

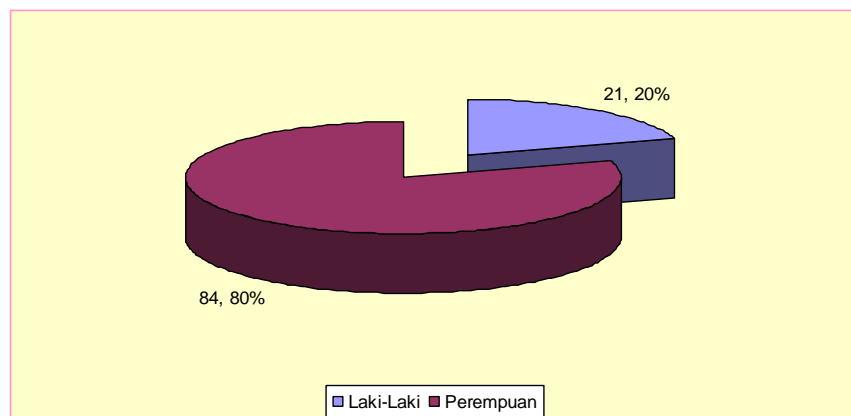
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang merupakan gambaran kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, usia dan jenis pekerjaan.

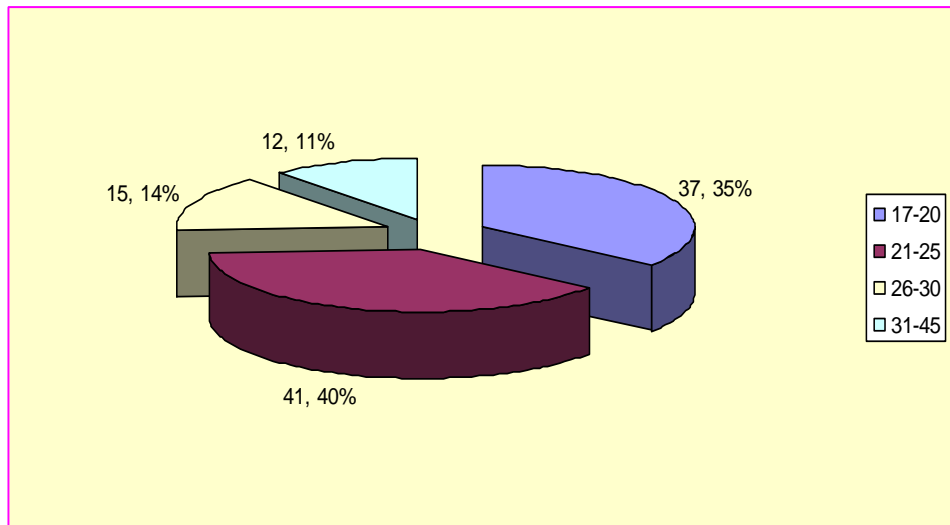
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden akan menggambarkan jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, dan *range* waktu order makanan pelanggan *Go-food* dengan sampel berjumlah 105 orang, untuk mengetahui data karakteristik responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:



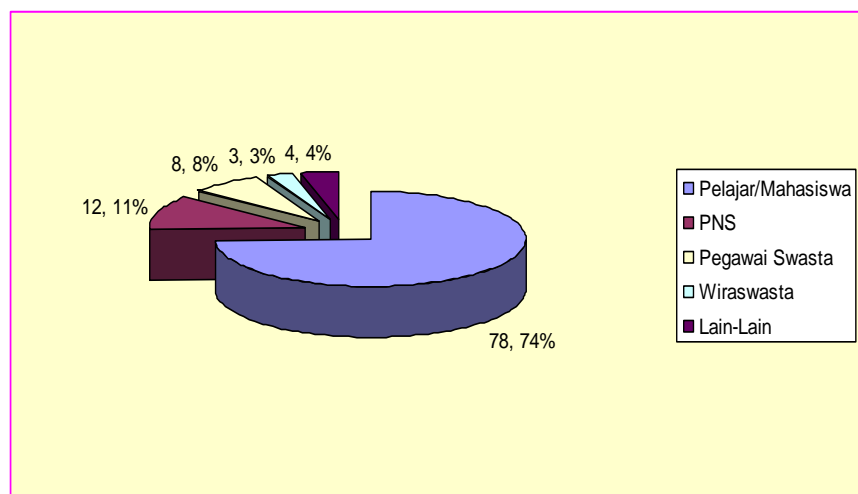
Gambar 4.1.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber: Data di Olah, Tahun 2020

Gambar 4.1 di atas dapat diketahui pelanggan *Go-food* Bandar Lampung yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 21 orang (20%), sedangkan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 84 orang (80%). Artinya aplikasi layanan *Go-food* Bandar Lampung yang disediakan oleh Gojek lebih banyak diminati oleh pelanggan berjenis kelamin perempuan.



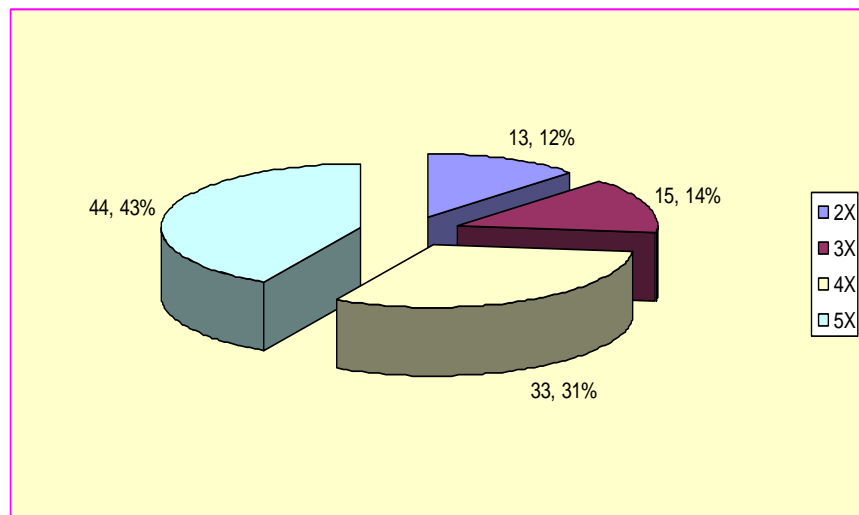
Gambar 4.2.
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Sumber: Data di Olah, Tahun 2020

Gambar 4.2 di atas dapat diketahui pelanggan *Go-food* Bandar Lampung yang berusia 17-20 tahun berjumlah 37 orang (35%), yang berusia 21-25 tahun berjumlah 41 orang (40%), yang berusia 26-30 tahun berjumlah 15 orang (14%), sedangkan yang berusia 31-45 tahun berjumlah 12 orang (11%), artinya usia sebagian besar pelanggan *Go-food* Bandar Lampung atau pangsa pasar *Go-food* adalah dominan berusia 21-25 tahun (kalangan milenial).



Gambar 4.3.
Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan
Sumber: Data di Olah, Tahun 2020

Gambar 4.3 di atas dapat diketahui pelanggan *Go-food* Bandar Lampung yang berstatus pelajar/ mahasiswa berjumlah 78 orang (74%), yang berstatus PNS berjumlah 12 orang (11%), yang berstatus pegawai swasta berjumlah 8 orang (8%), yang berstatus wiraswata berjumlah 3 orang (3%), sedangkan yang berstatus lain-lain (umum) berjumlah 4 orang (4%). Artinya status pekerjaan sebagian besar pelanggan *Go-food* Bandar Lampung atau pangsa pasar *Go-food* adalah dominan sebagai sebagai pelajar/mahasiswa.



