

**HUBUNGAN KEPUASAN PELANGGAN DENGAN LOYALITAS  
PELANGGAN JASA GO JEK BANJARBARU**  
*THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY OF  
GO JEK BANJARBARU*

**Nizamuddin Kamil<sup>1\*</sup>, Rusdi Rusli<sup>2</sup> dan Neka Erlyani<sup>3</sup>**

*Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Lambung Mangkurat, Jl. Ahmad Yani  
Km. 36.00, Banjarbaru, 70714, Indonesia*

*\*E-mail: Nizakamil@gmail.com*

*No. Handpohone: 08971170559*

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan jasa go jek Banjarbaru. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan isidental , yaitu subjek pelanggan go jek di daerah Banjarbaru sebanyak 230 subjek . Metode analisis data menggunakan korelasi product moment dari Karl Person dan metode pengumpulan data menggunakan skala ini kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan go jek Banjarbaru memiliki korelasi 0,461 dan taraf signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan yang sedang dan positif antara kedua variabel, artinya semakin tinggi kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi loyalitas dan sebaliknya ketika kepuasn pelanggan rendah maka loyalitas pelanggan rendah. Hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 21,2% sedangkan 78,8% sisanya adalah dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.*

**Kata kunci:** Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Pelanggan

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the relationship between customer satisfaction and customer loyalty in the go-to service of Banjarbaru. The sampling technique in this study is to use an incidental, namely the subject of the customer go jek in the Banjarbaru area as many as 230 subjects. Data analysis method uses product moment correlation from Karl Person and data collection method uses this scale of customer satisfaction with customer loyalty. The results showed the relationship between customer satisfaction and customer loyalty at go jek Banjarbaru customers had a correlation of 0.461 and a significance level of 0.000. This value indicates that there is a moderate and positive significant relationship between the two variables, meaning that the higher the customer satisfaction, the higher the loyalty and vice versa when customer satisfaction is low, customer loyalty is low. The relationship between customer satisfaction and customer loyalty is 21.2% while the remaining 78.8% is from other factors not examined in this study.*

**Keywords:** customer satisfaction, customer loyalty, customer

## PENDAHULUAN

Bagus (Sriastuti,2015) menyatakan transportasi di berbagai kota besar yang berada di Indonesia mempunyai jaringan transportasi umum yang bervariasi, antara lain yaitu angkutan perkotaan, taksi, kereta api, kapal penyeberangan dan pesawat udara. Transportasi saat ini menjadi kebutuhan masyarakat dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari. Transportasi sebagai penunjang kehidupan yang lebih produktif dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Transportasi menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat yang berada di daerah perkotaan, karena pekerjaan mereka yang jaraknya jauh dengan rumah.

Transportasi umum yang sifatnya tradisional kurang diminati masyarakat, karena dianggap belum memenuhi kriteria layak dan masih kurang efisien. Masalah kemacetan jalan raya membuat masyarakat mencari alternatif transportasi yang mudah untuk sampai ke tempat tujuan tanpa adanya kendala dan ada jaminan keamanan didapatkan. Survei yang dilakukan pada 5-16 April 2017 dengan melibatkan 4.668 responden yang menggunakan transportasi online. Menyatakan murah yakni 84,1 % ,Cepat 81,9%, nyaman 78,8%, dan aman 61,4%(www.wartakota.com). Hal ini membuat Transportasi online lebih diminati masyarakat.

Ojek *online* hadir menjawab permasalahan kemacetan di kota-kota besar yang masyarakatnya menginginkan transportasi umum yang aman mudah dan efisien. Kemudahan penggunaan ojek online yaitu dengan hadirnya melalui aplikasi yang dapat di *download* di *play store* atau *ios*. Ojek *online* yang terpopuler saat ini yaitu go jek, grab, uber, toojek, dan jeger taxi. Menyediakan layanan membawa penumpang dan barang atau bisa disebut dengan jasa kurir. Banyaknya ojek *online* yang ada di Indonesia akan tetapi saat ini yang paling eksis dan juga paling di minati masyarakat yaitu ojek *online* yang bernama go jek. Aplikasi go jek menduduki rating tertinggi dipilih konsumen, sebanyak 72,6 % kemudian Grab 66,9 % , dan Uber digunakan oleh 51%. (wartakota.com).

