar Dewa
19	Palupi Cuinary	Kandang Mas
20	Bebek Sambal Pecut 'BSP'	Pagar Dewa

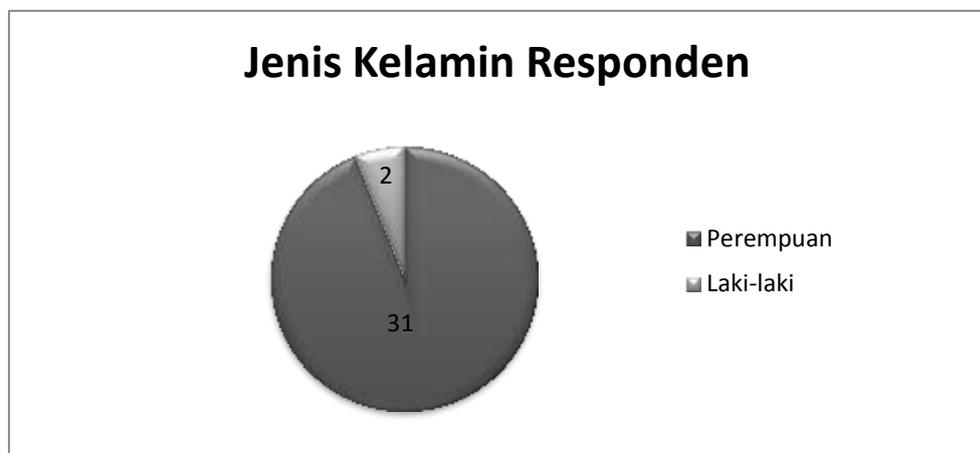
B. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilaksanakan di Puskesmas Basuki Rahmad yang Terletak di Kota Bengkulu, Mulai tanggal 10 Agustus sampai dengan 24 Agustus 2019. Objek penelitian ini yaitu pada pelanggan *GrabFood* yang berkerja sebagai karyawan di Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu yang berjumlah 33 pelanggan.

Untuk mendapatkan gambaran umum mengenai konsumen yang menjadi responden dalam penelitian, berikut dikelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin dan usia.

1. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden Pelanggan *GrabFood* di Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu:



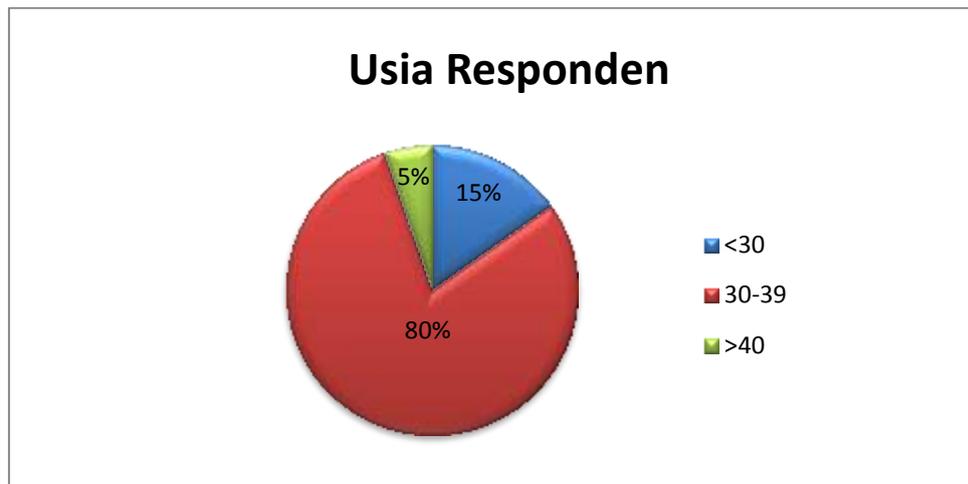
Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Gambar 4.1

Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat diketahui persentase responden pelanggan *GrabFood* di Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu berdasarkan kelompok gender, responden wanita sebanyak 31 responden dengan persentase sebesar 94 %, dan responden laki-laki sebanyak 2 responden dengan persentase 6 %. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden pria lebih sedikit dibandingkan dengan responden wanita sebesar 31 responden.

2. Usia Responden



Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Gambar 4.2

Usia Responden

Dari gambar 4.2 dapat dilihat bahwa responden pelanggan berusia < 30 tahun sebanyak 4 responden dengan persentase sebesar 5 %, berusia 30-39 tahun sebanyak 21 responden dengan persentase sebanyak 80 %, dan

berusia > 40 tahun sebanyak sebanyak 8 responden dengan persentase 15 %. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa yang menjadi responden sebanyak yaitu antara usia 30-39 tahun sebanyak 21 responden dengan persentase sebesar 80 % dan usia <30 tahun sebanyak 8 responden dengan persentase sebesar 15 %.