Gambar 4.4.
Karakteristik Responden Berdasarkan Range Waktu Order Makanan
Sumber: Data di Olah, Tahun 2020

Gambar 4.4 di atas dapat diketahui pelanggan *Go-food* Bandar Lampung yang mengorder makanan *Go-food* seminggu 2X berjumlah 13 orang (12%), seminggu 3X berjumlah 15 orang (14%), seminggu 4X berjumlah 33 orang (31%), dan seminggu 5X berjumlah 44 orang (43%). Artinya *range* waktu order makanan sebagian besar pelanggan *Go-food* Bandar Lampung atau pangsa pasar *Go-food* adalah 5X dalam seminggu.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan tingkat kepentingan yang disebarkan kepada 105 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1.
Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen atas Pelayanan dan Produk Berdasarkan Kepentingan

No	Pernyataan	SP		P		CP		TP		STP	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kualitas Pelayanan											
1.	Kerapihan kemasan yang dibawa driver <i>Go-food</i> saat mengantar makanan	6	5,7	36	34,3	63	60,0	0	0	0	0
2	Pesanan yang diantar sesuai dengan yang ada di dideskripsi <i>Go-food</i>	6	5,7	42	40,0	57	54,3	0	0	0	0
3	Kemudahan menerima uang kembalian setelah menerima pesanan	16	15,2	42	40,0	47	44,8	0	0	0	0
4	Keakuratan driver <i>Go-food</i> dalam mengorder makanan	0	0	24	22,9	63	60,0	18	17,1	0	0
5	Pengetahuan driver <i>Go-food</i> terhadap lokasi <i>Go-food</i> di wilayah kota Bandar Lampung	0	0	14	13,3	76	72,4	15	14,3	0	0
6	Kemudahan dan kecepatan mengakses aplikasi <i>Go-food</i>	6	5,7	27	25,7	67	63,8	5	4,8	0	0
7	Kecepatan waktu driver <i>Go-food</i> mengantarkan makanan	84	80,0	16	15,2	0	0	5	4,8	0	0
8	Respon driver <i>Go-food</i> membalas chat pelanggan secara baik dan cepat	0	0	16	15,2	75	71,4	14	13,3	0	0

9	Tanggung jawab driver <i>gofood</i> tetap antar pesanan ke pelanggan jika terjadi gangguan pada gps	10	9,5	44	41,9	46	43,8	5	4,8	0	0
10	Pelanggan merasa aman dan nyaman saat memesan makanan dan minuman lewat fitur <i>Go-food</i>	0	0	14	13,3	64	61,0	27	25,7	0	0
11	Keramahan dan kesopanan driver <i>Go-food</i>	0	0	0	0	24	22,9	65	61,9	16	15,2
12	Kejujuran driver <i>Go-food</i> saat memberikan uang kembalian orderan	0	0	7	6,7	42	40,0	45	42,9	11	10,5
13	Kepekaan driver menerima keluhan maupun pengaduan terhadap kebutuhan informasi	0	0	5	4,8	63	60,0	37	35,2	0	0
Kualitas Produk											
1	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> yang dipesan higienis	6	5,7	36	34,3	63	60,0	0	0	0	0
2	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> tidak menggunakan bahan pengawet	4	3,8	33	31,4	68	64,8	0	0	0	0
3	Memiliki banyak variasi menu makanan dan minuman yang memanjakan pelanggan	0	0	0	0	16	15,2	89	84,8	0	0
4	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> menggugah selera untuk dipesan	0	0	0	0	28	26,7	61	58,1	16	15,2
5	Keawetan dan cita rasa makanan dan minuman <i>Go-food</i>	25	23,8	28	26,7	52	49,5	0	0	0	0
6	Kerapihan kemasan yang dipesan tidak dalam keadaan berantakan	8	7,6	34	32,4	63	60,0	0	0	0	0

7	Kemasan yang unik pada produk <i>Go-food</i>	4	3,8	6	5,7	36	34,3	45	42,9	14	13,3
8	Tampilan pada menu makanan dan minuman yang dipilih lengkap sesuai stok yang disediakan	5	4,8	33	31,4	67	63,8	0	0	0	0

Sumber: Data di Olah, Tahun 2020

Dari tabel 4.1 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 105 berkaitan dengan harapan responden terhadap *Go-food* pada Gojek Bandar Lampung, dapat diketahui bahwa pada kualitas pelayanan pernyataan 7 mengenai “Kecepatan waktu *driver Go-food* mengantarkan makanan” mendapat respon tertinggi dengan jawaban Sangat Penting yaitu sebanyak 84 orang atau 80,0%, sedangkan pernyataan 11 mengenai “Kejujuran *driver Go-food* saat memberikan uang kembalian orderan” mendapat respon terendah” dengan jawaban Sangat Tidak Penting yaitu sebanyak 11 orang atau 10,5%.

Lebih lanjut untuk kualitas produk pernyataan 5 mengenai “Keawetan dan cita rasa makanan dan minuman *Go-food*” mendapat respon tertinggi dengan jawaban Sangat Penting yaitu sebanyak 25 orang atau 23,8%, sedangkan pernyataan 7 mengenai “Kemasan yang unik pada produk *Go-food*” mendapat respon terendah dengan jawaban Sangat Tidak Penting yaitu sebanyak 14 orang atau 13,3%.

Tabel 4.2.
Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen atas Pelayanan dan Produk Berdasarkan Kinerja

No	Pernyataan	SP		P		CP		TP		STP	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kualitas Pelayanan											
1	Kerapihan kemasan yang dibawa <i>driver Go-food</i> saat mengantar	0	0	4	3,8	23	21,9	53	50,5	25	23,8

	makanan										
2	Pesanan yang diantar sesuai dengan yang ada di dideskripsi <i>Go-food</i>	9	8,6	17	16,2	79	75,2	0	0	0	0
3	Kemudahan menerima uang kembalian setelah menerima pesanan	0	0	0	0	30	28,6	69	65,7	6	5,7
4	Keakuratan driver <i>Go-food</i> dalam mengorder makanan	27	25,7	51	48,6	27	25,7	0	0	0	0
5	Pengetahuan driver <i>Go-food</i> terhadap lokasi <i>Go-food</i> di wilayah kota Bandar Lampung	0	0	1	1,0	36	34,3	68	64,8	0	0
6	Kemudahan dan kecepatan mengakses aplikasi <i>Go-food</i>	0	0	1	1,0	31	29,5	70	66,7	3	2,9
7	Kecepatan waktu driver <i>Go-food</i> mengantarkan makanan	0	0	0	0	0	0	69	65,7	36	34,3
8	Respon driver <i>Go-food</i> membalas chat pelanggan secara baik dan cepat	9	8,6	21	20,0	75	71,4	0	0	0	0
9	Tanggung jawab driver <i>gofood</i> tetap antar pesanan ke pelanggan jika terjadi gangguan pada gps	15	14,3	29	27,6	49	46,7	12	11,4	0	0
10	Pelanggan merasa aman dan nyaman saat memesan makanan dan minuman lewat fitur <i>Go-food</i>	0	0	4	3,8	27	25,7	51	48,6	23	21,9
11	Keramahan dan kesopanan driver <i>Go-food</i>	23	21,9	15	14,3	63	60,0	4	3,8	0	0
12	Kejujuran driver <i>Go-food</i> saat memberikan uang kembalian orderan	0	0	1	1,0	33	31,4	70	66,7	1	1,0
13	Kepekaan driver menerima keluhan maupun pengaduan terhadap kebutuhan informasi	0	0	11	10,5	32	30,5	62	59,0	0	0
Kualitas Produk											
14	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> yang dipesan higienis	0	0	6	5,7	11	10,5	68	64,8	20	19,0
15	Makanan dan minuman	24	22,9	52	49,5	29	27,6	0	0	0	0

