HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN TRANSPORTASI *ONLINE* GRAB DI BANDA ACEH

SKRIPSI

Diajukan Oleh

RHOUZHATUN NISA
NIM. 150901056

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TRANSPORTASI *ONLINE* GRAB DI BANDA ACEH

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Psikologi (S.Psi)

Oleh:
RHOUZHATUN NISA
NIM. 150901056

Disetujui Oleh:

Pembimbing I	Pembimbing II
Jasmadi, S.Psi., MA, Psikolog	**Vera Nova, S.Psi., M.Psi, Psikolog**
NIP. 197609122006041001	**NIDN.2009028201**

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN TRANSPORTASI *ONLINE* GRAB DI BANDA ACEH

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Psikologi (S.Psi)

Oleh

RHOUZHATUN NISA
NIM. 150901056

Pada Hari/Tanggal Senin, 27 Januari 2020 M
2 Jumadil Akhir 1441 H

Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,	**Sekretaris,**
Jasmadi, S.Psi., MA, Psikolog	**Vera Nova, S.Psi., M.Psi, Psikolog**
NIP. 197609122006041001	**NIDN.2009028201**
Penguji I,	**Penguji II,**
Dr. Safrilsyah, S.Ag., M.Si	**Marina Ulfah, S.Psi., M.Psi., Psikolog**
NIP. 197004201997031001	**NIP. 19901102201932024**

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry,

Dr. Salami, MA
NIP. 196512051992032003

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya:

Nama : Rhouzhatun Nisa

NIM : 150901056

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Prodi : Psikologi UIN Ar-Raniry

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Banda Aceh, 27 Januari 2020

Yang Menyatakan,

Rhouzhatun Nisa

NIM. 150901056

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya setiap saat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Transportasi Online Grab di Banda Aceh". Shalawat serta salam semoga tetap Allah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, atas segala perjuangannya sehingga kita dapat merasakan indahnya hidup di bawah naungan islam.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, keluarga dan teman-teman terdekat. Selanjutnya penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dr. Salami MA sebagai Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada semua mahasiswa Psikologi.
2. Bapak Jasmadi, S. Psi., MA., Psikolog sebagai Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan sekaligus Dosen Pembimbing I yang selalu setia memotivasi dan membimbing mahasiswa.
3. Bapak Muhibuddin, S.Ag., M.Ag. sebagai Wakil Dekan II bidang Administrasi dan Keuangan, yang membantu dalam administrasi mahasiswa.
4. Bapak Dr. Fuad, S.Ag, M.Hum sebagai Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan dan kerjasama, juga sebagai pembimbing I penulis, yang telah memberi dukungan dan mengurus administrasi mahasiswa.

5. Bapak Dr. Safrilsyah, S.Ag., M.Si sebagai Ketua Prodi Psikologi UIN Ar-Raniry yang telah memberi dukungan dan membantu administrasi mahasiswa.
6. Ibu Vera Nova, S.Psi., M.Psi., Psikolog sebagai pembimbing II penulis yang sudah dengan sangat sabar membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi.
7. Seluruh dosen Fakultas Psikologi UIN Ar-raniry atas segala dukungan dan kesediannya membimbing seluruh mahasiswa dan mahasiswinya.
8. Seluruh karyawan/staff Akademik Fakultas Psikologi UIN Ar-raniry atas segala bantuan terhadap kelancaran proses administrasi seluruh mahasiswa/mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Ar-raniry.
9. Adik tercinta Dewi Sartika, yang selalu mendengar keluh kesah dan selalu membantu dan selalu memberi dukungan tak henti-hentinya.
10. Teman-teman grup musholla, Hafli, Nanda, Hanni, Kak Lia yang telah membantu dan menularkan semangatnya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman Penulis Salfina, Cut Irmayunda, Nur Shalimah, Deska selalu bersedia membantu dan memberikan dukungan untuk peneliti.
12. Kepada seluruh responden, dan kepada seluruhnya yang telah terlibat membantu penelitian ini, yang tak bisa peneliti sebut satu persatu.

Semoga Allah memberikan pahala yang tak henti-hentinya kepada semua pihak sebagai balasan atas segala kebaikan dan bantuan yang diberikan. Harapan penulis, semoga skripsi ini data memberikan manfaat, khususnya kepada penulis

dan umumnya bagi seluruh pihak terkait. Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Banda Aceh, 27 Januari 2020
Penulis,

Rhouzhatun Nisa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**
ABSTRAK ..... **xiii**
ABSTRACT ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8
E. Keaslian Penelitian 9

BAB II KAJIAN PUSTAKA **10**
A. Kualitas Pelayanan 10
1. Pengertian Kualitas Pelayanan 10
2. Aspek-aspek Kualitas Pelayanan 12
B. Kepuasan Konsumen 14
1. Pengertian Kepuasan Konsumen 14
2. Aspek-aspek Kepuasan Konsumen 16
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen 19
C. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen 20
D. Hipotesis 22

