ISSN : 2089-6743
e-ISSN : 2797-426X

HUBUNGAN KESIGAPAN, SIKAP, DAN KELENGKAPAN PENGEMUDI *GO-RIDE* DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DI DENPASAR

Cokorda Putra Wirasutama[1], I Wayan Gede Darma Yoga[2*], Vitalis Tampung[3]

[1,2,3]*Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Mahasaraswati Denpasar*
[*]*Email: gededarmayoga@unmas.ac.id*
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

ABSTRAK: Kepuasan pengguna angkutan sepeda motor berbasis aplikasi berkaitan dengan mutu interaksi dan kesiapan pengemudi selama pelayanan. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan kesigapan, sikap, dan kelengkapan pengemudi Go-Ride dengan kepuasan pelanggan di Kota Denpasar. Penelitian menerapkan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 60 pengguna layanan, dilanjutkan dengan pengujian instrumen dan regresi linier berganda. Model yang dilaporkan adalah $Y = 41{,}387 + 2{,}308X_1 - 0{,}620X_2 - 0{,}626X_3$, dengan X_1 = kesigapan, X_2 = sikap, dan X_3 = kelengkapan. Koefisien kesigapan bernilai positif ($B = 2{,}308$; $p < 0{,}001$), sedangkan sikap ($B = -0{,}620$; $p < 0{,}001$) dan kelengkapan ($B = -0{,}626$; $p = 0{,}002$) menunjukkan hubungan parsial negatif setelah pengendalian variabel lainnya. Berdasarkan besarnya koefisien terstandar absolut, kesigapan merupakan variabel dengan asosiasi paling kuat ($\beta = 0{,}948$). Reliabilitas instrumen yang dilaporkan menunjukkan Cronbach's alpha sebesar 0,828. Temuan ini menegaskan peran kesigapan dalam pengalaman pelanggan, tetapi arah koefisien negatif pada dua variabel lainnya memerlukan penelusuran pengkodean dan karakteristik data sebelum diterjemahkan menjadi rekomendasi operasional.

Kata kunci: *Go-Ride*, Kepuasan Pelanggan, Kesigapan Pengemudi, Kualitas Pelayanan, Regresi Berganda.

ABSTRACT: *Customer satisfaction with app-based motorcycle transport services is associated with driver responsiveness, attitude, and readiness during service delivery. This study examined the relationships between these three service attributes and Go-Ride customer satisfaction in Denpasar, Bali. A quantitative questionnaire survey involving 60 service users was analyzed using instrument assessment and multiple linear regression. The reported model was $Y = 41.387 + 2.308X_1 - 0.620X_2 - 0.626X_3$, where X_1 denotes responsiveness, X_2 attitude, and X_3 equipment readiness. Responsiveness had a positive partial coefficient ($B = 2.308$; $p < 0.001$), whereas attitude ($B = -0.620$; $p < 0.001$) and equipment readiness ($B = -0.626$; $p = 0.002$) had negative partial coefficients after adjustment for the other variables. The largest absolute standardized coefficient was observed for responsiveness ($\beta = 0.948$). The reported Cronbach's alpha was 0.828. The findings highlight the association between responsiveness and customer satisfaction; however, the negative coefficients require examination of questionnaire coding and model specification before operational recommendations are made.*

Keywords: *Go-Ride, Customer Satisfaction, Driver Responsiveness, Service Quality, Multiple Regression.*

PENDAHULUAN

Transportasi perkotaan memiliki peran penting dalam mendukung mobilitas masyarakat dan akses terhadap kegiatan ekonomi, pendidikan, serta pelayanan publik (Said & Syafei, 2021). Perkembangan layanan berbasis aplikasi memberikan alternatif perjalanan yang dapat dipesan melalui perangkat digital dan memungkinkan pelanggan memperoleh informasi perjalanan sebelum layanan berlangsung. Dalam konteks tersebut, kualitas interaksi antara pengemudi dan pengguna menjadi bagian penting dari pengalaman pelayanan, selain keandalan perjalanan dan keamanan berkendara.