	<i>Go-food</i> tidak menggunakan bahan pengawet										
3	Memiliki banyak variasi menu makanan dan minuman yang memanjakan pelanggan	5	4,8	38	36,2	62	59,0	0	0	0	0
4	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> menggugah selera untuk dipesan	10	9,5	36	34,3	59	56,2	0	0	0	0
5	Keawetan dan cita rasa makanan dan minuman <i>Go-food</i>	0	0	6	5,7	17	16,2	57	54,3	25	23,8
6	Kerapihan kemasan yang dipesan tidak dalam keadaan berantakan	0	0	0	0	30	28,6	73	69,5	2	1,9
7	Kemasan yang unik pada produk <i>Go-food</i>	6	5,7	46	43,8	44	41,9	9	8,6	0	0
8	Tampilan pada menu makanan dan minuman yang dipilih lengkap sesuai stok yang disediakan	0	0	6	5,7	19	18,1	62	59,0	18	17,1

Sumber: Data di Olah, Tahun 2020

Dari tabel 4.2 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 105 berkaitan dengan kinerja/kenyataan responden terhadap *Go-food* pada Gojek Bandar Lampung, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan Sangat Tidak Puas terhadap kualitas pelayanan *Go-food* dominan berada pada pernyataan nomor 7 yaitu "Kecepatan waktu *driver Go-food* mengantarkan makanan" yaitu sebanyak 36 orang atau 34,3%, sedangkan yang menyatakan Sangat Puas dengan kinerja/kenyataan *Go-food* pada Gojek Bandar Lampung yaitu pada pernyataan nomor 4 "Keakuratan *driver Go-food* dalam mengorder makanan" yaitu sebanyak 27 orang atau 25,7%.

Dapat diketahui juga bahwa responden yang menyatakan Sangat Tidak Puas terhadap kualitas produk *Go-food* dominan berada pada pernyataan nomor 5 yaitu "Keawetan dan cita rasa makanan dan minuman *Go-food*" yaitu sebanyak 25 orang atau 23,8%, sedangkan

yang menyatakan Sangat Puas dengan kualitas produk *Go-food* pada Gojek Bandar Lampung yaitu pada pernyataan nomor 2 "Makanan dan minuman *Go-food* tidak menggunakan bahan pengawet" yaitu sebanyak 24 orang atau 22,2%.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas

Alat ukur kuesioner sebelum digunakan untuk mengumpulkan data, perlu dilakukan *try out* (uji coba alat ukur) untuk mengetahui apakah alat ukur itu valid atau tidak dan reliabel atau tidak. Pelaksanaan uji validitas diuji cobakan terhadap 30 orang pelanggan *grab-food* Kota Bandar Lampung alasan peneliti mengambil 30 orang pelanggan *grab-food*, hal tersebut mengutip pendapat Hadi (2010) yang menyatakan uji validitas alat ukur hendaknya diuji cobakan paling sedikit terhadap 30 orang sampel. Selanjutnya kuesioner dikatakan reliabel jika nilai alpha yang di dapat $>0,60$. Adapun hasil uji validitas dapat dituangkan kedalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.
Hasil Uji Validitas Berdasarkan Kepentingan

Item Pernyataan	Koefisien r_{hit}	Koefisien r_{tab}	Status
Kualitas Pelayanan			
Item 1	0,547	0,295	Valid
Item 2	0,939	0,295	Valid
Item 3	0,649	0,295	Valid
Item 4	0,891	0,295	Valid
Item 5	0,853	0,295	Valid
Item 6	0,886	0,295	Valid
Item 7	0,956	0,295	Valid
Item 8	0,652	0,295	Valid
Item 9	0,866	0,295	Valid
Item 10	0,874	0,295	Valid
Item 11	0,352	0,295	Valid
Item 12	0,784	0,295	Valid
Item 13	0,459	0,295	Valid
Kualitas Produk			

Item 1	0,478	0,295	Valid
Item 2	0,612	0,295	Valid
Item 3	0,539	0,295	Valid
Item 4	0,524	0,295	Valid
Item 5	0,612	0,295	Valid
Item 6	0,646	0,295	Valid
Item 7	0,721	0,295	Valid
Item 8	0,774	0,295	Valid

Sumber: Data di Olah, Tahun 2020

Tabel 4.3 rangkuman uji validitas sebagaimana dijelaskan tabel di atas yang dilihat dari Koefisien r_{hit} jika di konsultasikan dengan r_{tab} dengan taraf signifikan 5% pada $n = 30 = 0,295$ (tabel R lampiran III halaman 91), ternyata r_{hit} lebih besar dari r_{tab} , dengan demikian semua item atau butir-butir pernyataan tentang kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan dan kualitas produk *Go-food* berdasarkan kepentingan dinyatakan valid, dan dapat digunakan sebagai alat ukur yang sah serta dapat menunjukkan gambaran tentang kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk *Go-food* berdasarkan kepentingan.

Tabel 4.4.
Hasil Uji Validitas Berdasarkan Kinerja

Item Pernyataan	Koefisien r_{hit}	Koefisien r_{tab}	Status
Kualitas Pelayanan			
Item 1	0,615	0,295	Valid
Item 2	0,948	0,295	Valid
Item 3	0,675	0,295	Valid
Item 4	0,868	0,295	Valid
Item 5	0,909	0,295	Valid
Item 6	0,955	0,295	Valid
Item 7	0,974	0,295	Valid
Item 8	0,673	0,295	Valid
Item 9	0,834	0,295	Valid
Item 10	0,862	0,295	Valid
Item 11	0,919	0,295	Valid
Item 12	0,820	0,295	Valid
Item 13	0,390	0,295	Valid

Kualitas Produk			
Item 1	0,498	0,295	Valid
Item 2	0,644	0,295	Valid
Item 3	0,558	0,295	Valid
Item 4	0,523	0,295	Valid
Item 5	0,534	0,295	Valid
Item 6	0,609	0,295	Valid
Item 7	0,698	0,295	Valid
Item 8	0,709	0,295	Valid

Sumber: Data di Olah, Tahun 2020

Tabel 4.4 rangkuman uji validitas sebagaimana dijelaskan tabel di atas yang dilihat dari Koefisien r_{hit} jika di konsultasikan dengan r_{tab} dengan taraf signifikan 5% pada $n = 30 = 0,295$ (tabel R lampiran III halaman 91), ternyata r_{hit} lebih besar dari r_{tab} , dengan demikian semua item atau butir-butir pernyataan tentang kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan dan kualitas produk *Go-food* berdasarkan kinerja dinyatakan valid, dan dapat digunakan sebagai alat ukur yang sah serta dapat menunjukkan gambaran tentang kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan dan kualitas produk *Go-food* berdasarkan kinerja.

**Tabel 4.5.
Hasil Uji Reliabilitas**

Kepuasan	Nilai Alpha	Standar Uji Reliabilitas	Status
Kualitas Pelayanan			
Kualitas pelayanan berdasarkan kepentingan	0,946	0,60	Reliabel
Kualitas pelayanan berdasarkan kinerja	0,963	0,60	Reliabel
Kualitas Produk			
Kualitas produk berdasarkan kepentingan	0,854	0,60	Reliabel
Kualitas produk berdasarkan kinerja	0,842	0,60	Reliabel

Sumber: Data di Olah, Tahun 2020

Tabel 4.5 hasil uji reliabilitas di atas di dapat nilai alpha butir-butir pernyataan tentang kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan dan kualitas produk *Go-food* berdasarkan kepentingan serta kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan dan kualitas produk *Go-food* berdasarkan kinerja, kesimpulannya kuesioner yang di gunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena nilai alpha nya $> 0,60$ ini berarti bahwa alat ukur yang di gunakan dalam penelitian ini sudah memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisiten dalam mengukur gejala yang sama.