Knemeyer dan Taylor (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan yang dirasakan se benarnya mengarah pada kepuasan pelanggan. Meninjau dari teori di atas untuk membuat pelanggan mendapatkan kepuasan pelanggan dengan cara memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Lopiyoadi dan Keller(2009) Kualitas pelayanan menjadi pengaruh bagi pelanggan untuk tetap menggunakan jasa yang diberikan. Kualitas pelayanan sebagai alat ukur perbedaan antara harapan dan kenyataan pelanggan atas layanan yang diterima.

Keller (2009) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja atau hasil yang telah diberikan suatu jasa dan

harapan harapannya. Kemudian Lovelock dan Wright (2009) kepuasan pelanggan adalah keadaan emosional setelah pembelian mereka berupa kemarahan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Faktor faktor kepuasan pelanggan seperti harapan, kinerja, dan munculnya harapan melampaui hasil kinerja. Ketika seseorang memakai jasa go jek merasakan antara puas dan tidak puas dalam pelayanan yang diberikan.

Pelanggan yang loyal lebih cenderung menggunakan jasa dengan jangka panjang. Loyalitas pelanggan menurut Hussein dan Hapsari (2016) perilaku pelanggan loyal akan berkeinginan untuk membeli produk atau jasa. Dharmanesta (Nurulaili, 2013) menyatakan Faktor harga juga mempengaruhi loyalitas pelanggan pada suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini yang nantinya seorang pelanggan akan tetap menggunakan produk atau jasa.

Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan peneliti terhadap pelanggan go jek yang telah menggunakan 5 kali pernah menggunakan jasa go jek pada tanggal 1 febuari 2018 dengan metode wawancara. Hasilnya yang didapatkan bahwa go jek adalah jasa transportasi yang memiliki macam macam penawaran go-jek dan *go food* yang sering digunakan. Studi pendahuluan yang dilakukan pada 2 orang pelanggan go jek yaitu DR pada tanggal 1 Februari 2018 dan SA pada tanggal 1 febuari 2018. Hasilnya didapatkan bahwa mereka menggunakan jasa go jek merasa puas dan ada keinginan untuk menggunakannya lagi. Layanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan terbukti dari setiap mereka menggunakan jasa go jek memberikan bintang 5 artinya sangat puas.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya Peneliti menyadari pentingnya penelitian untuk mengetahui hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan jasa go jek Banjarbaru. Penulis merasa tertarik untuk mengungkap hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan melalui penelitian ini.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis korelasi. Pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi pada dalam penelitian ini adalah pelanggan go jek Banjarbaru, yang terdiri dari 575, dengan jumlah sampel sebanyak 230 orang

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala yang meliputi kepuasan

pelanggan dan loyalitas pelanggan yang disusun dari aspek kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan menggunakan menggunakan skala *Likert*. Skala kepuasan pelanggan yang dibuat berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Rifaldi, Kadunci, dan sulistyowati (2016) terdiri dari kualitas jasa, kualitas pelayanan, emosional dan biaya. Skala Loyalitas pelanggan yang dibuat berdasarkan aspek yang telah dikemukakan oleh Griffin (2002) terdiri dari adanya membeli ulang secara konsisten, membeli produk/jasa yang berbeda pada merek yang sama, merekomendasikan kepada orang lain, dan menunjukan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing. Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan go jek pada penelitian ini menggunakan teknik *product moment correlation* dari Karl Person.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengambilan data ini penelitian dilakukan pada tanggal 10-12 September 2018 di kota Banjarbaru. Proses pengambilan data penelitian dilakukan secara tidak langsung dengan menggunakan google formulir yang disebarakan melalui media sosial oleh peneliti. Cara penskorangan skala penelitian dilakukan dengan menentukan nilai tertinggi pada masing-masing pernyataan *favourable*, yaitu nilai 4 untuk respon sangat setuju dan nilai 4 untuk respon jawaban sangat tidak setuju pada pernyataan *unfavourable*.

Berikut ini kategorisasi data penelitian variabel kepuasan pelanggan.