Dalam kajian kualitas jasa, kesigapan terkait dengan kemampuan penyedia layanan merespons kebutuhan pengguna, sedangkan sikap dan kelengkapan dapat dikaitkan dengan interaksi interpersonal serta bukti fisik pelayanan (Parasuraman et al., 1988). Pada transportasi berbasis aplikasi, pengalaman pengguna juga dipengaruhi oleh kualitas layanan digital. Fauzi (2018) menemukan keterkaitan dimensi layanan elektronik dengan kepuasan pengguna aplikasi transportasi daring. Penelitian ini secara khusus memusatkan perhatian pada atribut pengemudi, bukan mengevaluasi mutu aplikasi secara keseluruhan.

Go-Ride merupakan layanan angkutan sepeda motor berbasis aplikasi yang digunakan untuk menunjang mobilitas di Kota Denpasar. Karakteristik perjalanan perkotaan, variasi waktu penjemputan, komunikasi melalui aplikasi, dan kesiapan perlengkapan keselamatan berpotensi membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan. Kajian sebelumnya mengenai layanan Go-Ride menunjukkan relevansi kualitas pelayanan bagi kepuasan dan loyalitas pengguna (Fadillah et al., 2024; Pangaila et al., 2018).

Akan tetapi, penilaian atribut pengemudi pada konteks lokasi dan responden yang berbeda masih memerlukan analisis empiris tersendiri.

Penelitian komparatif Wibawa et al. (2022) menunjukkan bahwa kepuasan dan loyalitas pengguna Gojek serta Grab dapat memperlihatkan pola yang berbeda. Ricardianto et al. (2024) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi keselamatan memiliki hubungan positif dengan kepuasan pengguna layanan transportasi daring di sejumlah kota di Indonesia. Kedua penelitian tersebut memperlihatkan pentingnya mempertimbangkan konteks pelayanan dan aspek keselamatan. Oleh karena itu, pengujian secara lebih terfokus pada persepsi pelanggan Go-Ride di Denpasar dapat melengkapi bukti yang telah tersedia, meskipun tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh pengguna di kota tersebut.

Penelitian ini menelaah tiga atribut pelayanan pengemudi, yaitu kesigapan, sikap, dan kelengkapan, serta hubungannya dengan tingkat kepuasan pelanggan Go-Ride di Denpasar. Kesigapan berkaitan dengan ketepatan respons dan waktu pelayanan; sikap berkaitan dengan kesopanan dan komunikasi; sedangkan kelengkapan mencakup kesiapan perlengkapan pengemudi dan penumpang. Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi arah dan kekuatan hubungan setiap atribut, menyusun model regresi linier berganda, dan menjelaskan implikasi temuan secara hati-hati berdasarkan data survei. Karena penelitian menggunakan data observasional pada satu kelompok pengguna, hasilnya dipahami sebagai asosiasi statistik, bukan bukti hubungan sebab-akibat.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian pengguna setelah membandingkan pengalaman pelayanan yang diterima dengan harapan sebelumnya. Dalam layanan transportasi berbasis aplikasi, kepuasan dapat terkait dengan ketepatan penjemputan, komunikasi, kenyamanan, dan rasa aman selama perjalanan. Penilaian tersebut bersifat perseptual sehingga memerlukan indikator yang dirumuskan secara jelas dan konsisten dalam kuesioner (Tjiptono, 2014; Wirawan et al., 2023).

Kerangka SERVQUAL mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan, antara lain daya tanggap, jaminan, empati, keandalan, dan bukti fisik (Parasuraman et al., 1988). Ketiga variabel dalam penelitian ini memiliki keterkaitan konseptual dengan sejumlah dimensi tersebut, tetapi instrumen yang digunakan tidak dinyatakan sebagai adaptasi lengkap SERVQUAL. Karena itu, interpretasi hasil dibatasi pada indikator kesigapan, sikap, dan kelengkapan yang diukur melalui kuesioner penelitian.

Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan pengguna melalui interaksi antara penyedia dan penerima jasa (Moenir, 2005). Pada angkutan berbasis aplikasi, kualitas pelayanan meliputi interaksi pengemudi dengan penumpang serta kesiapan pelaksanaan perjalanan. Penelitian ini membatasi atribut pengemudi pada kesigapan (X_1), sikap (X_2), dan kelengkapan (X_3), sebagaimana dirangkum dalam instrumen survei.

Dalam konteks layanan yang menggabungkan aplikasi dan interaksi langsung, mutu antarmuka digital perlu dibedakan dari perilaku pengemudi. Parasuraman et al. (2005) mengembangkan kerangka untuk menilai kualitas layanan elektronik, sedangkan penelitian ini menilai pengalaman pelanggan pada saat pengemudi memberikan layanan. Pemisahan tersebut memperjelas ruang lingkup variabel dan mencegah penyamaan kualitas aplikasi dengan kualitas interaksi pengemudi.

Pengertian Populasi

Populasi sasaran penelitian adalah pengguna layanan Go-Ride di Kota Denpasar. Karena ukuran populasi pengguna selama periode pengumpulan data tidak dicantumkan dalam dokumen penelitian, inferensi dari sampel perlu dibatasi pada kelompok responden yang berhasil dijangkau.

Pengertian Sampel

Sampel penelitian terdiri atas 60 pengguna Go-Ride yang mengisi kuesioner. Pada penelitian survei, pengambilan sampel dan kesesuaian unit observasi perlu dijelaskan secara eksplisit (Sekaran & Bougie, 2013). Jumlah tersebut memungkinkan analisis awal hubungan antarkonstruk, tetapi tidak dengan sendirinya menjamin keterwakilan seluruh pelanggan di Denpasar. Penilaian ketepatan sampel juga bergantung pada cara pemilihan responden, sebaran karakteristik pengguna, dan kelengkapan data, yang perlu dijelaskan pada dokumentasi survei.

1. Ukuran sampel. Penelitian melibatkan 60 responden. Jumlah responden dan lingkup survei menjadi dasar pembacaan hasil, sedangkan generalisasi di luar kelompok penelitian memerlukan kehati-hatian.
2. Keterwakilan responden. Informasi mengenai karakteristik dan proses rekrutmen responden dibutuhkan untuk menilai seberapa jauh hasil survei menggambarkan pengalaman pelanggan Go-Ride di Denpasar.
3. Kebutuhan analisis multivariat. Dengan tiga variabel prediktor, evaluasi model tidak hanya bergantung pada jumlah responden, tetapi juga pada kualitas instrumen, pengkodean, korelasi antarprediktor, serta pemenuhan asumsi regresi.

METODE PENELITIAN

Rancangan dan Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei potong lintang (cross-sectional), sebagaimana digunakan untuk mengumpulkan data persepsi pada suatu periode pengamatan (Singarimbun & Effendi, 1995), untuk mempelajari hubungan atribut pelayanan pengemudi dengan kepuasan pengguna Go-Ride. Data diperoleh melalui kuesioner yang dijawab oleh 60 pelanggan di Kota Denpasar. Variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (Y), sedangkan variabel bebas terdiri atas kesigapan (X_1), sikap (X_2), dan kelengkapan (X_3). Skor jawaban diolah menggunakan perangkat lunak statistik untuk pengujian instrumen dan regresi linier berganda. Pemilihan responden dan waktu survei tidak dijelaskan secara rinci dalam dokumen sumber, sehingga cakupan inferensi penelitian dibatasi pada data responden yang tersedia.

Teknik Analisis Data

Pengolahan dilakukan melalui pemeriksaan instrumen, penyusunan skor variabel, dan estimasi regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk menilai keterkaitan tiga atribut pelayanan dengan kepuasan pelanggan setelah memperhitungkan variabel prediktor lain dalam model.