4.3 Hasil Analisa Data

4.3.1 Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Indeks (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat atribut dan perangkat pelayanan penyediaan kebutuhan secara menyeluruh dengan pendekatan tingkat kepentingan dari atribut yang diukur Metode pengukuran CSI.

1. Analisis *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction* (MSS).

Mean Importance Score (MIS) adalah rata-rata skor pentingnya suatu atribut yang berasal dari dari rata-rata harapan tiap konsumen, sedangkan *Mean Satisfaction Score* (MSS) adalah rata-rata kenyataan suatu atribut yang berasal dari rata-rata kinerja perusahaan yang dirasakan oleh konsumen. Rata-rata hasil keseluruhan nilai harapan dan kinerja tiap variabel dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6.
Rekapitulasi Nilai MIS

No	Indikator	Jumlah Skor Jawaban Responden					Total	Rata-Rata
		SP (5)	P (4)	CP (3)	TP (1)	STP (1)		
Kualitas Pelayanan								
1	H1	6	36	63	0	0	363	3.46
2	H2	6	42	57	0	0	369	3.51
3	H3	16	42	47	0	0	389	3.70
4	H4	0	24	63	18	0	321	3.06
5	H5	0	14	76	15	0	314	2.99
6	H6	6	27	67	5	0	349	3.32
7	H7	84	16	0	5	0	494	4.70
8	H8	0	16	75	14	0	317	3.02
9	H9	10	44	46	5	0	374	3.56
10	H10	0	14	64	27	0	302	2.88
11	H11	0	0	24	65	16	218	2.08
12	H12	0	7	42	45	11	255	2.43
13	H13	0	5	63	37	0	283	2.70
Kualitas Produk								
1	H1	6	36	63	0	0	363	3.46
2	H2	4	33	68	0	0	356	3.39
3	H3	0	0	16	89	0	226	2.15
4	H4	0	0	28	61	16	222	2.11
5	H5	25	28	52	0	0	393	3.74
6	H6	8	34	63	0	0	365	3.48
7	H7	4	6	36	45	14	256	2.44
8	H8	5	33	67	0	0	358	3.41

Sumber: Data di Olah, Tahun 2020

Tabel 4.6 *hasil* analisis dari 105 pelanggan *Go-food* dapat diketahui nilai tertinggi atribut kepentingan (harapan) pada kualitas layanan terletak pada indikator daya tanggap (*responsiveness*) atribut nomor 7 yaitu “Kecepatan waktu *driver Go-food* mengantarkan makanan” dengan total jawaban sebesar 494 dan rata-rata sebesar 4,70, artinya harapan tertinggi yang diinginkan pelanggan *Go-food* dalam kualitas pelayanan adalah *driver Go-food* cepat dalam mengantarkan makanan yang telah di order oleh konsumen.

Dapat diketahui nilai tertinggi atribut kepentingan (harapan) pada kualitas produk terletak pada indikator tingkat ketahanan (*Durability*) atribut nomor 5 yaitu “Keawetan dan cita rasa makanan dan minuman *Go-food*” dengan total jawaban sebesar 393 dan rata-rata sebesar 3,74, artinya harapan tertinggi yang diinginkan pelanggan *Go-food* dalam kualitas produk adalah makanan yang disorder awet, tidak mudah basi dan memiliki cita rasa yang nikmat dan lezat.

Tabel 4.7.
Rekapitulasi Nilai MSS

No	Indikator	Jumlah Skor Jawaban Responden					Total	Rata-Rata
		SP (5)	P (4)	CP (3)	TP (1)	STP (1)		
Kualitas Pelayanan								
1	K1	0	4	23	53	25	216	2.06
2	K2	9	17	79	0	0	350	3.33
3	K3	0	0	30	69	6	234	2.23
4	K4	27	51	27	0	0	420	4.00
5	K5	0	1	36	68	0	248	2.36
6	K6	0	1	31	70	3	240	2.29
7	K7	0	0	0	69	36	174	1.66
8	K8	9	21	75	0	0	354	3.37
9	K9	15	29	49	12	0	362	3.45
10	K10	0	4	27	51	23	222	2.11
11	K11	23	15	63	4	0	372	3.54
12	K12	0	1	33	70	1	244	2.32
13	K13	0	11	32	62	0	264	2.51
Kualitas Produk								
1	K1	0	6	11	68	20	213	2.03
2	K2	24	52	29	0	0	415	3.95
3	K3	5	38	62	0	0	363	3.46
4	K4	10	36	59	0	0	371	3.53
5	K5	0	6	17	57	25	214	2.04
6	K6	0	0	30	73	2	238	2.27
7	K7	6	46	44	9	0	364	3.47
8	K8	0	6	19	62	18	223	2.12

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 4. hasil analisis dari 105 pelanggan *Go-food* dapat diketahui nilai terendah atribut kinerja (kenyataan) pada kualitas layanan terutama pada indikator daya tanggap (*responsiveness*) jatuh pada atribut nomor 7 yaitu “Kecepatan waktu driver *Go-food* mengantarkan makanan” dengan total jawaban sebesar 174 dan rata-rata sebesar 1,66, artinya kinerja *Go-food* dari sisi kualitas pelayanan yaitu kecepatan driver dalam mengantarkan makanan tidak memenuhi harapan pelanggan atau di bawah harapan pelanggan, hal ini yang pada akhirnya berdampak pada ketidakpuasan pelanggan terutama dalam kecepatan *driver Go-food* mengantar makanan saat di order.

Dapat diketahui nilai terendah atribut kinerja (kenyataan) pada kualitas produk terutama pada indikator kinerja (*Performance*) dan indikator tingkat ketahanan (*Durability*) atribut nomor 1 yaitu ”Makanan dan minuman *Go-food* yang dipesan higienis” dengan total jawaban sebesar 213 dan rata-rata sebesar 2,03 serta atribut nomor 5 yaitu” Keawetan dan cita rasa makanan dan minuman *Go-food*” dengan total jawaban sebesar 214 dan rata-rata sebesar 2,04, artinya kinerja *Go-food* dari sisi kualitas produk yaitu kehygienisan, keawetan dan cita rasa makanan dan minuman *Go-food* tidak memenuhi harapan pelanggan atau di bawah harapan pelanggan, hal ini yang pada akhirnya berdampak pada ketidakpuasan pelanggan terutama dalam sisi kualitas produk yaitu kehygienisan, keawetan dan cita rasa makanan dan minuman *Go-food*

2. Analisis Weighting Factor (WF)

Langkah selanjutnya adalah membuat *Weight Factors* (WF) atau Faktor tertimbang. Bobot ini merupakan persentase nilai *MIS* per-atribut terhadap total *MIS* seluruh atribut, dengan hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.8.
Rekapitulasi Nilai WF

No	Nilai MIS	Nilai WF (%)
Kualitas Pelayanan		
1	3.46	5.27
2	3.51	5.36
3	3.70	5.65
4	3.06	4.66
5	2.99	4.56
6	3.32	5.07
7	4.70	7.17
8	3.02	4.60
9	3.56	5.43
10	2.88	4.39
11	2.08	3.17
12	2.43	3.70
13	2.70	4.11
Kualitas Produk		
1	3.46	5.27
2	3.39	5.17
3	2.15	3.28
4	2.11	3.22
5	3.74	5.71
6	3.48	5.30
7	2.44	3.72
8	3.41	5.20

Sumber: Data diolah, 2020

3. Analisis Weight Score (WS)

Membuat *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan atau *Mean Satisfaction Score* (MSS), dengan hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.9.
Rekapitulasi Nilai WS