**Tabel 1. Distribusi Kategorisasi Data Variabel Kepuasan Pelanggan**

Variabel	Rentang Nilai	Kategori	Frekuensi	Persentase
Kepuasan pelanggan	$X < 72$	Rendah	-	0%
	$72 \leq X < 108$	Sedang	85	37,0%
	$108 \leq X$	Tinggi	145	63,0%

Hasil kategorisasi subjek terhadap respon skala kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa dapat diketahui tidak ada pelanggan (0%) memiliki kepuasan pelanggan rendah, 85 pelanggan (37,0%) memiliki kepuasan pelanggan yang sedang dan 145 pelanggan (63,0%) memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Berikut kategorisasi data penelitian variabel loyalitas pelanggan:

**Tabel 2. Distribusi Kategorisasi Data Variabel Loyalitas Pelanggan**

Variabel	Rentang Nilai	Kategori	Frekuensi	Persentase
Loyalitas pelanggan	$X < 36$	Rendah	2	0,8%
	$36 \leq X < 54$	Sedang	188	81,7%

an	$54 \leq X$	Tinggi	40	17,3%
----	-------------	--------	----	-------

Hasil kategorisasi subjek terhadap respon skala loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa dapat diketahui 2 pelanggan (0,8%) memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang rendah, 188 pelanggan (81,7%) memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang sedang dan 40 pelanggan (17,3%) memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Dan Uji Linearitas Variabel Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan**

Variabel	Uji Normalitas,	Uji Linearitas
Kepuasan Pelanggan	Normal ( $p = 0,200$ )	Linear
Loyalitas Pelanggan	Normal ( $p = 0,56$ )	( $p = 0,000$ )

Berdasarkan uji normalitas, diketahui untuk skor kepuasan pelanggan adalah 0,200 dan nilai signifikansi untuk skor loyalitas pelanggan adalah 0,56. Berdasarkan nilai signifikansi ini, maka signifikansi seluruh variabel lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa populasi data kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji linearitas diperoleh bahwa antara variabel kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan menunjukkan adanya hubungan linear dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ). Analisis tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Berikut hasil uji korelasi pada variabel kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan.

**Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Variabel Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan**

Variabel	P	Taraf Signifikansi	$r^2$
Kepuasan Pelanggan	0,461	0,000	0,212
Loyalitas Pelanggan			

Berdasarkan uji korelasi penelitian, bahwa hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan memiliki korelasi  $r = 0,461$  dari taraf signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ). Nilai ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara kedua variabel. Menurut Priyatno (2010) hasil korelasi 0,461 yang diperoleh antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan go jek Banjarbaru berada pada tingkat sedang yaitu pada rentang 0,40 – 0,599. Demikian hipotesis dalam penelitian dapat dikatakan ada hubungan kepuasan pelanggan dengan

loyalitas pelanggan dapat diterima. Nilai  $r$  positif menunjukkan terdapat hubungan searah antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada pengguna jasa go jek Banjarbaru, artinya semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan, sebaliknya semakin rendah kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan rendah.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan go jek Banjarbaru. Berdasarkan uji korelasi penelitian, diperoleh nilai korelasi sebesar  $r = 0,461$  dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ) maka diketahui bahwa ada hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan go jek Banjarbaru. Priyatno (2010) mengatakan bahwa hasil korelasi  $0,461$  yang diperoleh berada pada tingkatan yang sedang yaitu  $0,40 - 0,599$ . Demikian hipotesis dalam penelitian dapat dikatakan ada hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan dapat diterima. Nilai  $r$  positif menunjukkan terdapat hubungan searah antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan go jek Banjarbaru, artinya semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan, sebaliknya semakin rendah kepuasan pelanggan maka semakin rendah loyalitas pelanggan.

