

**PENGALAMAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN
LAYANAN GOJEK: STUDI KASUS DI KOTA SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Program Studi Srata 1

Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh :

TEGAR WAHYU WICAKSANA

21110136

PROGRAM STUDI SRATA 1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2025

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tegar Wahyu Wicaksana
NIM : 21110136
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengalaman Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Gojek:
Studi Kasus di Kota Surakarta

Disetujui dan disahkan:

Hari : Senin

Tanggal : 25 November 2024

Pembimbing,



Ari Susanti.S.Pt..M.M.

NIDN. 0323048302

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M.

NIDN. 0606069402

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Tegar Wahyu Wicaksana

NIM : 21110136

Program Studi : Manajemen

Judul : Pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan Go-Jek : Studi kasus di kota Surakarta

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Hari : Kamis

Tanggal : 13 Februari 2025

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

()

Anggota : Ari Susanti, S.Pt., M.M.

()

Mengetahui



Ketua STIE Surakarta


Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
NIDN. 0606118902

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Pengalaman Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Gojek : Studi Kasus Di Kota Surakarta

tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan Tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima

Sukoharjo, 27 Desember 2024



Tegar Wahyu Wicaksana

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulisan ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat. Dengan segenap cinta dan doa. Karya yang sederhana ini penulis persembahkan untuk :

1. Almarhum Bapak Waluyo & Almarhumah Ibu Nanik Supadmini selaku orang tua saya. Alhamdulillah penulis sudah berada di tahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana ini sebagai suatu hal yang bisa dibanggakan kalian. Terimakasih sudah mengantarkan penulis di tempat ini walaupun pada akhirnya penulis harus berjuang sendiri tanpa semangat dari kalian.
2. Bapak Suratno & Ibu Nur Hidayati selaku Paman dan Bibi yang berperan sebagai pengganti orang tua penulis yang merawat, menjaga, dan menyayangi penulis sebagaimana anak kandung sendiri. Terimakasih telah menghadapi dengan sabar seluruh perlakuan penulis yang sering mengecewakan, menjadikan penulis dapat melanjutkan perjuangan sampai titik ini. Terimakasih telah berkorban materi, tenaga, pikiran, dan waktu sehingga memperlancar proses penyusunan skripsi ini.
3. Keluarga kecil kakakku tercinta Singgih Rahim Nursaid & Nuroh Nawaroh serta Inggit Fetri Kamalun & Galih Baskara. Kepada ponakanku tercinta Wahyu Adeeva Lintang Humairah & Arshaka Jayastu Baskara yang telah mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini.
4. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Novia Mardiana, terimakasih telah mendengar keluh kesah penulis, berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat, materi, dan tenaga. Terimakasih telah menjadi bagian dalam perjalanan penyusunan penulis sehingga penyusunan skripsi ini selesai.
5. Kepada diri sendiri Tegar Wahyu Wicaksana. Terima kasih sudah bertahan sampai sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri di titik ini. Meskipun tanpa dukungan orang tua kandung.

tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini, ini merupakan pencapaian yang patut di apresiasi untuk diri sendiri.

6. Ibu Ari Susanti S.Pt., M.M., selaku Dosen Pembimbing tugas akhir. Terima kasih telah memberi bimbingan, nasihat, dan dukungan hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh teman seperjuangan Angkatan Manajemen Bisnis STIE Surakarta tahun 2020. Terimakasih selama ini melewati suka & duka bersama. Terimakasih telah memberikan dukungan serta semangat sehingga penyusunan skripsi berjalan dengan baik. Semoga kalian menjadi orang sukses sesuai dengan cita-cita masing-masing.
8. Semua pihak terkait yang telah berperan dalam proses penyusunan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya.