No	Nilai WF	Nilai MSS	Nilai WS
Kualitas Pelayanan			
1	5.27	2.06	10.84
2	5.36	3.33	17.86
3	5.65	2.23	12.59

4	4.66	4.00	18.64
5	4.56	2.36	10.77
6	5.07	2.29	11.58
7	7.17	1.66	11.89
8	4.60	3.37	15.52
9	5.43	3.45	18.72
10	4.39	2.11	9.27
11	3.17	3.54	11.21
12	3.70	2.32	8.60
13	4.11	2.51	10.33
Kualitas Produk			
1	5.27	2.03	10.69
2	5.17	3.95	20.43
3	3.28	3.46	11.34
4	3.22	3.53	11.39
5	5.71	2.04	11.63
6	5.30	2.27	12.01
7	3.72	3.47	12.89
8	5.20	2.12	11.04

Sumber: Data diolah, 2020

4. Analisa Customer Satisfaction Index

Customer Satisfaction Index diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut–atribut produk atau jasa, sebagai berikut:

Tabel 4.10.
Rekapitulasi Nilai CSI

No	Nilai WS	Nilai CSI (%)	Kriteria
Kualitas Pelayanan			
1	10.84	33,57	Tidak Puas
2	17.86		
3	12.59		
4	18.64		
5	10.77		
6	11.58		
7	11.89		
8	15.52		
9	18.72		
10	9.27		
11	11.21		

12	8.60		
13	10.33		
Total WT	167,83		
Kualitas Produk			
1	10.69	20,29	Tidak Puas
2	20.43		
3	11.34		
4	11.39		
5	11.63		
6	12.01		
7	12.89		
8	11.04		
Total WT	101,43		

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 4.10 penilaian *Customer Satisfction Index* di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai CSI kualitas pelayanan adalah sebesar **33,57%**, jika merujuk kepada tabel kriteria nilai *Customer Satisfction Index* maka hasil perhitungan tersebut berada di antara range 0-34,99 dalam kategori tidak puas. Artinya secara keseluruhan pelanggan *Go-food* yang dijadikan responden dalam penelitian ini menyatakan tidak puas atas kualitas pelayanan *Go-food* pada Gojek di Bandar Lampung.

Dapat diketahui juga bahwa hasil perhitungan nilai CSI kualitas produk adalah sebesar **20,29%**, jika merujuk kepada tabel kriteria nilai *Customer Satisfction Index* maka hasil perhitungan tersebut berada di antara range 0-34,99 dalam kategori tidak puas. Artinya secara keseluruhan pelanggan *Go-food* yang dijadikan responden dalam penelitian ini menyatakan tidak puas atas kualitas produk *Go-food* pada Gojek di Bandar Lampung.

4.3.2 Importance dan Performance (IPA) Analisis Customer Satisfaction

Index (CSI)

Metode analisis *importance dan performance* dilakukan melalui pengukuran tingkat kesesuaian, yang merupakan perbandingan skor kinerja dari pihak pelabuhan agar menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dengan skor tingkat kepentingan pelanggan terhadap pelayanan produk atau jasa yang diberikan pihak Gojek. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas Analisis kepuasan pelanggan *Go-food* di Bandar Lampung.

1. Tingkat Kesesuaian

Setelah dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian, untuk skor pengambilan keputusan, diambil dari rata-rata tingkat kesesuaian itu sendiri. Dimana skor pengambilan keputusan dikategorikan dengan ketentuan sebagai berikut: interpretasi dari tingkat kesesuaian diantara 95% -100%, maka dikatakan sangat baik. Tingkat kesesuaian 85%- 94%, maka dikatakan baik. Tingkat kesesuaian antara 70% - 84%, maka dikatakan cukup baik dan tingkat kesesuaian dibawah 70% dikatakan tidak baik.

Tabel 4.11.
Rekapitulasi TKI

No	Pernyataan	Kinerja (X)	Kepentingan (Y)	Nilai TKI	Keterangan
Kualitas Pelayanan					
1	Kerapihan kemasan yang dibawa driver <i>Go-food</i> saat mengantar makanan	2.06	3.46	59.50	Tidak Baik
2	Pesanan yang diantar sesuai dengan yang ada di dideskripsi <i>Go-food</i>	3.33	3.51	94.85	Sangat Baik
3	Kemudahan menerima uang	2.23	3.70	60.15	Tidak Baik

	kembalian setelah menerima pesanan				
4	Keakuratan driver <i>Go-food</i> dalam mengorder makanan	4.00	3.06	130.84	Sangat Baik
5	Pengetahuan driver <i>Go-food</i> terhadap lokasi <i>Go-food</i> di wilayah kota Bandar Lampung	2.36	2.99	78.98	Cukup Baik
6	Kemudahan dan kecepatan mengakses aplikasi <i>Go-food</i>	2.29	3.32	68.77	Tidak Baik
7	Kecepatan waktu driver <i>Go-food</i> mengantarkan makanan	1.66	4.70	35.22	Tidak Baik
8	Respon driver <i>Go-food</i> membalas chat pelanggan secara baik dan cepat	3.37	3.02	111.67	Sangat Baik
9	Tanggung jawab driver <i>gofood</i> tetap antar pesanan ke pelanggan jika terjadi gangguan pada gps	3.45	3.56	96.79	Sangat Baik
10	Pelanggan merasa aman dan nyaman saat memesan makanan dan minuman lewat fitur <i>Go-food</i>	2.11	2.88	73.51	Cukup Baik
11	Keramahan dan kesopanan driver <i>Go-food</i>	3.54	2.08	170.64	Sangat Baik
12	Kejujuran driver <i>Go-food</i> saat memberikan uang kembalian orderan	2.32	2.43	95.69	Sangat Baik
13	Kepekaan driver menerima keluhan maupun pengaduan terhadap kebutuhan	2.51	2.70	93.29	Baik

	informasi				
Kualitas Produk					
1	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> yang dipesan higienis	2.03	3.46	58.68	Tidak Baik
2	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> tidak menggunakan bahan pengawet	3.95	3.39	116.57	Sangat Baik
3	Memiliki banyak variasi menu makanan dan minuman yang memanjakan pelanggan	3.46	2.15	160.62	Sangat Baik
4	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> menggugah selera untuk dipesan	3.53	2.11	167.12	Sangat Baik
5	Keawetan dan cita rasa makanan dan minuman <i>Go-food</i>	2.04	3.74	54.45	Tidak Baik
6	Kerapihan kemasan yang dipesan tidak dalam keadaan berantakan	2.27	3.48	65.21	Tidak Baik
7	Kemasan yang unik pada produk <i>Go-food</i>	3.47	2.44	142.19	Sangat Baik
8	Tampilan pada menu makanan dan minuman yang dipilih lengkap sesuai stok yang sediakan	2.12	3.41	62.29	Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 4.11 di atas memberikan gambaran bahwa atribut yang perlu mendapat perbaikan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12.
Atribut yang Perlu Perbaikan