Model regresi digunakan untuk memperkirakan asosiasi parsial setiap prediktor dengan kepuasan pelanggan. Penafsiran koefisien perlu memperhatikan konsistensi arah pengkodean, korelasi antarprediktor, serta asumsi linearitas, homogenitas ragam galat, dan independensi pengamatan (Hair et al., 2019). Keluaran uji asumsi tersebut tidak tersedia dalam naskah ini sehingga penilaian kelayakan model secara menyeluruh belum dapat dilakukan. Oleh karena itu, hasil regresi disajikan sebagai temuan berdasarkan data dan spesifikasi model yang dilaporkan, bukan sebagai bukti sebab-akibat.

Uji Validitas

Pemeriksaan validitas butir bertujuan menilai kesesuaian indikator dengan konstruk yang diukur. Secara operasional, koefisien korelasi butir dengan skor total dapat dibandingkan dengan nilai kritis yang sesuai, atau dievaluasi melalui signifikansi dan besarnya korelasi. Untuk n = 60 responden, derajat kebebasan uji korelasi sederhana adalah 58. Hasil pemeriksaan harus menyajikan nilai korelasi per butir secara jelas; signifikansi saja tidak menunjukkan besarnya hubungan. Oleh sebab itu, interpretasi pengujian instrumen dilakukan dengan memperhatikan kelengkapan keluaran statistik yang tersedia.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas internal instrumen dievaluasi menggunakan koefisien Cronbach's alpha (Sujarweni, 2014). Nilai alpha yang lebih tinggi menunjukkan konsistensi antarbutir yang lebih baik, tetapi tidak membuktikan validitas konstruk maupun kesesuaian seluruh indikator. Hasil pengolahan instrumen pada penelitian ini dilaporkan dan dibahas bersama jumlah butir yang tercantum pada keluaran statistik.

Koefisien alpha digunakan sebagai ukuran konsistensi internal sejumlah butir yang dianalisis secara bersama (Cronbach, 1951). Apabila kesigapan, sikap, dan kelengkapan diperlakukan sebagai konstruk yang berbeda, nilai alpha gabungan tidak dapat langsung mewakili konsistensi setiap konstruk. Pemeriksaan reliabilitas per variabel diperlukan untuk mengetahui kualitas pengukuran masing-masing atribut secara lebih terperinci.

Skala Likert

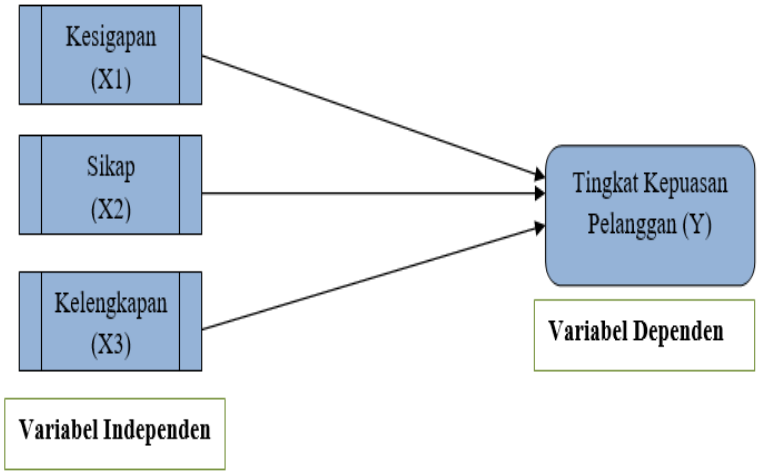
Penilaian persepsi responden dikumpulkan menggunakan skala Likert lima tingkat (Sugiyono, 2006), yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Skor tersebut digunakan untuk menyusun nilai komposit variabel sesuai pengkodean instrumen. Keseragaman arah pengkodean

setiap pernyataan penting diperiksa, terutama ketika terdapat koefisien regresi yang berbeda arah dari ekspektasi konseptual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel Penelitian

Model konseptual menempatkan kesigapan (X_1), sikap (X_2), dan kelengkapan (X_3) sebagai variabel bebas serta kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat (Gambar 1). Tabel 1 memuat contoh indikator yang digunakan dalam survei. Untuk interpretasi yang konsisten, penomoran indikator dan jumlah butir pada rekapitulasi instrumen harus disesuaikan dengan basis data kuesioner asli.



