

Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Gojek dan Grab

Comparative Analysis of Service Quality and Customer Satisfaction Gojek and Grab

Ita Rahmawati, Gita Winanda

Fakultas Ekonomi, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, Indonesia

*Corresponding Email:: gitawinanda4@gmail.com

Article history: Submitted: March 30,2024 | Revised: April 14,2025 | Accepted: May 24, 2025

Abstrak

Di Tengah banyaknya persaingan di industri transportasi online, Gojek dan Grab mampu mempertahankan kualitasnya di pasaran, sehingga menarik untuk ditelusuri faktor-faktor yang mendorong konsumen untuk tetap menggunakan jasanya. Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui perbandingan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Gojek dan Grab. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif komparatif dengan melakukan survei terhadap 100 rersponden dan dianalisis menggunakan uji *independent t-test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara kualitas pelayanan Gojek dan Grab, dan juga tidak ada perbedaan signifikan antara kepuasan konsumen Gojek dan Grab.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

Abstract

Amidst a lot of competition in the online transportation industry, Gojek and Grab are able to maintain their quality in the market, so it is interesting to explore the factors that encourage consumers to continue using their services. The purpose of this study is to compare the service quality and customer satisfaction of Gojek and Grab. The method used is a comparative quantitative approach by conducting a survey of 100 respondents and analysed using an independent t-test. The results showed that there was no significant difference between the service quality of Gojek and Grab, and there was also no significant difference between the customer satisfaction of Gojek and Grab.

Keywords : Service Quality and Consumer Satisfaction.

Pendahuluan

Di era modern seperti sekarang ini, teknologi informasi tumbuh semakin pesat. Banyaknya *platform online* yang sering kita temui di kehidupan sehari-hari adalah salah satu contohnya (Raythmica & Paksi, 2022). Sesuai perkembangan era ini yang segala sesuatunya menggunakan atau berhubungan dengan perangkat *mobile* dan juga karena semakin tingginya pengguna internet yang ada di Indonesia, pada akhirnya banyak bermunculan bisnis-bisnis berbasis *online* yang muncul dalam bentuk aplikasi yang bisa digunakan pada perangkat *mobile*. Aplikasi tersebut diantaranya seperti Gojek dan Grab. Dalam aplikasi transportasi online ini, pengguna dapat memesan transportasi

untuk mengantar ke tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, lalu pengemudi akan menjemput pengguna dan mengantarkannya ke tempat tujuan.

Go-Jek dan Grab adalah dua layanan transportasi *online* yang paling menonjol dalam persaingan pasar di Indonesia. Karena kemudahan dalam mengakses berbagai hal melalui *smartphone*, sejumlah pelaku usaha memanfaatkan peluang tersebut dengan menciptakan aplikasi transportasi *online* seperti Grab dan Go-Jek. Kedua ojek *online* tersebut identik dengan warna hijau, memiliki fitur layanan yang hampir sama dan tarif harga yang bersaing (Wiradana et al., 2023). Go-Jek dan Grab merupakan aplikasi berbasis teknologi yang memudahkan individu untuk melakukan aktivitas sehari-hari.

Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh INDEF atau *Institute for Development of Economics and Finance* yang diterbitkan pada Agustus 2023 dengan tema yang diusung adalah “Tren Industri Persepsi Konsumen Jasa Transportasi dan Logistik *Online* Terbukti Tangguh di Gejolak Ekonomi”, menyatakan bahwa banyak konsumen memilih lebih menggunakan aplikasi transportasi online dengan presentase paling banyak digunakan adalah aplikasi Gojek yang mengantongi 82% pengguna dari survei tersebut, sedangkan Grab berada di posisi kedua dengan hasil 53% konsumen yang menggunakan aplikasi tersebut (Pamungkas, 2023).

Untuk saat ini penggunaan transportasi jasa online sangat dinamik sehingga dapat mendorong usaha yang pesat dan persaingan pasar juga akan semakin ketat. Kedua perusahaan transportasi Gojek dan Grab telah memberikan perubahan sosial bagi masyarakat. Bahkan bisnis transportasi ini merupakan salah satu solusi untuk mempermudah akses masyarakat untuk mendapatkan transportasi dengan cepat dan datang ke tempat yang mereka inginkan kapanpun dan dimanapun dan juga memberikan layanan lain selain antar jemput yaitu juga melayani pemesanan makanan, tiket, pulsa, token, dan lain-lain. Untuk mengimbangi dunia bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus senantiasa memperhatikan faktor-faktor penting yaitu faktor kualitas pelayanan, dan faktor kepuasan konsumennya.