Atribut	Pernyataan	Nilai TKI	Keterangan
Kualitas Pelayanan			
1	Kerapihan kemasan yang dibawa driver <i>Go-food</i> saat mengantar makanan	59.50	Tidak Baik
3	Kemudahan menerima uang kembalian setelah menerima pesanan	60.15	Tidak Baik
5	Pengetahuan driver <i>Go-food</i> terhadap lokasi <i>Go-food</i> di wilayah kota Bandar Lampung	78.98	Cukup Baik
6	Kemudahan dan kecepatan mengakses aplikasi <i>Go-food</i>	68.77	Tidak Baik
7	Kecepatan waktu driver <i>Go-food</i> mengantarkan makanan	35.22	Tidak Baik
10	Pelanggan merasa aman dan nyaman saat memesan makanan dan minuman lewat fitur <i>Go-food</i>	73.51	Cukup Baik
Kualitas Produk			
1	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> yang dipesan higienis	58.68	Tidak Baik
5	Keawetan dan cita rasa makanan dan minuman <i>Go-food</i>	54.45	Tidak Baik
6	Kerapihan kemasan yang dipesan tidak dalam keadaan berantakan	65.21	Tidak Baik
8	Tampilan pada menu makanan dan minuman yang dipilih lengkap sesuai stok yang sediakan	62.29	Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2020

Atribut yang perlu dipertahankan berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13.
Atribut yang Perlu Dipertahankan

Atribut	Pernyataan	Nilai TKI	Keterangan
Kualitas Pelayanan			
2	Pesanan yang diantar sesuai dengan yang ada di dideskripsi <i>Go-food</i>	94.85	Sangat Baik
4	Keakuratan driver <i>Go-food</i> dalam mengorder makanan	130.84	Sangat Baik
8	Respon driver <i>Go-food</i> membalas chat pelanggan secara baik dan cepat	111.67	Sangat Baik
9	Tanggung jawab driver <i>gofood</i> tetap antar pesanan ke pelanggan jika terjadi gangguan pada gps	96.79	Sangat Baik
11	Keramahan dan kesopanan driver <i>Go-food</i>	170.64	Sangat Baik
12	Kejujuran driver <i>Go-food</i> saat memberikan uang kembalian orderan	95.69	Sangat Baik
13	Kepekaan driver menerima keluhan maupun pengaduan terhadap kebutuhan informasi	93.29	Baik
Kualitas Produk			
2	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> tidak menggunakan bahan pengawet	116.57	Sangat Baik

3	Memiliki banyak variasi menu makanan dan minuman yang memanjakan pelanggan	160.62	Sangat Baik
4	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> menggugah selera untuk dipesan	167.12	Sangat Baik
7	Kemasan yang unik pada produk <i>Go-food</i>	142.19	Sangat Baik

Sumber: Data diolah, 2020

2. Tingkat Kepuasan Perusahaan dan Kepentingan Perusahaan

Mengukur tingkat kepuasan perusahaan atas kinerja karyawan dan tingkat kepentingan perusahaan atas variabel-variabel kepuasan konsumen untuk menjabarkan pada diagram kartesius, tingkat kinerja dilambangkan dengan huruf x, sedangkan tingkat kepentingan pelanggan dilambangkan dengan huruf y.

Tabel 4.14.
Kepuasan Perusahaan dan Kepentingan Perusahaan

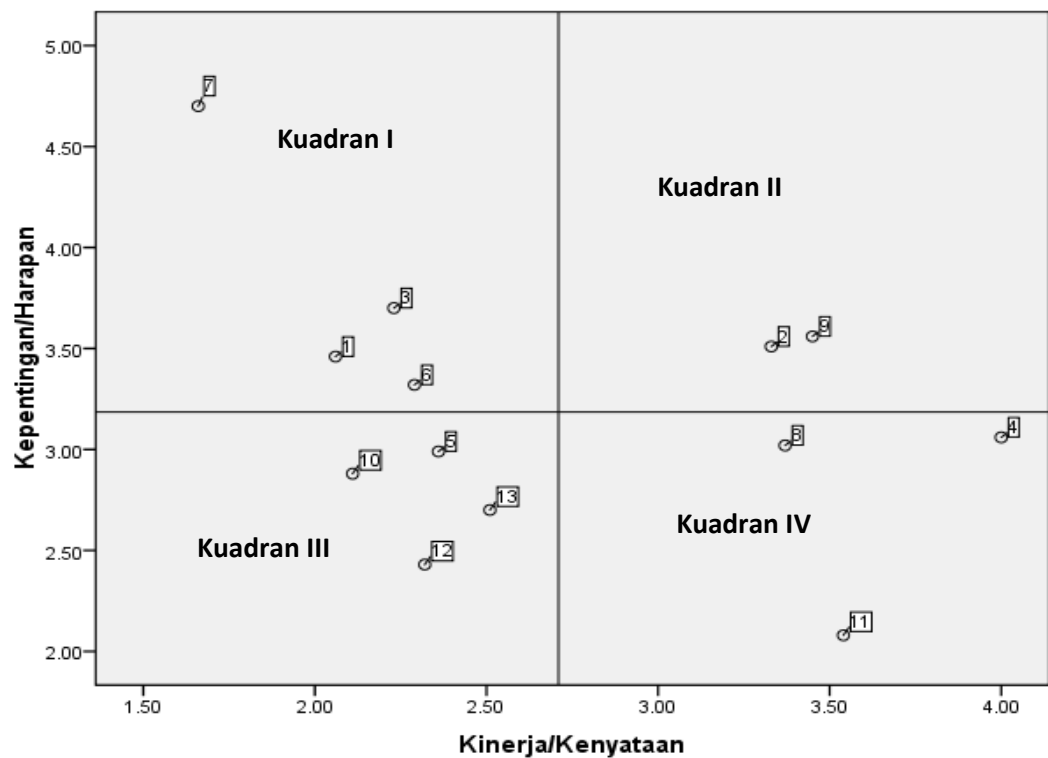
Tingkat Kepuasan Perusahaan Atas Karyawan	Tingkat Kepentingan Perusahaan Atas Variabel Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	
0.10	0.16
0.16	0.17
0.11	0.18
0.19	0.15
0.11	0.14
0.11	0.16
0.08	0.22
0.16	0.14
0.16	0.17
0.10	0.14
0.17	0.10
0.11	0.12
0.12	0.13
Kualitas Produk	

0.10	0.16
0.19	0.16
0.16	0.10
0.17	0.10
0.10	0.18
0.11	0.17
0.17	0.12
0.10	0.16

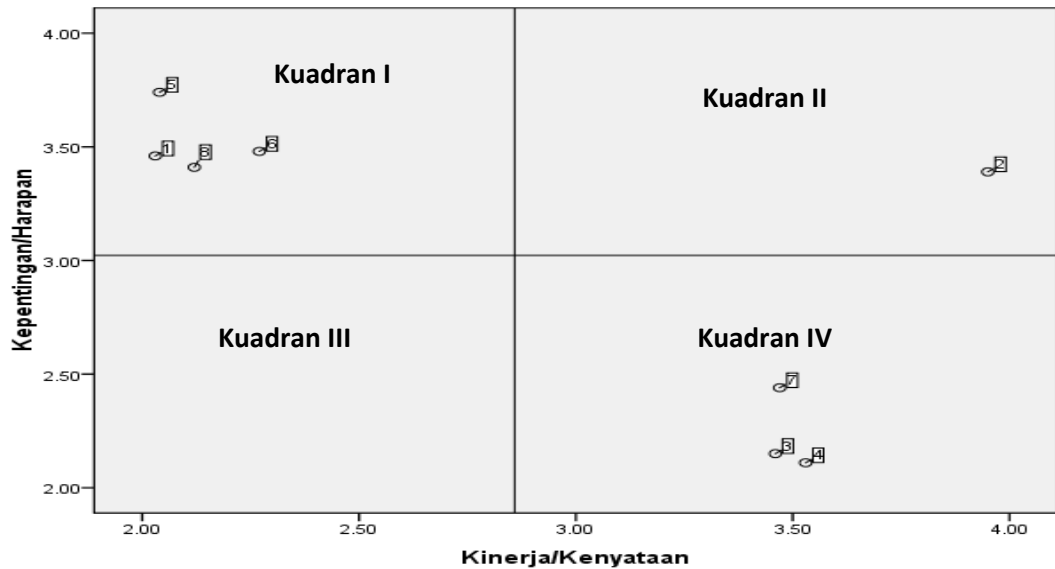
Sumber: Data diolah, 2020

3. Diagram Kartesius

Langkah selanjutnya adalah membagi diagram kartesius menjadi 4 bagian dengan cara menghitung rata-rata dari skala tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan untuk mengetahui posisi responden, maka digunakan diagram kartesius. Adapun hasil pembagian setiap atribut pada setiap kuadran ditampilkan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 4.5.
Diagram Kuadran Kartesius Kualitas Pelayanan
 Sumber: Data diolah, 2020