Sukoharjo, 27 Desember 2024



Penulis

KATA PENGANTAR

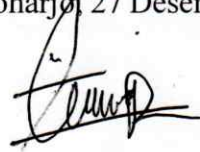
Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengalaman Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Gojek : Studi Kasus Di Kota Surakarta”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Bapak Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M., selaku kepala program studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Ibu Ari Susanti, S.Pt., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Senantiasa selalu memberikan motivasi, saran serta bimbingan kepada penulis.
4. Bapak dan Ibu dosen/karyawan STIE Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh Pendidikan.
5. Almarhum Bapak Waluyo dan Almarhumah Ibu Nanik Supadmini yang telah merawat penulis sejak kecil dan membekali ilmu yang bermanfaat hingga sekarang.
6. Paman Suratno dan Bibi Nur Hidayati yang merawat, membimbing, dan menyanyangi penulis sebagai mana anak sendiri.
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki peneliti, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Akhir kata, semoga hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat bermanfaat untuk perkembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan.

Sukoharjo, 27 Desember 2024



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
A. Landasan Teori	5
1. Gojek	5
2. Pengalaman Pelanggan	5
3. Kualitas Pelayanan	6
4. Kepuasan Pelanggan.....	6
B. Penelitian Terdahulu.....	8
C. Kerangka Pikir/Model Riset.....	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
A. Objek Penelitian	15
B. Tempat dan Waktu Penelitian	15
C. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	15

D. Sumber Data	16
E. Teknik Penentuan Informan/Narasumber.....	16
F. Teknik Pengumpulan Data.....	16
G. Reduksi data	17
H. Penyajian Data.....	17
I. Penarikan Kesimpulan	18
BAB IV ANALISIS DATA & PEMBAHASAN	19
A. Deskripsi Objek Penelitian	19
B. Deskripsi Responden	20
C. Analisis Data	23
D. Pembahasan.....	33
BAB V PENUTUP	35
A. Kesimpulan	35
B. Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	38

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Peneliti Terdahulu	8
Tabel 2 : Daftar Informan	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Grafik unduhan Aplikasi Transportasi Online Indonesia	3
Gambar 2 : Diagram Kerangka Pikir	14
Gambar 3 : Logo Gojek.....	19
Gambar 4 : Layanan Teratas Aplikasi Gojek.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Wawancara Penelitian	38
Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara	45

ABSTRAK

Tegar Wahyu Wicaksana, 21110136, 47 halaman, Pengalaman Pelanggan Gojek Pengalaman Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Gojek: Studi Kasus Di Kota Surakarta

Penggunaan aplikasi transportasi online tidak hanya memudahkan pelanggan dalam bertransaksi tetapi juga menciptakan kebiasaan baru dimana masyarakat menjadi terbiasa dengan menggunakan teknologi untuk kebutuhan sehari-hari. Gojek merupakan salah satu aplikasi yang banyak diunduh selama kuartal keempat tahun 2023. Gojek, memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumen dan dinamika hubungan sosial dalam masyarakat modern. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengalaman pelanggan Gojek di Kota Surakarta. Penelitian ini merupakan penelitian jenis kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang dilaksanakan di Kota Surakarta pada Bulan Oktober-November 2024. Data pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data data sekunder. Data primer pada penelitian ini didapatkan melalui wawancara kepada 6 (enam) informan merupakan para pelanggan Gojek di wilayah Kota Surakarta. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara yang mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian dapat menambahkan pengetahuan pada literatur yang ada mengenai pengalaman pelanggan gojek. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan menjadi salah satu indikator penilaian kualitas dan kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Kata Kunci : Gojek, Pengalaman, Kualitas, Kepuasan

ABSTRACT

***Tegar Wahyu Wicaksana, 21110136, 47 pages, Gojek Customer Experience
Customer Experience in Using Gojek Services: Case Study in Surakarta City***

The use of online transportation applications not only makes it easier for customers to make transactions but also creates new habits where people become accustomed to using technology for their daily needs. Gojek is one of the most downloaded applications during the fourth quarter of 2023. Gojek has an important role in shaping consumer behavior and the dynamics of social relations in modern society. The study aims to determine the experience of Gojek customers in Surakarta City. This study is a qualitative study with a descriptive approach conducted in Surakarta City in October-November 2024. The data in this study consists of primary data and secondary data. Primary data in this study were obtained through interviews with 6 (six) informants who are Gojek customers in the Surakarta City area. Data collection in this study used in-depth interview techniques, observation and documentation. The data analysis technique in this study used an interactive model data analysis technique which includes data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of the study can add knowledge to the existing literature regarding the Gojek customer experience. The results of this study indicate that customer experience is one of the indicators of assessing the quality and satisfaction felt by customers.