Hasil dari penelitian ini dalam hal kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa pelanggan go jek Banjarbaru memiliki tingkat intensitas kepuasan pelanggan yang dikategorikan sedang sebanyak 85 pelanggan dengan presentase 37% dan pelanggan go jek yang memiliki intensitas yang tinggi sebanyak 145 pelanggan go jek dengan presentase 63,0%. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan go jek Banjarbaru tergolong sangat baik, Keller (2009) yang mana para pelanggan go jek merasakan perasaan gembira setelah menggunakan jasa. Sesuai dengan Keller (2009) menyebutkan bahwa Bila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa sangat gembira. Pelanggan yang merasa puas akan memberitahu orang lain mengenai pengalaman baik tentang produk atau jasa itu adalah memadukan harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan. Sehubungan dengan pernyataan di atas tersebut, hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dari sisi pria dan wanita tidak ada perbedaan keduanya sama-sama mengharapkan layanan kualitas yang baik. Sejalan dengan hasil penelitian Marina, Darnawati, dan Setiawan (2014) bahwa setiap peningkatan 1 persepsi terhadap kualitas pelayanan yang baik maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan juga ada hubungan yang kuat antara loyalitas pelanggan dengan kualitas pelayanan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Fathoni (2017) menyatakan tampilan fisik,

kehandalan, daya tanggap, kepedulian dan jaminan memberikan pengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan pada pelanggan. Bahwa setiap peningkatan 1 persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan (X), maka, persepsi terhadap loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,6894 kali dengan ditambah nilai konstanta sebesar 12,9764. Selain itu juga salah satu faktor harga dalam kepuasan pelanggan juga faktor harga yang menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan, yaitu dimana pelanggan go jek yang berada di Banjarbaru. Hal ini sejalan dengan penelitian Maulana (2016), kualitas jasa dan harga menentukan akan pelanggan merasa puas atau sebaliknya. Kemudian penelitian yang dilakukan Chulaifi dan Setyowati (2018) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan. Hal ini sesuai hasil penelitian yaitu dimana para pelanggan go jek ketika mendapatkan kualitas pelayanan yang baik akan membuat para pelanggan mendapatkan kepuasan dengan perasaan gembira setelah menggunakan jasa yang diberikan oleh perusahaan dan hal ini membuat pengalaman yang baik setelah menggunakan.

Kemudian hasil penelitian Silaban (2015), menyatakan kalau kualitas jasa memberikan hasil yang pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti kepuasan pelanggan mampu untuk membuat pelanggan akan tetap menggunakan jasa apabila kualitas jasa yang diberikan baik kepada pelanggan go jek. Loyalitas pelanggan pada pelanggan go jek Banjarbaru dapat digolongkan termasuk pada kategori sedang dimana terdapat 188 atau (81,7%) loyalitas pelanggan, 40 pelanggan go jek atau (17,3%) yang sedang dan 2 pelanggan go jek atau (0,59%) mengalami tingkat yang rendah.

Nurulaili (2013) loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa dalam waktu yang lama dan menggunakan produk atau jasa dalam perusahaan yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan go jek dalam penelitian ini memiliki loyalitas yang sedang. Sedangkan untuk pelanggan go jek yang memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang sedang di Banjarbaru ini karena disebabkan daya tarik dari promo yang sering diberikan kepada konsumen ini akan membuat munculnya loyalitas pelanggan. Nurulaili (2013) memuat hasil penelitian menyatakan pelanggan yang sering melakukan pembelian secara berulang mereka memiliki kemauan untuk merekomendasikan dengan orang lain. Pelanggan juga tidak ingin berpindah kepada jasa lain yang sejenis. Selain itu adanya faktor lain yang menjadi faktor kualitas jasa yang membuat pelanggan tetap terus membeli produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggannya. Hasil dari penelitian Santoso dan Oetomo (2013) terdapat juga faktor lain terjadinya loyalitas pelanggan yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati ini juga mempengaruhi adanya loyalitas pelanggan. Griffin (2002) menyatakan