Gambar 4.6.
Diagram Kuadran Kartesius Kualitas Produk
 Sumber: Data diolah, 2020

Keterangan

Kuadran I:

Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun pihak pengelola belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan sehingga pelanggan tidak puas. Atribut yang masuk dalam kuadran ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.15.
Hasil Perhitungan Diagram Kartesius pada Kuadran I

Atribut	Pernyataan
Kualitas Pelayanan	
1	Kerapihan kemasan yang dibawa driver <i>Go-food</i> saat mengantarkan makanan
3	Kemudahan menerima uang kembalian setelah

	menerima pesanan
6	Kemudahan dan kecepatan mengakses aplikasi <i>Go-food</i>
7	Kecepatan waktu driver <i>Go-food</i> mengantarkan makanan
Kualitas Produk	
1	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> yang dipesan higienis
5	Keawetan dan cita rasa makanan dan minuman <i>Go-food</i>
6	Kerapihan kemasan yang dipesan tidak dalam keadaan berantakan
8	Tampilan pada menu makanan dan minuman yang dipilih lengkap sesuai stok yang disediakan

Sumber: Data diolah, 2020

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan diagram kartesius didapat hasil atribut-atribut yang perlu untuk dilakukan perbaikan, dimana atribut tersebut dinilai tidak memuaskan para pelanggan *Go-food* Kota Bandar Lampung. Adapun atribut yang harus diperbaiki pada kuadran I untuk kualitas pelayanan adalah atribut nomor 1,3,6 dan 7 sedangkan untuk kualitas produk adalah atribut nomor 1,5,6, dan 8.

Kuadran II

Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Atribut yang masuk dalam kategori pertahankan prestasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.16.
Hasil Perhitungan Diagram Kartesius pada Kuadran II

Atribut	Pernyataan
Kualitas Pelayanan	
2	Pesanan yang diantar sesuai dengan yang ada di dideskripsi <i>Go-food</i>
9	Tanggung jawab driver <i>gofood</i> tetap antar pesanan ke pelanggan jika terjadi gangguan

	pada gps
Kualitas Produk	
2	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> tidak menggunakan bahan pengawet

Sumber: Data diolah, 2020

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan diagram kartesius didapat hasil atribut-atribut yang perlu dipertahanan oleh pihak perusahaan dimana atribut tersebut dinilai sudah memuaskan para pelanggan *Go-food* Kota Bandar Lampung. Adapun atribut yang harus dipertahankan pada kuadran II untuk kualitas pelayanan adalah atribut nomor 2 dan 9 sedangkan untuk kualitas produk adalah atribut nomor 2.

Kuadran III

Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi **pelanggan**, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Atribut yang masuk dalam kategori Kuadran III dalam penelitian ini dapat dijelaskan kedalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.17.
Hasil Perhitungan Diagram Kartesius pada Kuadran III

Atribut	Pernyataan
Kualitas Pelayanan	
5	Pengetahuan driver <i>Go-food</i> terhadap lokasi <i>Go-food</i> di wilayah kota Bandar Lampung
10	Pelanggan merasa aman dan nyaman saat memesan makanan dan minuman lewat fitur <i>Go-food</i>
12	Kejujuran driver <i>Go-food</i> saat memberikan uang kembalian orderan
13	Kepekaan driver menerima keluhan maupun pengaduan terhadap kebutuhan informasi
Kualitas Produk	
0	Tidak Ada

Sumber: Data diolah, 2020

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan diagram kartesius didapat hasil atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pengguna jasa pelayanan namun *Go-food* Kota Bandar Lampung memberikan pelayanan yang baik untuk kualitas pelayanan adalah atribut nomor 5,10, 12 dan 13, sedangkan untuk kualitas produk tiak ada (0).

Kuadran IV

Atribut yang ada pada kuadran IV adalah atribut yang tidak dianggap penting bagi pelanggan, namun pihak perusahaan memberikan pelayanan yang berlebihan sehingga atribut ini dianggap berlebihan. Atribut yang masuk dalam kuadran ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.18.
Hasil Perhitungan Diagram Kartesius pada Kuadran IV

Atribut	Pernyataan
Kualitas Pelayanan	
4	Keakuratan driver <i>Go-food</i> dalam mengorder makanan
8	Respon driver <i>Go-food</i> membalas chat pelanggan secara baik dan cepat
11	Keramahan dan kesopanan driver <i>Go-food</i>
Kualitas Produk	
3	Memiliki banyak variasi menu makanan dan minuman yang memanjakan pelanggan
4	Makanan dan minuman <i>Go-food</i> menggugah selera untuk dipesan
7	Kemasan yang unik pada produk <i>Go-food</i>

Sumber: Data diolah, 2020

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan diagram kartesius didapat hasil atribut-atribut yang dianggap kurang penting namun pihak *Go-food* Kota Bandar Lampung memberikan pelayanan yang berlebihan untuk kualitas pelayanan adalah atribut nomor 4,8, dan

11, sedangkan untuk kualitas produk adalah atribut nomor 3,4 dan 7.

4.4 Pembahasan

Nilai kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan dengan model *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada jasa *Go-food* di Kota Bandar Lampung adalah sebesar **33,57%**, jika merujuk kepada tabel kriteria nilai *Customer Satisfaction Index* maka hasil perhitungan tersebut berada di antara range 0-34,99 dalam kategori tidak puas. Artinya secara keseluruhan pelanggan *Go-food* yang dijadikan responden dalam penelitian ini menyatakan tidak puas atas kualitas pelayanan *Go-food* pada Gojek di Bandar Lampung. Dapat diketahui juga bahwa hasil perhitungan nilai CSI kualitas produk adalah sebesar **20,29%**, jika merujuk kepada tabel kriteria nilai *Customer Satisfaction Index* maka hasil perhitungan tersebut berada di antara range 0-34,99 dalam kategori tidak puas. Artinya secara keseluruhan pelanggan *Go-food* yang dijadikan responden dalam penelitian ini menyatakan tidak puas atas kualitas produk *Go-food* pada Gojek di Bandar Lampung. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan dan kualitas produk *Go-food* untuk atribut- atribut yang diuji adalah pada kriteria tidak puas, tidak puas spesifiknya adalah tidak merasa senang, gembira, dan lega karena belum terpenuhi hasrat hatinya.

Hasil *Importance Performance Analysis* menunjukkan atribut yang harus diprioritaskan pada kualitas pelayanan adalah a) Kerapihan kemasan yang dibawa driver *Go-food* saat mengantar makanan, b) Kemudahan menerima uang kembalian setelah menerima pesanan, c) Kemudahan dan kecepatan mengakses aplikasi *Go-food* dan d) Kecepatan waktu driver *Go-food* mengantarkan makanan, sedangkan untuk kualitas produk adalah, a) Makanan dan minuman *Go-food* yang dipesan higienis, b) Keawetan dan cita rasa makanan dan minuman *Go-food*, c) Kerapihan kemasan yang dipesan tidak dalam keadaan berantakan dan d) Tampilan pada menu makanan dan

minuman yang dipilih lengkap sesuai stok yang disediakan. Atribut yang harus tetap dipertahankan *Go-food* pada kualitas pelayanan adalah a) Pesanan yang diantar sesuai dengan yang ada di dideskripsi *Go-food* dan b) Tanggung jawab driver *gofood* tetap antar pesanan ke pelanggan jika terjadi gangguan pada *GPS*, sedangkan untuk kualitas produk adalah Makanan dan minuman *Go-food* tidak menggunakan bahan pengawet.