Key Word : Gojek, Experience, Quality, satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Globalisasi yang terjadi di dunia membawa dampak yang dapat merubah gaya kebiasaan masyarakat, tanpa terkecuali Indonesia. Dampak tersebut merubah banyak aspek kehidupan masyarakat, antara lain budaya, ekonomi, dan Pendidikan. Mobilitas menjadi salah satu aspek kehidupan yang tidak hanya dibutuhkan oleh manusia tetapi juga kepada barang dan jasa. Meningkatnya kebutuhan mobilitas masyarakat dan barang dari satu tempat ke tempat lain diiringi dengan meningkatnya kebutuhan sarana transportasi yang memadai. Sarana transportasi mempunyai peran utama yaitu, sebagai alat bantu untuk mengarahkan pembangunan di daerah perkotaan, sebagai prasarana bagi pergerakan manusia dan/atau barang yang timbul akibat adanya kegiatan di daerah perkotaan tersebut dan untuk mendukung pergerakan manusia dan barang.

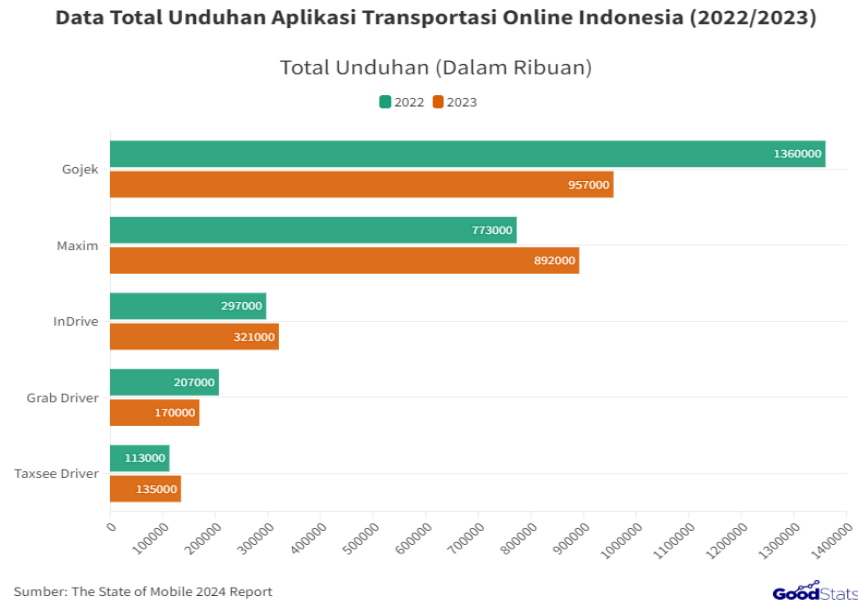
Kemajuan teknologi di bidang transportasi menjadi kenyataan sosial budaya yang terjadi di masyarakat, bahwa saat ini internet sangat berpengaruh kepada warga masyarakat dalam menjalani kehidupan masyarakat. Maraknya pengguna smartphone baik sistem android maupun iOS menjadikan masyarakat bergantung pada smartphone serta internet. Peluang tersebut yang menjadikan pendiri bisnis Ojek online menghadirkan ojek berbasis online. Konsumennya pelayanan yang begitu cepat dan kepandaian dalam mengendarai kendaraannya tidak diragukan, selain itu banyak menyediakan jasa pelayanan yang dapat ditemui dengan hanya sekali sentuh saja pada media smartphone yang dimiliki, dimana sekarang ini penggunaan smartphone di semua kalangan sudah sangat banyak dan tidak dapat dipungkiri dari semua warga yang berdiam di wilayah Indonesia dapat menggunakan jasa tersebut, hal ini dikarenakan fasilitas dalam aplikasi smartphone yang dimiliki kurang mendukung dengan sistem