bahwa aspek aspek yang loyalitas mempengaruhi seperti adanya pembelian ulang secara konsisten, membeli seluruh produk yang berbeda pada merek yang sama, menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk pesaing, dan merekomendasikan kepada orang lain. Sejalan dengan hasil penelitian Rahayu, Hussein, dan Aryanti (2016) menyatakan bahwa aspek aspek yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu pembelian secara konsisten, loyal kepada suatu produk, merekomendasikan kepada orang lain dan juga menyatakan hal positif terhadap produk. Selain itu dari hasil penelitian Khotimah, Pasolo, dan Wati (2015) dalam penelitian menyatakan bahwa semakin baik kualitas layanan dan juga di dukung oleh pengalaman yang baik dari pelanggan maka pelanggan akan semakin loyal dengan produk atau jasa. berarti kualitas layanan dan pengalaman pelanggan berpengaruh secara bersamaan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Skor kepuasan pelanggan maupun skor loyalitas pelanggan pada pelanggan go jek Banjarbaru yang menjadi subjek penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu dimana skor untuk kepuasan pelanggan lebih banyak pada skor tinggi dan loyalitas pelanggan pada skor sedang yang dialami pelanggan go jek. Sebuah nilai bagi pelanggan dirasakan sebagai evaluasi diri terhadap barang atau jasa tertentu Peterson (Perdede dan Hadi, 2015). Nilai yang dirasakan pelanggan ini merupakan salah satu penentu paling penting dari pembelian sehingga seseorang bersedia untuk membeli. Pelanggan akan juga melihat sebuah merek menjadi keinginan untuk tetap membeli suatu produk atau jasa. Susanto dan Himawan (Perdede dan Hadi (2015) Merek merupakan nama atau symbol yang diasosiasikan dengan produk atau jasa dan menimbulkan arti di dalam psikologis atau asosiasi. Hal ini yang membedakan antara merek dan produk, kalau produk adalah sesuatu yang dibuat di pabrik, tetapi yang sesungguhnya dibeli masyarakat adalah merek. Hal ini yang membuat loyalnya seorang pelanggan untuk tetap bertahan menggunakan produk.

Harga akan menjadi faktor yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, karena apabila seorang pelanggan mengidentifikasi nilai dari suatu barang yang diterima, hal utama yang akan dilakukan adalah memikirkan masalah harganya. Harga sebagai daya tarik seseorang untuk merasakan perasaan ikhlas ketika sudah membayar setelah membeli atau menggunakan jasa ini akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Salma dan Ratnasari (2015) menyebutkan bahwa keseimbangan dalam hidup akan menciptakan jiwa yang memiliki loyalitas yang merasakan ketenangan lahir dan batin yang luar biasa. Jiwa loyalitas mencerminkan sikap konsisten dan teguh pendirian untuk menggunakan sebuah jasa hal ini menunjukkan adanya perasaan senang setelah menggunakan sebuah jasa tersebut yang membuat pelanggan menjadi loyal.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan

yaitu, peneliti masih belum bisa menyebarkan angket secara menyeluruh ke semua pelanggan go jek yang berada di Banjarbaru. Kemudian dalam hal teknis lapangan waktu penelitian pelanggan go jek Banjarbaru dalam pembagian angket kepada pelanggan di saat waktu jam kerja jadi saat mengisi perlu waktu yang lama karena butuh waktu istirahat agar dapat menjawab. Dalam hal pemberian intruksi pengisian secara langsung tidak dapat dilakukan karena pembagian tidak secara tatap muka langsung. Saat pembagian angket yang melalui google formulir peneliti kurang mengetahui angka usia rata rata yang mengisi formulir yang diberikan peneliti yang kebanyakan subjek dewasa berpartisipasi untuk mengisi google formulir.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan yang positif antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan go jek Banjarbaru, artinya hipotesis dalam penelitian ini diterima. Koefisien bernilai positif menunjukkan ada hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan go jek Banjarbaru, artinya apabila kepuasan pelanggan semakin tinggi maka semakin tinggi juga loyalitas pelanggan pada pelanggan go jek Banjarbaru, sebaliknya semakin rendah kepuasan pelanggan maka semakin rendah loyalitas pelanggan pada pelanggan go jek Banjarbaru. Hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 21,2% dalam bentuk pelayanan yang diberikan go jek yaitu menghubungi pelanggan secara personal dan memberikan perkiraan waktu untuk sampai di tempat jemputan sedangkan 78,8% sisanya adalah dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti pengalaman membeli, tampilan fisik, kehandalan, daya tanggap, kepedulian dan jaminan.