Selanjutnya dapat diketahui juga bahwa atribut yang dianggap kurang penting oleh pengunjung namun *Go-food* Kota Bandar Lampung memberikan kualitas pelayanan yang baik adalah: a) Pengetahuan *driver Go-food* terhadap lokasi *Go-food* di wilayah kota Bandar Lampung, b) Pelanggan merasa aman dan nyaman saat memesan makanan dan minuman lewat fitur *Go-food*, c) Kejujuran *driver Go-food* saat memberikan uang kembalian orderan dan d) Kepekaan *driver* menerima keluhan maupun pengaduan terhadap kebutuhan informasi, sedangkan untuk kualitas produk tidak ada. Dapat diketahui juga atribut-atribut yang dianggap kurang penting namun pihak *Go-food* Kota Bandar Lampung memberikan kualitas pelayanan yang berlebihan yaitu, a) Keakuratan *driver Go-food* dalam mengorder makanan, b) Respon *driver Go-food* membalas chat pelanggan secara baik dan cepat dan c) Keramahan dan kesopanan *driver Go-food*, sedangkan untuk kualitas produk diantaranya adalah: a) Memiliki banyak variasi menu makanan dan minuman yang memanjakan pelanggan, b) Makanan dan minuman *Go-food* menggugah selera untuk dipesan dan c) Kemasan yang unik pada produk *Go-food*.

Kualitas pelayanan menurut Wyckof (2014) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang

diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk. Tjiptono (2012) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi publik (masyarakat). Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan publik (masyarakat) serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Berdasarkan teori di atas menurut peneliti kualitas pelayanan adalah harapan konsumen tentang pelayanan dan persepsi konsumen terhadap produk jasa yang disediakan. Bila jasa yang konsumen nikmati ternyata berada jauh di bawah jasa yang mereka harapkan dengan kata lain kualitas pelayanan yang diberikan tidak memberi kepuasan, maka para konsumen akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa. Sebaliknya, jika jasa yang konsumen nikmati memenuhi atau melebihi tingkat kepuasan konsumen, maka konsumen akan cenderung memakai kembali produk jasa dengan kata lain loyal terhadap produk tersebut. Demikian halnya dengan *Go-food* Kota Bandar Lampung untuk menanamkan loyalitas pelanggan terhadap produk tergantung bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, maka diharapkan nasabah tersebut akan puas dan loyal terhadap produk *Go-food*.

Kotler (2009) yang diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Rony A. Rusli mengatakan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan / tersirat. Lebih lanjut menurut Gerson (2014) mutu merupakan jaminan terbaik bagi atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat dalam menghadapi persaingan asing, dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng. Mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap

produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk (Parasuraman, 2014).

Menurut Kotler and Amstrong (2009) arti dari kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”* yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Berdasarkan definisi-definisi diatas, maka dapat ditarik asumsi bahwa kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan, yang pada akhirnya diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengertian kepuasan pelanggan menurut Syafwani (dalam Andreasen, 2009) adalah mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kepuasan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan keperluan pelanggan dipenuhi, dapat diartikan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya, a) Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas, b) Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan akan puas, c) Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas.

Wyckof, (2014) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat

kepuasan konsumen pada suatu produk. Pelanggan *Go-food* akan merasa puas apabila pelayanan dan produk yang diberikan kepada *Go-food* sesuai dengan indikator berikut ini:

Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan

Bukti langsung (*tangibles*)

1. Kemasan yang dibawa *driver Go-food* saat mengantar makanan dalam keadaan rapih.
2. Pesanan yang diantar *driver Go-food* sesuai dengan yang ada di dideskripsi *Go-food*.
3. Kemudahan pelanggan *Go-food* menerima uang kembalian setelah menerima pesanan.

Keandalan (*reliability*)

4. Keakuratan *driver Go-food* dalam mengorder makanan, *driver Go-food* tidak salah alamat ketika mengantarkan order makanan kepada pelanggan.
5. Pengetahuan *driver Go-food* terhadap lokasi *Go-food* di wilayah kota Bandar Lampung sehingga *driver Go-food* tidak perlu mencari-cari titik lokasi pelanggan yang mengorder makanan.

Daya tanggap (*responsiveness*)

6. Kemudahan dan kecepatan pelanggan *Go-food* dalam mengakses aplikasi *Go-food* , jaringan aplikasi tidak mengalami gangguan khususnya ketika musim hujan.
7. Kecepatan waktu *driver Go-food* mengantarkan makanan kepada pelanggan *Go-food* .
8. Respon *driver Go-food* membalas chat pelanggan secara baik dan cepat, apalagi ketika pelanggan akan mengkomunikasikan item-item makanan yang akan dipesan.

Jaminan (*assurance*)

9. Tanggung jawab *driver gofood* tetap mengantar pesanan ke pelanggan walaupun terjadi gangguan pada *GPS*.
10. Pelanggan merasa aman dan nyaman saat memesan makanan dan minuman lewat fitur *Go-food*.

Empati (*emphaty*)

- 11 *Driver Go-food* bersikap ramah dan sopan ketika datang dan pulang saat mengantar pesanan pelanggan.
- 12 *Driver Go-food* bersikap jujur saat memberikan uang kembalian orderan kepada pelanggan.
- 13 Kepekaan *driver Go-food* menerima keluhan maupun pengaduan terhadap kebutuhan informasi yang berkaitan dengan pesanan yang diorder pelanggan.

Kepuasan Atas Kualitas Produk

Kinerja (Performance)

- 1 Makanan dan minuman *Go-food* yang dipesan higienis, bersih, tidak berbau.
- 2 Makanan dan minuman *Go-food* tidak menggunakan bahan pengawet yang dapat mengganggu kesehatan pelanggan.

Keistimewaan Produk (Feature)

- 3 Menu yang tertera di aplikasi *Go-food* memiliki banyak variasi menu sehingga mampu memanjakan pelanggan.
- 4 Makanan dan minuman yang tertera di aplikasi *Go-food* menggugah selera untuk dipesan.

Tingkat ketahanan (Durability)

- 5 Keawetan dan cita rasa makanan dan minuman *Go-food*, tidak basi, rasanya nikmat sesuai dengan selera yang dipesan pelanggan.
- 6 Bungkus makanan *Go-food* yang dipesan pelanggan, tidak dalam keadaan berantakan.

Daya tarik produk (Aesthetic)

- 7 Kemasan produk *Go-food* berbeda dengan pesaing, tampil unik dan menarik.
- 8 Tampilan pada menu makanan dan minuman *Go-food* yang dipilih pelanggan lengkap sesuai stok yang disediakan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan, yang meliputi aspek (1). Kepuasan terhadap kualitas pelayanan : bukti langsung (*tangibles*), keandalan

(*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) 2) Kepuasan terhadap kualitas produk: kesesuaian (*performance*), tingkat ketahanan (*durability*) dan daya tarik produk (*aesthetic*) selanjutnya jika kualitas pelayanan dan kualitas produk berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas, jika memenuhi harapan maka pelanggan puas dan jika melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang. Artinya jika *Go-food* Kota Bandar Lampung mampu memberikan *out put* kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik maka diharapkan kepuasan pelanggan akan meningkat.