3. Rekapitulasi Deskripsi Responden

Tabel 4.2

Rekapitulasi Deskripsi Responden

No	Deskripsi Responden	Indikator	Responden	Persentase
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	2	6 %
		Perempuan	31	94 %
2.	Usia	< 30	4	5 %
		30-39	21	80 %
		>40	8	15 %

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

C. Hasil Penelitian

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas Data

Uji validitas angket dilakukan dengan menggunakan *Bivariate Pearson* (korelasi produk momen *pearson*) yaitu digunakan untuk mengukur data interval/rasiokorelasi. Penulis hanya akan menggunakan soal-soal yang terbukti valid dan hasil instrumen penelitian. Dengan hasil

perhitungan bila jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05), maka dikatakan valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ uji dua sisi dengan sig 0,05) atau r_{hitung} negatif, maka dikatakan tidak valid.

Tabel 4.3
Korelasi

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.787**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	33	33
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	33	33

Sumber : SPSS 16.0

Berdasarkan hasil yang telah dihitung, dapat disimpulkan bahwa r_{hitung} menghasilkan nilai sebesar 0,787 sedangkan r_{tabel} 0,344. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara kualitas pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

b. Uji Reabilitas Data

Metode yang digunakan uji coba reabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, Dimana dikatakan reliable jika *Alpha Cornbach* $> 0,50$ hasil uji coba reabilitas data dapat dilihat pada tabel :

Tabel 4.4
Uji Reabilitas Data

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.676	.881	2

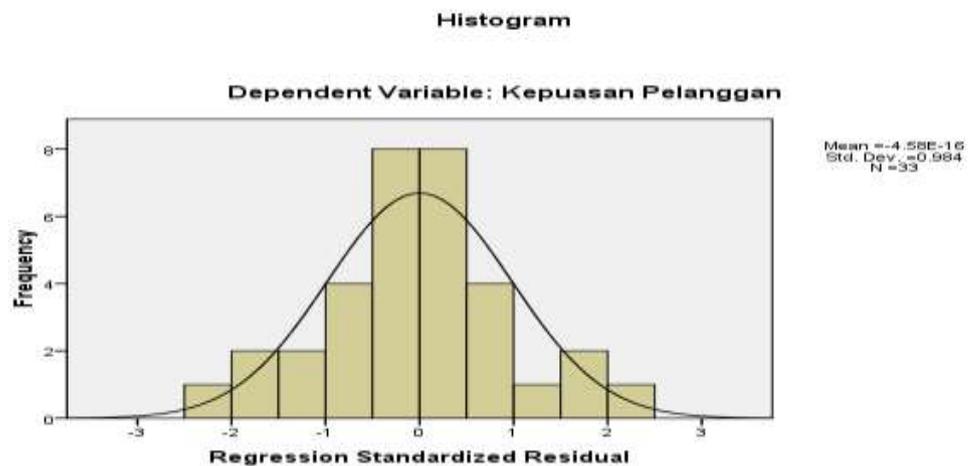
umber : SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *alpha cronbach* yang lebih dari 0,50 maka butir pernyataan tersebut dinyatakan *reallabel*.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas Data

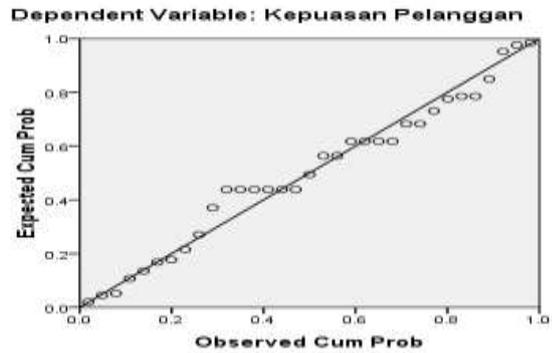
Pengujian normalitas data dilakukan untuk mengetahui data tiap variabel yang diperoleh tersebut berdistribusi normal atau tidak. Teknik yang digunakan adalah dengan melihat grafik *ogive*, dengan kriteria grafik lurus atau hampir lurus.