Gambar 1. Hubungan Variabel Bebas dan Kepuasan Pelanggan

Tabel 1. Indikator Atribut Pelayanan Pengemudi Go-Ride

Variabel	Pernyataan Variabel	Indikator
Variabel 1 (Kesigapan) X1	1. Driver gojek dapat mengendarai dalam situasi hujan.	X1.1
	2. Driver mengantar pelanggan dengan cepat sampai tujuan.	X1.2
	3. Driver gojek selalu cepat dalam merespon keluhan yang disampaikan pelanggan.	X1.3
	4. Driver tepat waktu dalam menjemput pelanggan.	X1.4
	5. Driver mampu merespon orderan pelanggan dengan cepat.	X1.5
Variabel 2 (Sikap) X2	1. Driver merespon dengan cepat chat dari pelanggan melalui aplikasi.	X2.2
	2. Driver gojek selalu memberikan sapaan dan juga senyuman saat awal bertemu pelanggan.	X2.3
	3. Kemudahan menghubungi driver via telepon.	X2.4
	4. Driver gojek selalu merespon dengan sopan kepada pelanggan selama perjalanan.	X2.5
	5. Kemudahan menghubungi driver via telepon.	X3.1
Variabel 3 (Kelengkapan) X3	1. Driver selalu menggunakan helm saat berkendara mengantar pelanggan.	X3.1
	2. Driver gojek menyediakan helm untuk pelanggan.	X3.2
	3. Driver selalu menggunakan seragam yang mudah dikenali oleh pelanggan.	X3.3
	4. Driver selalu berpenampilan bersih, rapi dan wangi.	X3.4

Hasil Pengujian Instrumen

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan membandingkan indikator tiap variabel terhadap kriteria statistik yang ditetapkan. Rekapitulasi pada Tabel 2 memuat angka signifikansi pengujian, tetapi tidak menampilkan koefisien korelasi Pearson per butir secara memadai. Dengan demikian, hasil yang ditampilkan belum cukup untuk memverifikasi besar korelasi setiap indikator secara independen. Untuk n = 60, acuan uji korelasi menggunakan df = 58, bukan df = 28 sebagaimana contoh perhitungan untuk 30 responden.

Pada Tabel 2, angka yang tersedia ditulis sebagai perbandingan terhadap taraf signifikansi 0,05. Angka tersebut belum dapat diperlakukan sebagai koefisien Pearson karena nilai korelasi butir yang sebenarnya tidak tercantum secara lengkap. Dengan demikian, status validitas setiap indikator

memerlukan pencocokan dengan keluaran korelasi asli sebelum digunakan sebagai dasar penilaian mutu instrumen secara definitif.

1. Kriteria pertama: koefisien korelasi butir harus sesuai arah pengkodean dan melampaui nilai kritis untuk n = 60 pada taraf signifikansi 5%.
   a. Koefisien korelasi positif yang cukup besar mendukung keterkaitan antara butir dan skor konstruk.
   b. Besarnya koefisien harus dibaca bersama nilai signifikansi dan definisi konstruk yang diukur.
2. Kriteria kedua: nilai signifikansi pengujian korelasi dibandingkan dengan $\alpha = 0{,}05$.
   a. Nilai $p < 0{,}05$ dapat menunjukkan korelasi yang signifikan, apabila prosedur dan arah pengkodeannya sesuai.
   b. Nilai $p \geq 0{,}05$ belum mendukung korelasi yang signifikan pada taraf pengujian tersebut.