Landasan Teori

Kualitas Pelayanan

Menurut (Majid et al., 2021) kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut (Dmiroz, 2021), menjelaskan kualitas pelayanan atau jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima dan keberhasilan perusahaan dalam memberikan jasa yang berkualitas kepada pelanggan, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan menurut (Riana, 2019) yaitu kepemimpinan, semangat kerja tim, teknologi, dan juga kepuasan karyawan.

Kepuasan Konsumen

Menurut (Sayedi et al., 2023) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang

dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Pada dasarnya, kepuasan konsumen itu suatu keadaan Dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi ataupun jasa yang diterima (Siagian dalam (Karundeng et al., 2021). Dan untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen juga terdapat lima faktor utama, menurut (Indrasari, 2019) faktor-faktor tersebut ialah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan juga biaya yang diperlukan untuk suatu produk atau jasa.

Metode

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode komparatif. Menurut (Abdullah et al., 2022), metode komparatif berfungsi untuk membandingkan dua atau lebih dari suatu variabel, dengan tujuan untuk melihat perbedaan dari dua atau lebih situasi, peristiwa, kegiatan, atau program. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna atau orang yang pernah menggunakan layanan transportasi Gojek dan Grab. Karena data spesifik pengguna layanan Gojek dan Grab tidak tersedia, maka jumlah pasti populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Oleh karena itu, dalam menentukan besaran sampel menggunakan metode sampel yang diambil dari rumus Lameshow. Dari perhitungan rumus tersebut memperoleh hasil 100, dengan demikian sampel dalam penelitian ini menggunakan 100 responden. Alat uji yang digunakan adalah uji *independent T-Test* untuk menguji apakah ada perbedaan antara variabel Gojek dan Grab. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang diisi oleh reponden, dan data yang terkumpul ditabulasi kemudian dilakukan uji validitas dan reabilitas.

Hasil

Uji Validitas

Menurut (Sa'adah, 2021) kriteria pengujian uji validitas adalah jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor (dinyatakan valid). Dan jika r hitung $<$ r tabel atau r hitung negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Tabel 1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan Gojek

| No | Kualitas Pelayanan (Gojek) | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|----|----------------------------|----------|---------|------------|
| 1 | P1 | 0,572 | 0,334 | Valid |
| 2 | P2 | 0,785 | 0,334 | Valid |
| 3 | P3 | 0,811 | 0,334 | Valid |
| 4 | P4 | 0,704 | 0,334 | Valid |
| 5 | P5 | 0,455 | 0,334 | Valid |
| 6 | P6 | 0,594 | 0,334 | Valid |
| 7 | P7 | 0,742 | 0,334 | Valid |
| 8 | P8 | 0,660 | 0,334 | Valid |
| 9 | P9 | 0,656 | 0,334 | Valid |
| 10 | P10 | 0,555 | 0,334 | Valid |

Sumber: Data Olahan (2024)

Tabel 2. Uji Validitas Kepuasan Konsumen Gojek

| No | Kepuasan Konsumen (Gojek) | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|----|------------------------------|----------|---------|------------|
| 1 | P1 | 0,584 | 0,334 | Valid |
| 2 | P2 | 0,593 | 0,334 | Valid |
| 3 | P3 | 0,544 | 0,334 | Valid |
| 4 | P4 | 0,608 | 0,334 | Valid |
| 5 | P5 | 0,540 | 0,334 | Valid |
| 6 | P6 | 0,605 | 0,334 | Valid |

Sumber: Data Olahan (2024)

Tabel 3. Uji Validitas Kualitas Pelayanan Grab

| No | Kualitas Pelayanan (Grab) | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|----|------------------------------|----------|---------|------------|
| 1 | P1 | 0,563 | 0,334 | Valid |
| 2 | P2 | 0,342 | 0,334 | Valid |
| 3 | P3 | 0,481 | 0,334 | Valid |
| 4 | P4 | 0,720 | 0,334 | Valid |
| 5 | P5 | 0,687 | 0,334 | Valid |
| 6 | P6 | 0,705 | 0,334 | Valid |
| 7 | P7 | 0,813 | 0,334 | Valid |
| 8 | P8 | 0,738 | 0,334 | Valid |
| 9 | P9 | 0,751 | 0,334 | Valid |
| 10 | P10 | 0,683 | 0,334 | Valid |

Sumber: Data Olahan (2024)

Tabel 4. Uji Validitas kepuasan Konsumen Grab

| No | Kepuasan Konsumen (Grab) | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|----|-----------------------------|----------|---------|------------|
| 1 | P1 | 0,816 | 0,334 | Valid |
| 2 | P2 | 0,385 | 0,334 | Valid |
| 3 | P3 | 0,771 | 0,334 | Valid |
| 4 | P4 | 0,732 | 0,334 | Valid |
| 5 | P5 | 0,756 | 0,334 | Valid |
| 6 | P6 | 0,707 | 0,334 | Valid |

Sumber: Data Olahan (2024)

Dengan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa seluruh indikator memenuhi kriteria ini, maka dapat disimpulkan uji validitas kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Gojek dan Grab dinyatakan valid untuk semua variabelnya.