operasi yang ada. Sebagai gantinya bila ingin menikmati jasa pelayanan ojek online terkadang harus melakukan pemesanan melalui smartphone rakannya.

PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa atau lebih dikenal dengan Gojek adalah salah satu perusahaan transportasi online yang memiliki teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Gojek didirikan pada tahun 2011 oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran. Awalnya gojek melayani lewat panggilan telepon saja. Karena Gojek semakin berkembang dan pada awal tahun 2015 meluncurkan aplikasi android Gojek yang dapat diakses melalui ponsel pintar. Dengan hadirnya aplikasi ini lebih memudahkan para pengguna dalam melakukan pemesanan jasa layanan Gojek. Inovasi ini memberikan keuntungan lebih banyak lagi pada pendiri gojek dan para driver gojek. Kegiatan Gojek bertumpu pada 3 nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Gojek merubah cara orang memesan alat transportasi dengan cepat dan mudah, cukup dengan ponsel pintar. Layanan utama Gojek sangat penting bagi kota dengan tingkat lalu lintas yang cukup padat seperti Surakarta dan kota lainnya.

Gojek menjadi layanan transportasi online terpopuler menurut Goodstast Berdasarkan data oleh The State Mobile 2024 Report, Gojek masih merajai peringkat teratas total unduhan aplikasi digital khusus pemesanan transportasi

Berikut grafik unduhan aplikasi transportasi online Indonesia tahun 2022-2023



Gambar 1. Grafik unduhan Aplikasi Transportasi Online Indonesia.

Sumber : goodstats.id. 2024,Februari,Minggu

Data diatas menunjukkan angka aktivitas masyarakat dalam bentuk pemesanan dan pengunduhan aplikasi Gojek pada tahun 2022 mencapai 957.000 dan mengalami peningkatan pada tahun 2023 mencapai angka 1.300.000 uduhan. Data tersebut terjadi pada masa pandemi, selaras dengan kebutuhan masyarakat yang saat itu mengalami pembatasan aktivitas.

Era globalisasi ini persaingan di antara perusahaan semakin kompetitif, baik itu di pasar domestik ataupun pasar internasional. Untuk dapat memenangkan persaingan, maka setiap perusahaan harus menyusun strategi pemasaran yang tepat agar mampu memasarkan produk baik itu barang atau jasanya sehingga dapat diterima oleh konsumen. Konsumen memiliki kekuatan yang besar dalam menentukan barang atau jasa apa yang mereka inginkan dan juga bagaimana penilaian mereka terhadap merek yang dikonsumsi. Konsumen cenderung untuk menyebarkan informasi mengenai suatu produk atau merek yang diperoleh dari beberapa media komunikasi kepada orang lain. Sehingga

perusahaan diharapkan untuk kreatif dalam mengkomunikasikan produk atau merek perusahaannya.

Atas dasar hal tersebut maka penulis mengangkat judul penelitian: Berdasarkan teori dan gap penelitian yang ada, perlu adanya penelitian yang mengkaji ulang pengaruh pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengidentifikasi bagaimana pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan judul **“Pengalaman Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Gojek : Studi Kasus Di Kota Surakarta”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengalaman Pelanggan dalam menggunakan layanan Gojek di Kota Surakarta ?
2. Bagaimana kualitas pelayanan jasa transportasi online Gojek di Surakarta?
3. Apakah layanan yang diberikan Gojek memberikan kepuasan kepada pelanggan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan aplikasi transportasi online Gojek di Surakarta.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dilakukan jasa transportasi online Gojek di Surakarta.
3. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan transportasi online Gojek di Surakarta.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Gojek