Hasil pengujian disajikan kembali dalam Tabel 2 untuk menunjukkan informasi statistik yang tersedia pada dokumen penelitian.

Tabel 2. Rekapitulasi pengujian validitas butir

Variabel	Angka Uji yang Dilaporkan	Significant (Probabilitas)	Keterangan
X 1.1	0.00 <	0.05	Valid
X 1.2	0.01 <	0.05	Valid
X 1.3	0.02 <	0.05	Valid
X 1.4	0.03 <	0.05	Valid
X 1.5	0.03 <	0.05	Valid
X 1.6	0.01 <	0.05	Valid
X 1.7	0.01 <	0.05	Valid
X 1.8	0.01 <	0.05	Valid
X 1.9	0.03 <	0.05	Valid
X1.10	0.02 <	0.05	Valid
X1.11	0.03 <	0.05	Valid
X1.12	0.01 <	0.05	Valid
X1.13	0.04 <	0.05	Valid
X1.14	0.04 <	0.05	Valid
X1.15	0.02 <	0.05	Valid

Hasil Uji Reliabilitas

Output reliabilitas menunjukkan Cronbach's alpha sebesar 0,828 untuk 15 butir (Tabel 3), yang mengindikasikan konsistensi internal cukup baik pada gabungan butir yang diuji. Namun, daftar indikator yang ditampilkan dalam Tabel 1 belum sepenuhnya konsisten dengan 15 butir pada keluaran tersebut, sehingga pemetaan setiap indikator terhadap variabel asal perlu dipastikan menggunakan kuesioner penelitian. Nilai alpha ini juga tidak menggantikan perlunya pemeriksaan reliabilitas masing-masing konstruk apabila diperlakukan sebagai skala yang terpisah.

Keterbatasan penyajian data instrumen perlu diperhatikan dalam penafsiran temuan. Tabel 1 masih menyertakan beberapa kode indikator yang tidak berurutan dan satu pernyataan berulang, sementara keluaran reliabilitas melaporkan 15 butir. Sebelum data dijadikan dasar generalisasi, kode indikator, skor butir, dan hasil uji validitas per konstruk perlu dicocokkan kembali dengan matriks kuesioner asli. Pemeriksaan tersebut merupakan bagian dari pengendalian mutu data penelitian.

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	15

Analisis Regresi Linier Berganda

Hubungan antara atribut pelayanan dan kepuasan pelanggan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan keluaran koefisien pada Gambar 2, kesigapan memiliki koefisien B = 2,308 ($\beta = 0{,}948$; $p < 0{,}001$), kelengkapan B = −0,626 ($\beta = -0{,}280$; $p = 0{,}002$), dan sikap B = −0,620 ($\beta = -0{,}525$;

$p < 0{,}001$). Interpretasi hasil menggunakan label prediktor yang tercantum dalam keluaran SPSS, sedangkan kode X_2 dan X_3 mengikuti model konseptual pada Gambar 1.

1. Secara parsial, kesigapan menunjukkan hubungan positif dengan kepuasan pelanggan setelah memperhitungkan atribut lainnya.
2. Sikap dan kelengkapan menunjukkan koefisien parsial negatif pada data yang dianalisis; arah ini memerlukan evaluasi pengkodean serta kemungkinan keterkaitan antarprediktor sebelum disimpulkan sebagai hubungan substantif.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	41.387	3.539		11.695	.000
	Kesigapan	2.308	.200	.948	11.532	.000
	Kelengkapan	-.626	.177	-.280	-3.538	.002
	Sikap	-.620	.095	-.525	-6.499	.000

a. Dependent Variable: Y1

Gambar 2. Hasil Regresi Linier Berganda (Output Koefisien)

Persamaan regresi berdasarkan pengkodean X_1 = kesigapan, X_2 = sikap, dan X_3 = kelengkapan adalah $Y = 41{,}387 + 2{,}308X_1 - 0{,}620X_2 - 0{,}626X_3$. Koefisien merupakan asosiasi parsial dalam sampel, bukan ukuran dampak kausal perubahan layanan.