Uji Reabilitas

Menurut (Sa'adah, 2021), uji reabilitas adalah sejauhmana hasil pengukuran tetap konsisten atau terjadi kesamaan hasil pengukuran atau pengamatan apabila fakta yang diukur berkali-kali untuk mengukur obyek yang sama dalam waktu yang berbeda.

Tabel 5. Uji Reabilitas Variabel Gojek

| Variabel | Alpha Cronbach | Keterangan |
|--------------------|----------------|------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,849 | Reliabel |
| Kepuasan Konsumen | 0,604 | Reliabel |

Sumber: Data Olahan (2024)

Tabel 6. Uji Reabilitas Variabel Grab

| Variabel | Alpha Cronbach | Keterangan |
|--------------------|----------------|------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,853 | Reliabel |
| Kepuasan Konsumen | 0,807 | Reliabel |

Sumber: Data olahan (2024)

Berdasarkan dari uji reabilitas pada variabel Gojek menunjukkan bahwa hasil dari variabel kualitas pelayanan bernilai 0,849 yang artinya nilai reabilitasnya tinggi, sedangkan untuk variabel kepuasan konsumen bernilai 0,604 yang berarti reabilitasnya moderat. Kemudian untuk variabel Grab pada kualitas pelayanan bernilai 0,853 yang berarti nilai reabilitasnya tinggi, sedangkan untuk kepuasan konsumen bernilai 0,807 yang berarti reabilitasnya juga tinggi.

Uji Normalitas

Dasar pengambilan dalam uji normalitas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal (Sa'adah, 2023).

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

| | | | sqrt1 | sqrt2 | sqrt3 | sqrt4 | |
|----------------------------------|-------------------------|-------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------|
| N | | | 100 | 100 | 100 | 100 | |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | | 33.1300 | 20.1800 | 32.8700 | 19.5900 | |
| | Std. Deviation | | 3.14837 | 1.93521 | 3.44848 | 2.51499 | |
| Most Extreme Differences | Absolute | | .114 | .123 | .126 | .114 | |
| | Positive | | .081 | .116 | .126 | .113 | |
| | Negative | | -.114 | -.123 | -.083 | -.114 | |
| Test Statistic | | | .114 | .123 | .126 | .114 | |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | | .003 ^c | .001 ^c | .000 ^c | .003 ^c | |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) | Sig. | | .136 ^d | .089 ^d | .076 ^d | .137 ^d | |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | | .127 | .081 | .069 | .128 |
| | | Upper Bound | | .145 | .096 | .082 | .145 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 624387341.

Sumber: Data Olahan (2024)

Berdasarkan dari uji normalitas diatas dapat dilihat bahwa untuk kualitas pelayanan Gojek bernilai 0.136 dan nilai ini lebih besar dari 0.05, maka dinyatakan normal. Untuk kepuasan konsumen Gojek juga dinyatakan normal karena bernilai 0.089. Sedangkan untuk hasil kualitas pelayanan Grab bernilai 0.076, maka dinyatakan

sebagai normal. Dan untuk kepuasan konsumen Grab dinyatakan normal juga karena bernilai 0.137.

Uji *Independent T-Test*

Menurut (Sa'adah, 2021), *Independent T Test* adalah uji komparatif atau uji beda untuk mengetahui adanya perbedaan rata-rata yang bermakna antara dua kelompok bebas (dua kelompok yang tidak berpasangan) yang berskala data interval atau rasio.

Tabel 8. Hasil Uji *Independent T-Test* Kualitas Pelayanan Gojek dan Grab

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | T-test for Equality of Means | | | | | | |
|--------------------|-----------------------------|---|------|------------------------------|---------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|-------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| Kualitas Pelayanan | Equal variances assumed | 1.762 | .186 | -.074 | 199 | .941 | -.040 | .539 | -1.103 | 1.023 |
| | Equal variances not assumed | | | -.074 | 179.624 | .941 | -.040 | .539 | -1.104 | 1.024 |

Sumber: Data Olahan (2024)

Berdasarkan hasil dari uji *independent t-test* untuk kualitas pelayanan Gojek dan Grab signifikansinya bernilai 0.941 yang menyatakan bahwa hasil lebih besar dari 0.05 yang berarti tidak ada perbedaan signifikan antara kualitas pelayanan Gojek dan Grab.