Gojek merupakan perusahaan yang bergerak dibidang layanan transportasi online. Gojek merupakan perusahaan perantara antara driver ojek dengan pengguna yang menggunakan teknologi modern. PT Gojek Indonesia kini sudah memiliki Lebih dari 200 ribu drivers yang tersebar di 15 kota dan terus bertambah, beroperasi di sepuluh kota besar, termasuk Jakarta, Bandung, Bali, Surabaya, Makasar, Yogyakarta, Medan, Palembang, Semarang, Balikpapan, Solo, Batan, Malang, Manado, Samarinda dan telah menuai prestasi sebagai Juara 1 dalam kompetisi bisnis Global Entrepreneurship Program Indonesia (GEPI) di Bali.

2. Pengalaman Pelanggan

Pengalaman Pelanggan Menurut Walden (2017), pengalaman pelanggan adalah pengalaman yang berada dalam ingatan atau dialami oleh pelanggan secara subjektif, di mana pengalaman tersebut akan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh dorongan yang akan mengarah terhadap perilaku pelanggan tersebut.

Zare dan Mahmoudi dalam Setiobudi et al. (2021) menyatakan bahwa pengalaman pelanggan merupakan keseluruhan gabungan dari persepsi emosional dan rasional yang ada dalam diri pelanggan akibat interaksi langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan.

Indikator pengalaman pelanggan menurut Kristanto and Adiwijaya (2018) yaitu :

- a. Kompetensi
- b. Pengakuan pelanggan
- c. Personalisasi
- d. Pemecahan masalah

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler(2019). Definisi kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap suatu tingkat pelayanan dibandingkan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Jika pelayanan yang diterima atau diberikan memenuhi harapan, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan.

Kualitas layanan selanjutnya Parasuraman, et al. dalam Sunyoto (2014, hlm. 242) merangkum menjadi 5 (lima) dimensi pokok, 5 (lima) dimensi tersebut adalah:

- a. Bukti Nyata (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*Realibility*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. Daya Tangkap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- e. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan adalah bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai pelanggan. Karena terciptanya kepuasan pelanggan berarti memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik atau terciptanya kepuasan pelanggan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga timbul minat dari pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2018).

Menurut Juwandi dalam Muhamad Iqbal Azhari, dkk. (2015) terdapat lima faktor yang pendorong kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Kualitas Produk, pelanggan akan merasa puas jika produk yang diberikan memiliki kualitas yang baik.
- b. Harga, untuk pelanggan yang sensitif terhadap harga, biasanya harga yang murah akan menjadi sumber kepuasan yang penting. Karena jika pelanggan bisa mendapatkan harga yang rendah dengan kualitas yang baik, maka akan timbul rasa kepuasan dari pelanggan tersebut.
- c. *Service Quality*, pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan bisa membuat nyaman dan sesuai atau melebihi yang diharapkan.
- d. *Emotional Factor*, pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan *emotional value* yang diberikan oleh merek produk tersebut.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ivena Clearesta, <i>et al</i> (2018).	“Pengalaman konsumen terhadap layanan Gojek di Kota Jakarta: Studi kualitatif Deskriptif”.	Penelitian ini Menggunakan Metode Kualitatif Deskriptif	Dari hasil penelitian tersebut didapatkan bahwasanya semua responden merasa puas dan sampai saat ini masih menggunakan layanan aplikasi Gojek dalam bertransportasi. Hal itu dikarenakan pelayanan Gojek yang cukup mudah, aman, nyaman, dan cepat. Dengan tingginya minat masyarakat akan penggunaan aplikasi Gojek, Gojek pun masih tetap eksis dalam persaingan ojek online sampai saat ini.