Interpretasi konstanta sebesar 41,387 berlaku pada kondisi semua prediktor bernilai nol, yang mungkin berada di luar rentang skor kuesioner. Karena itu, konstanta tidak diperlakukan sebagai prediksi kepuasan pelanggan pada kondisi operasional yang realistis. Besaran koefisien juga tidak otomatis menunjukkan kenaikan atau penurunan persentase kepuasan karena satuan skor variabel dalam penelitian tidak dinyatakan sebagai persentase.

Pembahasan Hubungan Antarvariabel

Koefisien regresi terstandar memperlihatkan besarnya asosiasi parsial yang berbeda antarprediktor. Kesigapan mempunyai koefisien terstandar terbesar secara absolut ($\beta = 0{,}948$), kemudian sikap ($|\beta| = 0{,}525$) dan kelengkapan ($|\beta| = 0{,}280$). Urutan ini tidak sama dengan penilaian kepentingan operasional di lapangan; pengemudi tetap wajib menjaga sikap yang baik dan menggunakan perlengkapan keselamatan sesuai ketentuan. Hasil yang berbeda arah dapat dipengaruhi oleh karakteristik pengkodean butir, korelasi antarprediktor, maupun kekhususan sampel pengguna.

Dalam penelitian lain pada pengguna transportasi daring di Indonesia, kualitas layanan dan persepsi keselamatan dilaporkan berkaitan positif dengan kepuasan (Ricardianto et al., 2024). Sementara itu, penelitian Fauzi (2018) menunjukkan hubungan kualitas layanan elektronik dengan kepuasan pelanggan. Perbedaan arah hubungan parsial pada sikap dan kelengkapan dalam penelitian ini tidak serta-merta bertentangan dengan pentingnya keramahan dan keselamatan. Koefisien regresi berganda dapat dipengaruhi oleh korelasi antarprediktor dan cara skor disusun; karena itu, interpretasinya perlu mempertimbangkan kemungkinan multikolinearitas atau efek penekanan statistik (O'Brien, 2007).

Bagi pengelola layanan, kesigapan penjemputan, kejelasan komunikasi, dan tanggapan atas kebutuhan pelanggan merupakan aspek yang relevan untuk dijaga dalam pengendalian kualitas. Namun, peningkatan pelayanan tidak cukup dinilai hanya dari besarnya koefisien model. Perlengkapan keselamatan dan sikap sopan tetap merupakan unsur mendasar pelayanan, sejalan dengan temuan tentang peran persepsi keselamatan dalam kepuasan penumpang (Ricardianto et al., 2024). Pengujian ulang dengan indikator yang terverifikasi dapat membantu menentukan prioritas perbaikan yang tepat.

SIMPULAN

Berdasarkan survei terhadap 60 pengguna layanan Go-Ride di Denpasar, hasil regresi linier berganda memperlihatkan hubungan positif antara kesigapan pengemudi dan kepuasan pelanggan ($B = 2{,}308$; $\beta = 0{,}948$; $p < 0{,}001$). Pada saat yang sama, sikap ($B = -0{,}620$; $\beta = -0{,}525$; $p < 0{,}001$) dan kelengkapan ($B = -0{,}626$; $\beta = -0{,}280$; $p = 0{,}002$) memiliki hubungan parsial negatif pada model yang diperoleh. Persamaan berdasarkan urutan variabel dalam kerangka konseptual adalah $Y = 41{,}387 + 2{,}308X_1 - 0{,}620X_2 - 0{,}626X_3$. Nilai Cronbach's alpha sebesar 0,828 menunjukkan konsistensi internal instrumen yang dilaporkan, tetapi kecocokan kode indikator dan kelengkapan statistik validitas perlu dipastikan pada data asli. Dengan demikian, temuan yang paling konsisten adalah pentingnya kesigapan