Tabel 9. Hasil Uji *Independent T-Test* Kepuasan Konsumen Gojek dan Grab

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | T-test for Equality of Means | | | | | | |
|-------------------|-----------------------------|---|------|------------------------------|---------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|-------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| Kepuasan Konsumen | Equal variances assumed | 3.064 | .082 | 1.152 | 199 | .251 | .380 | .338 | -.270 | 1.030 |
| | Equal variances not assumed | | | 1.152 | 192.892 | .251 | .380 | .338 | -.271 | 1.031 |

Sumber: Data Olahan (2024)

Berdasarkan hasil dari uji *independent t-test* untuk kepuasan konsumen Gojek dan Grab signifikansinya bernilai 0.251 yang berarti bahwa hasil uji lebih besar dari 0.05 yang berarti tidak ada perbedaan antara kepuasan konsumen Gojek dan Grab.

Pembahasan

Kualitas Pelayanan

Pada variabel kualitas pelayanan terdapat indikator bukti nyata, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Pada variabel kualitas pelayanan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kepemimpinan, semangat kerja tim, teknologi yang digunakan, dan kepuasan kerja karyawan. Dengan mempertimbangkan hal-hal yang mempengaruhi kualitas pelayanan tersebut juga diharapkan menjadi kualitas pelayanan yang baik.

Hasil dari uji beda atau *independent t-test* pada kualitas pelayanan Gojek dan Grab bernilai 0.941 yang berarti tidak ada perbedaan signifikan antara kualitas pelayanan Gojek dan Grab karena nilai 0.941 lebih besar dari 0.05. Sejalan dengan

penelitian (Tampanguma et al., 2022), bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing. Untuk mencapai kualitas pelayanan yang diinginkan, perusahaan melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen. Kemudian konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat.

Kepuasan Konsumen

Pada variabel kepuasan konsumen terdapat indikator kesesuaian harapan yang dirasakan, minat untuk berkunjung kembali, dan kesediaan untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Pada variabel kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan juga biaya. Jika konsumen merasa puas akan hal apa yang diharapkan maka akan memenuhi segala sesuatu dari seluruh indikator tersebut.

Hasil dari uji beda atau uji independent t-test untuk kepuasan konsumen Gojek dan Grab bernilai 0.251 yang berarti tidak ada perbedaan signifikan antara kepuasan konsumen Gojek dan Grab, karena nilai 0.251 lebih besar dari 0.05. Sejalan dengan penelitian (Rohman & Suji'ah, 2021), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Produk atau jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk atau jasa yang diberikan, maka kepuasan pelanggan semakin tinggi akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dalam usaha untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan maka dengan dendirinya jaminan atas kepuasan konsumen menjadi hal wajib yang harus dipenuhi oleh perusahaan.

Simpulan

1. Dalam penelitian ini tidak terdapat perbedaan signifikansi antara kualitas pelayanan Gojek dan Grab, karena berdasarkan hasil dari uji *independent t-test* menyatakan hasil dari signifikansi bernilai 0,941.
2. Dalam penelitian ini tidak terdapat perbedaan signifikan antara kepuasan konsumen Gojek dan Grab, karena hasil dari uji *independent t-test* menyatakan hasil signifikansinya bernilai 0,251.

Daftar Rujukan

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (N. Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Dmiroz, D. A. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Karundeng, M. E., Tamangkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. *Journal Ilmu Administrasi Unsrat*, 2(6).

- Majid, A., V, A. F., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., & Santika, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal of Economics, Management, and Business Research (JEMBER)*.
- Pamungkas, D. I. (2023, August 9). *Gojek, Grab, Maxim, dan InDrive Mana yang Memiliki Konsumen Paling Banyak ? Ini Jawabannya*. MNC Portal, Okezone TV (Oke Finance).
- Raythmica, D. M., & Paksi, A. K. (2022). Dinamika Ekspansi Gojek di Thailand. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*.
- Riana, L. W. (2019). Pengaruh Kerjasama Tim dan Kepuasan Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 7(1).
- Rohman, M. L. N., & Suji'ah, U. (2021). Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Rumah Makan Griya Dahar Mbok Sum. *Journal Competency Of Business*.
- Sa'adah, L. (2021a). *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (M. K. Hidayatulloh, Ed.). LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Sa'adah, L. (2021b). *Statistik Inferensial*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Sa'adah, L. (2023). *Analisis Kualitatif Dan Kuantitatif*. Mitra Ilmu.
- Sayed, F., Ilato, R., Hafid, R., Moonti, U., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel. *Journal of Economics and Business Education*.
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Mlangas Bahu Kota Manado. *Productivity*.
- Wiradana, I. P. A., Widari, N. N. S., & Yanti, N. N. S. A. (2023). Faktor Penentu Keputusan Konsumen dalam Memilih Layanan Transportasi Online di Kota Mataram. *Waisya: Jurnal Ekonomi*.