Adapun saran Bagi subjek diharapkan dapat mengetahui kepuasan dan loyalitas pelanggan menggunakan jasa go jek dan dapat memberikan saran melalui aplikasi go jek untuk tetap meningkatkan pelayanan agar pengguna go jek merasa puas dengan pelayanan diberikan.

Bagi pihak perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjaga kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Mengenai pelayanan yang diberikan agar tidak mengurangi kualitas layanan yang diberikan sehingga pelanggan-pelanggan go jek lain merasakan puas dengan pelayanan yang telah diberikan sehingga loyalitas pelanggan terhadap go jek semakin membaik.

Bagi peneliti selanjutnya Manfaat penelitian ini yaitu dapat menjadi rujukan, sumber bahan referensi penelitian selanjutnya agar bisa lebih mencari cara dalam penyebaran angket usia subjek yang lebih heterogen karena dalam penelitian ini usia subjek masih kurang heterogen.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Chulaifil & Setyowati<sup>2</sup> (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada Pt. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya 3 (1) Retrieved from <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17/article/download/1249/1051>
- Cichosz, M., Goldsby, T. J., Knemeyer, A. M., & Taylor, D. F. (2017). Innovation in logistics outsourcing relationship-in the search of customer satisfaction. *LogForum*, 13(2), 209-219. Retrieved from <https://www.infona.pl/resource/bwmeta1.element.baztech-7a461be6-2b47-4104-a5ca-9ed36257bb6a>
- Desy,S. ura. S (2018, Februari 7). Astra dan djarum di kabarkan ikut suntik go jek sekitar 3 triliun <https://katadata.co.id/berita/2018/02/07/astra-dan-djarum-dikabarkan-ikut-suntik-go-jek-sekitar-rp-3-triliun>
- Fatimah,K.B.(2017, Desember 18 ) berapa jumlah pengguna go jek dan pengemudi go jek, Retrieved from <http://tekno.kompas.com/read/2017/12/18/07092867/berapa-jumlah-pengguna-dan-pengemudi-go-jek>
- Griffin, J. (2002) . *Costumer Loyalty* .Jakarta: Erlangga.
- Hussein, A. S., & Hapsari, R. (2015). Customers'perceptions of service quality dimensions in the indonesian banking industry an empirical study. *Journal of Indonesian Economy and Business: JIEB.*, 30(1), 17. Retrieved from <https://search.proquest.com/openview/4e19d329705a0744886867b91ac6d262/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2029354>
- Keller ( 2009 ). *Marketing managemnt. Editon Pdf*. doi :210292-6
- Khotimah, Pasolo , Fitria dan Wati ( 2018) Kualitas layanan dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di food point mall jayapura 5 (2) Retrieved from <http://www.jurnal.uniyap.ac.id/index.php/future/article/viewFile/408/364>
- Lia, A. ( 2013) Analisis hubungan kepuasan dengan loyalitas konsumen terhadap sepeda motor yamaha vixion pada bengkel abadi motor kebon jeruk jakarta barat. *Jurnal ekonomi* 4 (2) Retrieved from <https://www.neliti.com/publications/17897/analisis-hubungan-kepuasan-dengan-loyalitas-konsumen-terhadap-sepeda-motor-yamaha>
- Lovelock & Wirtz (2009) *Services Marketing People, Teknology, Strategy* .( adobe Digital editions version)
- Maulana (2016) pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. ToI 7 (2) Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/78663-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-dan-harga-te.pdf>
- Marina, Darmawati dan Setiawan (2014) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Penerbangan *Full Service Airlines1* (2) Retrieved from <https://www.neliti.com/id/publications/113164/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-loyalitas-pelanggan-pada-perusahaan-penerba>
- Nuralaili & Wiayanto (2013) Analisis faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas Konsumen Tupperware. 2 (1) Retrieved from [https://www.google.co.id/search?safe=strict&q=Nurlaili+%26+Wijayanto+\(2013\)+Analisis+faktor-faktor+yang+mempengaruhi+loyalitas+Konsumen+Tupperware.+2+\(1&spell=1&sa=X&ved=0ahUKEwjxjoHUHLbdAhUHL48KHbugB3YQBQglKAA&biw=1093&bih=530](https://www.google.co.id/search?safe=strict&q=Nurlaili+%26+Wijayanto+(2013)+Analisis+faktor-faktor+yang+mempengaruhi+loyalitas+Konsumen+Tupperware.+2+(1&spell=1&sa=X&ved=0ahUKEwjxjoHUHLbdAhUHL48KHbugB3YQBQglKAA&biw=1093&bih=530)
- Panjaitan, J.E. (2016) Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan pada jne cabang bandung .11 (2) Retrieved from <http://ojs.uph.edu/index.php/DJM/article/view/197>
- Perdede & Hadi ( 2015) Pengaruh Kualitas Produk, Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok 9 (1) Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/233679-pengaruh-kualitas-produk-merek-dan-promo-07f8e69f.pdf>
- Priyatno, D. (2010). *Paham Analisis Statistik Data Dengan Spss. Yogyakarta: Media Kom.*