sebagai atribut yang berkaitan kuat dengan kepuasan pelanggan dalam sampel ini. Koefisien negatif pada sikap dan kelengkapan tidak dapat ditafsirkan sebagai alasan untuk mengurangi keramahan atau perlengkapan keselamatan, melainkan sebagai temuan yang membutuhkan pemeriksaan lebih lanjut. Penelitian berikutnya dapat memasukkan variabel pengalaman perjalanan, waktu tunggu, harga, serta pemeriksaan asumsi model untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Secara metodologis, kontribusi penelitian ini terletak pada pembandingan tiga atribut pelayanan dalam satu model pada kelompok pengguna yang disurvei. Generalisasi hasil masih dibatasi oleh tidak tersedianya rincian prosedur pengambilan sampel, pemeriksaan indikator per konstruk, dan diagnostik regresi. Pengembangan penelitian dapat mempertimbangkan pengukuran persepsi keselamatan serta kualitas layanan digital sebagai variabel tambahan, sebagaimana dibahas dalam penelitian tentang transportasi berbasis aplikasi (Fauzi, 2018; Ricardianto et al., 2024).

DAFTAR PUSTAKA

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, *16*(3), 297–334. https://doi.org/10.1007/BF02310555

Fadillah, R. N. P., Karnelia, B., & Jasmine, N. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan Gojek dan harga terhadap kepuasan konsumen pada layanan Go Ride. *Jurnal Riset Manajemen*, *2*(4), 389–397. https://doi.org/10.54066/jurma.v2i4.2759

Fauzi, A. A. (2018). Electronic service quality on mobile application of online transportation services. *Jurnal Manajemen Indonesia*, *18*(1), 13–27. https://doi.org/10.25124/jmi.v18i1.1256

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage.

Moenir, H. A. S. (2005). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Bumi Aksara.

O'Brien, R. M. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & Quantity*, *41*(5), 673–690. https://doi.org/10.1007/s11135-006-9018-6

Pangaila, P. A., Worang, F. G., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi Gojek (studi pada pengguna layanan Go-Ride di Kota Manado). *Jurnal EMBA*, *6*(4), 2778–2787. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/21062

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, *64*(1), 12–40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, *7*(3), 213–233. https://doi.org/10.1177/1094670504271156

Ricardianto, P., Ikhsan, R. B., Suryobuwono, A. A., Setiawan, E. B., Raharjo, E. P., Rahandi, R., & Cahyadi, D. (2024). What makes consumers attitudinal loyalty on ride-hailing services? An investigation Indonesian consumers' perceived safety in using ride-hailing apps. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *10*(2), Article 100306. https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100306

Said, L. B., & Syafei, I. (2021). Analisis komparasi layanan angkutan online dan konvensional terhadap kepuasan pengguna jasa di Kota Makassar. *Jurnal Teknik Sipil MACCA*, *6*(2), 166–174.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research methods for business: A skill-building approach* (6th ed.). Wiley.

Singarimbun, M., & Effendi, S. (1995). *Metode penelitian survei*. LP3ES.

Sugiyono. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Pustaka Baru Press.

Tjiptono, F. (2014). *Service, quality & satisfaction*. Andi.

Wibawa, B. M., Anggadwita, G., Mardhotillah, R. R., Husin, S. N., Putri, A. Z. K., & Putri, S. L. (2022). Gojek vs Grab: Which one is better in creating customer satisfaction and loyalty? *Business and Finance Journal*, *7*(1), 11–24. https://doi.org/10.33086/bfj.v7i1.2607

Wirawan, A., Ryanto, P. S. N., Syafrina, M., Rahman, F. A., Devano, A. M., & Sinambela, F. A. (2023). Faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan transportasi online di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, *11*(1), 11–20. https://doi.org/10.30871/jaemb.v11i1.5410