2.	Rois, Awaludin, Syarifudin T. (2021).	“Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi i Gojek Online di Kota Palu”.	Penelitian ini Menggunakan Metode Kualitatif Deskriptif.	Penelitian ini menyimpulkan bahwamengenai tingkat kepuasan pengguna jasa transportasi ojek online di Kota Palu yakni “sangat baik”. Dari hasil rekapitulasi seluruh aspek yang digunakan dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan pengguna jasa transportasi ojek online di Kota Palu masuk dalam kategori sangat baik yakni sebesar 92,7% atau berada jarak interval 81%-100%.
----	---------------------------------------	---	--	--

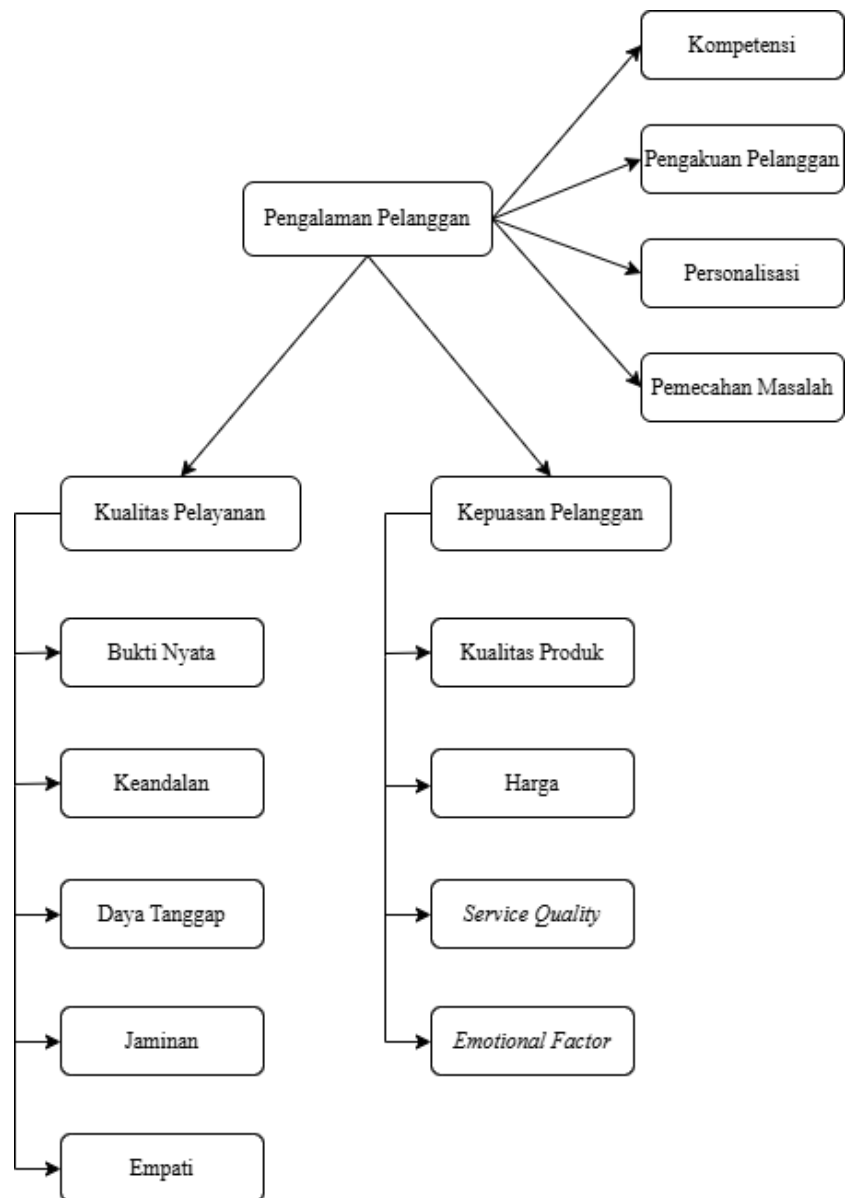
3.	Clara Audina, DrAbdullah Rakhman, M.M. . (2021).	“Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gofood Di Jakarta”. (2023).	Penelitian ini Menggunakan Metode Kuantitatif.	Berdasarkan kesimpulan yang telah 12 dijabarkan, adapun saran yang dapat diberikan adalah GoFood harus tetap menjaga dan meningkatkan pengalaman pelanggan serta pengoptimalisasia n desain dan warna pada logo GoFood pada aplikasi Gojek. Kemudian, GoFood harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumennya dan perlu memperhatikan penampilan driver seperti berpenampilan rapi,bersih dan menggunakan kelengkapannya seperti jaket Gojek, helm Gojek, dan barang perlengkapapan lainnya ketika penerima pesanan GoFood sehingga menciptakan kesan profesionalisme dan kepercayaan dari pelanggan.
----	--	--	--	---