- Rahayu & Fathoni (2017) Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan hotel (studi kasus pada hotel gumaya di semarang) 2 (1) Retrieved from [https://translate.google.co.id/translate?hl=en&sl=id&u=https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/download/728/709&prev=search](https://translate.google.co.id/translate?hl=en&sl=id&u=https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/download/728/709&prev=search+Manajemen&aqs=chrome..69i57.596j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
- Rahayu, Hussein, dan Aryanti ( 2016 ) Analisis pengaruh citra toko, citra merek produk *private label* dan nilai yang persepsikan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan *giant* di kota malang) 2 (1) Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/313445226\\_Analisis\\_Pengaruh\\_Citra\\_Toko\\_Citra\\_Merek\\_Produk\\_Private\\_Label\\_dan\\_Nilai\\_yang\\_Persepsikan\\_Terhadap\\_Loyalitas\\_Pelanggan\\_Studi\\_pada\\_Pelanggan\\_Giant\\_di\\_Kota\\_Malang](https://www.researchgate.net/publication/313445226_Analisis_Pengaruh_Citra_Toko_Citra_Merek_Produk_Private_Label_dan_Nilai_yang_Persepsikan_Terhadap_Loyalitas_Pelanggan_Studi_pada_Pelanggan_Giant_di_Kota_Malang)
- Rifaldi ,Kandaci, & Sulistyawati ( 2016 ) Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta 13 (2) Retrieved from <http://jurnal.pnj.ac.id/index.php/epigram/article/download/819/528>
- Salma dan Ratnasari ( 2015). Pengaruh kualitas jasa perspektif islam terhadap kepuasan dan loyalitas Pelanggan hotel grand kalimas di sSurabaya 2(4) Retrieved from [https://www.google.co.id/search?q=Salma+dan+Ratnasari+\(+2015\).+Pengaruh+kualitas+jasa+perspektif+islam+terhadap+kepuasan+dan+loyalitas+Pelanggan+hotel+grand+kalimas+di+sSurabaya&oq=Salma+dan+Ratnasari+\(+2015\).+Pengaruh+kualitas+jasa+perspektif+islam+terhadap+kepuasan+dan+loyalitas+Pelanggan+hotel+grand+kalimas+di+sSurabaya&aqs=chrome..69i57.1799j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.co.id/search?q=Salma+dan+Ratnasari+(+2015).+Pengaruh+kualitas+jasa+perspektif+islam+terhadap+kepuasan+dan+loyalitas+Pelanggan+hotel+grand+kalimas+di+sSurabaya&oq=Salma+dan+Ratnasari+(+2015).+Pengaruh+kualitas+jasa+perspektif+islam+terhadap+kepuasan+dan+loyalitas+Pelanggan+hotel+grand+kalimas+di+sSurabaya&aqs=chrome..69i57.1799j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
- Santoso.S & Oetomo , H.W( 2013) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan laboratorium klinik populer surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* 2 (6) Retrieved from <https://www.google.co.id/search?q=Pengaruh+kualitas+pelayanan+terhadap+loyalitas+pelanggan+laboratorium+klinik+populer+surabaya.+Jurnal+Ilmu+%26+Riset+Manajemen&oq=Pengaruh+kualitas+pelayanan+terhadap+loyalitas+pelanggan+laboratorium+klinik+populer+surabaya.+Jurnal+Ilmu+%26+Ri>