Grafik 4.3

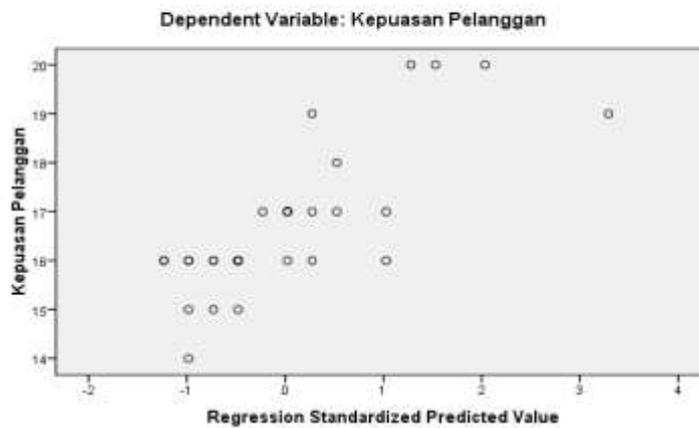
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Grafik 4.4
Uji Normalitas

Scatterplot



Grafik 4.5

Uji Normalitas

Berdasarkan grafik diatas, diperoleh bahwa grafik *ogive* lurus atau hampir lurus. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian

berdistribusi normal, artinya sampel yang diambil berdasarkan dari populasi yang sama.

b. Uji Homogenitas Data

Pengujian homogenitas menggunakan *Levene Test* dengan ketentuan Jika $\text{Sig} > \alpha$, maka vriansi setiap sampel sama (homogen). Hasil pengujian homogenitas data dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Uji Homogenitas Data

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.600	1	31	.117

Sumber : SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.4 di atas hasil uji homogenitas dengan menggunakan levене test dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikan (sig) dari seluruh variabel dalam penelitian lebih dari 0,05 hal ini berarti bahwa seluruh variabel bersifat homogen artinya sampel yang diambil dari populasi yang sama dianggap mewakili dari jumlah populasi yang ada.

3. Uji Hipotesis

a. Model Regresi

Penelitian ini menggunakan model regresi linier sderhana, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel

independen dengan satu variabel *dependen*. Hasil uji t *Test* dapat dilihat tabel berikut:

Tabel 4.5

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	-3.596	2.864
Kualitas Pelayanan	.290	.041

Model Regresi

Sumber : SPSS 16.0

Berdasarkan tabel koefisien regresi yang diperoleh dari analisis pada tabel 4.5, maka dapat diperoleh bahwa variabel tersebut memiliki koefisiensi arah positif, dengan perhitungan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = -3,596 + 0,290 + \mu_i$$

b. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* (kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood*) secara parsial terhadap variabel *dependen* (kepuasan pelanggan), denangan ketententuan apabila tingkat signifikan $< \alpha 0,05$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel *dependen*. :

Tabel 4.6
Uji t

Standardized Coefficients	t	Sig.
Beta		
	-1.256	.219
.787	7.098	.000

Sumber : SPSS 16.0

Berdasarkan hasil regresi yang terlihat pada tabel diatas, diketahui nilai t_{hitung} besar

$0,00 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu, diterima.

c. Uji F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama

Tabel 4.7
Uji F

e
m
p
u
n
y
a
i

pengaruh pengujian. Hasil uji F dapat dilihat berikut:

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	42.697	1	42.697	50.380	.000 ^a
Residual	26.273	31	.848		
Total	68.970	32			

14.7 diatas, terlihat bahwa nilai signifikan F = 0,00 (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$)

d. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi (R²), dilakukan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel kekuatan kualitas pelayanan dalam kepuasan pelanggan,. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.8

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 ^a	.619	.607	.921

Sumber : SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat diketahui R² (R Square) adalah 0,619 sama dengan 61,9% . Artinya pengaruh kualitas pelayanan kurir *GrabFood* terhadap kepuasan pelanggan Pada Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu berpengaruh tinggi.

D. Pembahasan

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu, hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh nilai probabilitas signifikan (sig) sebesar 0,00 lebih kecil dari α 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa hal yang menyatakan hipotesis kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* berpengaruh secara signifikan dalam menentukan kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu diterima. Dalam uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,619 sama dengan 61,9%. Artinya pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* terhadap kepuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu berpengaruh kuat.

Dari hasil yang ada menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* berpengaruh sebesar 61,9% dalam kepuasan pelanggan. Dalam mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tidak lepas dari bantuan 5 (lima) indikator kualitas layanan, dari 5 (lima) indikator yang paling kuat mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel *Tangible*

Tabel diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* untuk indikator *tangible* sebesar 0,173 atau sebesar 17,3%. Ini artinya untuk indikator *tangible* kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* tidak berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan, karena persentase yang didapat sangat rendah.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.408 ^a	.167	.140	.828

Tabel diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* untuk indikator *reability* sebesar 0,167 atau sebesar 16,7%. Ini artinya untuk indikator *reability* kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* tidak berpengaruh

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.416 ^a	.173	.147	1.281

Sumber : SPSS 16.0

besar terhadap kepuasan pelanggan, karena persentase yang didapat sangat rendah.

Tabel *Resvonsivenes*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.669	.659	1.051

Sumber : SPSS 16.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* untuk indikator *resvonsivenes* sebesar 0,669 atau sebesar 66,9%. Ini artinya

untuk indikator *resvonsivenes* kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* berpengaruh kuat terhadap kepuasan pelanggan, karena persentase yang didapat besar.