4.	Hasna Dhiyaudini, Lelli Nirmalasari, S.Pd., M.M. . (2021).	“Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek Atas Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen (Studi Literatur Terhadap pelanggan Gojek di Indonesia)”.	Penelitian ini Menggunakan Metode Kualitatif dengan tipe penelitian studi literatur.	Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari 12 informan pelanggan gojek, hanya 1 informan yang mengalami pengalaman yang kurang baik. Tetapi keseluruhan mengatakan merasa puas akan layanan yang diberikan Gojek karena merasa Gojek lebih unggul dari aplikasi layanan transportasi lainnya.
5.	Jacob Breemer. (2020).	“Strategi Pelayanan Transportasi Online Gojek Di Kota Kendari”.	Penelitian ini Menggunakan Metode deskripsi Kualitatif.	Berdasarkan Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan transportasi online gojek di Kota Kendari dengan mengutamakan kualitas jasa, mengelola harapan pelanggan, membutuhkan pelayanan kepada pelanggan, memberikan informasi jasa online gojek kepada pelanggan dan membangun budaya transportasi online yang dibutuhkan oleh masyarakat. Strategi pelayanan

				transportasi mendukung kelancaran pelayanan pelanggan dengan jasa internet yang didalamnya terdapat bukti layanan yang baik, perhatian kepada pelanggan, dapat diandalkan, respon dengan baik kepada pelanggan dan memberi jaminan keselamatan kepada pelanggan yang pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan masyarakat terhadap transportasi online gojek.
6.	Nurindra Rahmawati, <i>et all. (2019)</i>	Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi	Penelitian Ini Menggunakan Metode Kuantitatif	Nilai pelanggan dan Pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepercayaan pelanggan pada Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara

				parsial terhadap Kepercayaan pelanggan pada Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. Pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepercayaan pelanggan pada Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi
--	--	--	--	--

Kerangka Pikir/model riset



Gambar 2. Diagram Kerangka Pikir.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai Pengalaman Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Gojek Studi Kasus di Kota Surakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengalaman yang dialami para pelanggan sangat beragam, mayoritas dari pelanggan memiliki pengalaman dan kesan yang baik atas layanan Gojek. Mereka menyampaikan bahwa pengemudi maupun aplikasi Gojek sangat membantu dalam aktivitas sehari-hari. Tidak sedikit dari mereka memiliki pengalaman unik yang menjadikan kesan ataupun pengalaman yang tak terlupakan.
2. Perbedaan usia pengemudi mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, dikarenakan beberapa pelanggan mengeluhkan bahwa pengemudi yang usianya tua kurang cekatan dalam menggunakan fitur di aplikasi karena kurangnya pengetahuan teknologi.
3. Layanan aplikasi Gojek masih menjadi pilihan utama para pelanggan layanan aplikasi transportasi online di Surakarta, meskipun beberapa pelanggan yang mengeluhkan kendala terkait pelayanan tetapi para pelanggan masih merasa puas dan menganggap jika adanya kendala menjadi hal yang wajar dalam suatu sistem.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka penulis mencoba memberikan beberapa saran, diantaranya yaitu:

1. Pelanggan

Pelanggan berperan sebagai penilai atau pengamat layanan yang diberikan oleh perusahaan Gojek. Oleh karena itu, pelanggan diharapkan selalu memberikan penilaian sesuai dengan yang mereka alami. Sehingga perusahaan dapat mengukur kepuasan pelanggan dengan tepat. Selain itu, pelanggan harus bijak dalam menyikapi sikap pengemudi yang berbeda satu dengan yang lain.