Tabel *Assurance*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.412 ^a	.169	.143	.838

Sumber : SPSS 16.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* untuk indikator *assurance* sebesar 0,169 atau sebesar 16,9%. Ini artinya untuk indikator *assurance* kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* tidak berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan, karena persentase yang didapat sangat rendah.

Tabel *Empathy*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.496 ^a	.246	.221	.614

Sumber : SPSS 16.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* untuk indikator *empathy* sebesar 0,246 atau sebesar 24,6%. Ini artinya untuk indikator *empathy* kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* tidak berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan, karena persentase yang didapat rendah.

Berdasarkan tabel yang ada dapat disimpulkan bahwa indikator yang paling berpengaruh dalam kepuasan pelanggan adalah *Resvonsivenes*, hal ini

didapat karena dalam nilai resvonsivenes terdapat nilai R2 sebesar 0,669 atau sebesar 66,9 %.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistic yang digunakan mengenai pengaruh kualitas pelayanan jasa kurir *GrabFood* terhadap keuasan pelanggan pada karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil yang diperoleh didapatkan bahwa kualitas pelayanan jasa kuri *GrabFood* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. hal ini ditunjukan oleh hasil uji t diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan uji f sebesar $0,00 < 0,05$, yang artinya hipotesis diterima.
2. Berasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,619 sama dengan 61,9%. Artinya dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebesar 61,9 %, yangh artinya dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan kualitas peyananan berpengaruh dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan PT. Grab Indonesia, berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas pelayananan jasa kurir *GrabFood* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada

karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu. Dari hasil data yang ada menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kurir *GrabFood* pada umumnya sudah baik, namun masih perlu ditingkatkan lagi pada beberapa hal seperti kurir *GrabFood* yang sigap melayani, dan kejujuran kurir. Agar pelanggan yang diberikan pelayanan jasa tersebut merasa puas.

2. Bagi kurir *GrabFood*, sebaiknya dengan kesadaran diri dan penuh inisiatif dapat berusaha untuk meningkatkan kinerja masing-masing sehingga pelanggan semakin puas menggunakan layanan *GrabFood*.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian terhadap faktor-faktor lain, tidak hanya pada faktor pelayanan jasa kurir *GrabFood* saja tapi juga bisa membahas tentang berbagai jenis pelayanan yang ditawarkan oleh aplikasi Grab ataupun PT. Grab Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta. 2010.
- Bayu Dewa, Chriswardana. “*Pengaruh Kualitas Dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada wisatawan di yogyakarta,*” *Jurnal Ekonomi AMIK BSI Yogyakarta*, 2018.
- Daryanto., Ismanto Setyabudi, *Konsumen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media. 2014.
- Dewi Endah Kusriani, Setiawan. *Ekonometrika*. Yogyakarta: Andi. 2013.
- Hati, Cita. “*Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Matahari Departemen Store.*” IAIN Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. 2018.
- Irianto, Agus. *Statistik Konsep Dasar Dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana. 2007.
- Kartajaya, Hermawan. *Service Operation*. Jakarta: Esensi. 2009.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2001.
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2009.
- L. Br. Silalalahi, Putu W. Handayani. “*Service Qualityanalysis For Online Transportation Service,*” *procedia computer ecience*. 2017.
- Lovelock, Christoper. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Dan Strategi*. Jakarta: Erlangga. 2010.
- Mamang Sangadji, Etta, Sopiah. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi. 2013.
- Novita Sari Putri, Kadek Indri., “*Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Care Denpasar,*” *Jurnal Ekonomi Universitas Udayana Bali*. 2011.
- Rengkuti, Fredy. *The Power Of Brands Teknik mengelola Brand dan strategi pengembangan merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2009.
- Sabariah. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu*”, *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*. 2015.

Siregar, Sofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss*. Jakarta: Kencana. 2012.

Solahika Salma., Fitria “Pengaruh *Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya*”, Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga. 2015.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2010.

Sunyoto, Danang. *Praktik Riset Perilaku Konsumen Teori, Kuesioner, Alat Dan Analisa Data*. Yogyakarta: Caps. 2014.

Supardi. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Konsep Statistika Yang Lebih Komprehensif*. Jakarta: Change Publication. 2013.

Suwardi. *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. Semarang: Politeknik Negeri. 2011.

Syakir Sula., Muhammad. *Asuransi Syariah*. Jakrta: Gema Insani. 2004.

Wijaya, Andika. *Aspek hukum bisnis transportasi jalan online*. jakarta timur: sinar grafika. 2016.

Wijaya, Riski. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.*” Jakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. 2018.

Yunus, Muh. *Islam & Kewirausahawan Inovatif*. Yogyakarta: UIN-Malang Press. 2008.