2. Pengemudi

Beperan sebagai mitra perusahaan, pengemudi seharusnya selalu menerapkan SOP perusahaan dengan baik serta menambah kapasitas pengetahuan terkait penggunaan teknologi mengingat bahwa Gojek merupakan layanan transportasi online berbasis aplikasi yang mengharuskan pengguna aplikasi paham dengan sistem jalannya aplikasi tersebut.

3. Perusahaan

Perusahaan diharapkan melakukan kajian ulang terkait ketentuan untuk menjadi pengemudi ataupun mitra perusahaan agar kualitas mitra sebagai tolak ukur pertama perusahaan yang berhadapan langsung dengan pelanggan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini R.M (2024,Februari,Minggu). [goodstats.id.
https://goodstats.id/article/tren-aplikasi-ojek-online-ada-potensi-terjadinya-penguasa-tunggal-plpfp](https://goodstats.id/article/tren-aplikasi-ojek-online-ada-potensi-terjadinya-penguasa-tunggal-plpfp)
- Al Rasyid, H. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 210-223.
- Audina, C. A. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Jakarta/Clara Audina/23190195/Pembimbing: Abdullah Rakhman
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1).
- Breemer, J. (2020). Strategi Pelayanan Transportasi Online Gojek Di Kota Kendari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat–Aphelion Vol*, 1(01).
- Dhiyaudini, H., & Nirmalasari, L. (2021). Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek Atas Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen (Studi Literatur Terhadap pelanggan Gojek di Indonesia). *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, (4), 394-399.
- Hereyah, Y., & Andriani, R. (2020). Gojek re-branding menasar pangsa pasar milenial (studi kasus rebranding Gojek). *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2-3), 9-20.
- Hutabarat, W. M., & Prabawani, B. (2020). Pengaruh experiential marketing dan sales promotion terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Go-Ride Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 12-22.
- Marati, N. C. (2016). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online (Studi pada konsumen gojek di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3).
- Mahadewi L.N. (2024). Dampak 17 Prioritas Pembangunan Terhadap City Branding Kota Solo Sebagai Kota Wisata Menggunakan Analisis Hexagon Model .
- Musyaffa, A. (2024). Pengalaman Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Gojek Pemesanan Makanan. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 6(9), 51-60.
- Narimawati, U. (2020). Pertemuan Xii: Metode Pengumpulan Data & Penarikan Kesimpulan.
- Nurhikmah, T., Fauzi, A., Putri, S. C. T., Asmarani, D., Damayanti, V., & Thalitha, R. F. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan layanan transportasi online (go-jek): kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 646-656.
- Pranatika, D. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Pembelian Ulang.
- Rafsanjani, M. (2024). *Analisis Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kekuatan Merek (Studi Kasus: Gojek)* (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember).

- Rahmawati, N., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2019). Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 109-119.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114.
- Setiawati, L., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kesadaran Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ella Skin Care di Cabang Gentan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 21(1), 49-59.
- Sintya, L. I., Lopian, S. J., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Go-jek online pada mahasiswa FEB Unsrat Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Ulfa, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online di Yogyakarta* (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini, P. (2019, August). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. In *Proceeding Of Conference On Islamic Management, Accounting, And Economics* (Pp. 170-178).
- Wirananta, Z., Syamsir, S., Rezika, M., Nurfaiza, N., Rinaldi, I., & Zet, I. I. (2022, November). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Pt Gojek Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Food Di Padang. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya* (Vol. 1, No. 2, Pp. 179-190).