BAB III METODE PENELITIAN **23**
A. Pendekatan dan Metode Penelitian 23
B. Identifikasi Variabel Penelitian 23
C. Definisi Operasional 24
D. Subjek Penelitian 24
E. Teknik Pengumpulan Data 26
F. Validitas dan Reabilitas Alat Ukur 34
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data 39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **42**
A. Deskripsi Subjek Penelitian 42
B. Hasil Penelitian 43
C. Pembahasan 50

BAB V PENUTUP 53
A. Kesimpulan 53
B. Saran 53

DAFTAR PUSTAKA 55
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 *Blue Print* Skala Kualitas Pelayanan 29

Tabel 3.2 *Blue Print* Skala Kepuasn Konsumen 32

Tabel 3.3 Skor Aitem Skala Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.... 32

Tabel 3.4 Koefisien *CVR* Skala Kualitas Pelayanan 35

Tabel 3.5 Koefisien *CVR* Skala Kepuasan Konsumen..... 36

Tabel 3.6 Koefisien Daya Beda Aitem Skala Kualitas Pelayanan 37

Tabel 3.7 Blue Print Akhir Skala Kualitas Pelayanan 38

Tabel 3.8 Koefisien Daya Beda Aitem Skala Kepuasan Konsumen 38

Tabel 3.9 Blue Print Akhir Skala Kepuasan Konsumen 39

Tabel 4.1 Data Demografi Sampel Penelitian..... 42

Tabel 4.2 Deskripsi Data Penelitian Kualitas Pelayanan 44

Tabel 4.3 Kategorisasi kualitas pelayanan pada konsumen trasportasi online Grab di Banda Aceh 45

Tabel 4.4 Deskripsi Data Penelitian Kepuasan Konsumen..... 46

Tabel 4.5 Kategorisasi kualitas pelayanan pada konsumen trasportasi online Grab di Banda Aceh 47

Tabel 4.6 Uji Normalitas Sebaran Data Penelitian 48

Tabel 4.7 Uji Linearitas Hubungan Data Penelitian 58

Tabel 4.8 Uji Hipotesis Data Penelitian..... 49

Tabel 4.9 *Measure of Assosiation* 50

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 2. 1. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen... 20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Skala Penelitian Uji Coba (Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen)

Lampiran 2. Tabulasi Data Uji Coba (Skala Kualitas Pelayanan dan Skala Kepuasan Konsumen)

Lampiran 3. Koefisien Korelasi Item Total (Skala Kualitas Pelayanan dan Skala Kepuasan Konsumen)

Lampiran 4. Skala Penelitian (Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen)

Lampiran 5. Tabulasi Skor Data Skala Penelitian (Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen)

Lampiran 6. Analisis Data Penelitian Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen (Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Hipotesis dan Frequency)

Lampiran 7. Koefisien CVR Skala Kualitas Pelayanan dan Skala Kepuasan Konsumen

Lampiran 8. Administrasi Penelitian

Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN TRANSPORTASI ONLINE GRAB DI BANDA ACEH

ABSTRAK

Salah satu fakta yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasn konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode korelasional. Teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 122 konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teori kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml & Berry dan teori kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh Willkie dengan model skala likert. Data dianalisis menggunkan uji korelasi *product moment* Pearson dengan bantuan program SPSS 20. Hasil analisis data menunjukkan bahwa skala kualitas pelayanan memiliki nilai reliabilitas 0,877 dan skala kepuasan konsumen 0,895 yang artinya bahwa kedua nilai tersebut dikategorikan tinggi. Hasil Penelitian ditemukan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,752 dengan taraf signifikansi 0,000 ($\rho < 0,05$). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka akan diikuti dengan semakin meningkat kepuasan konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh. Sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan maka akan diikuti dengan semakin rendah pula kepuasan konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Transportasi *Online* Grab.

RELATIONSHIP BETWEEN SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION OF GRAB ONLINE TRANSPORTATION IN BANDA ACEH

ABSTRACT

One that affects customer satisfaction is the quality of service. This study aims to determine the relationship between service quality with Grab online transportation customer satisfaction in Banda Aceh. This research is a quantitative research with correlational method. The sampling technique used is purposive sampling. The samples in this study were 122 Grab online transportation consumers in Banda Aceh. Data collection was carried out using the theory of service quality proposed by Parasuraman, Zeithaml & Berry and the theory of consumer satisfaction proposed by Willkie with a Likert scale model. Data were analyzed using Pearson product moment correlation test with SPSS 20. The results of the study found that there was a very significant positive relationship between service quality and Grab online transportation customer satisfaction in Banda Aceh with a correlation coefficient of 0.752 with a significance level of 0,000 (ρ <0 , 05). This means that the higher the quality of services provided will be followed by increasing customer satisfaction Grab online transportation in Banda Aceh. Conversely the lower the quality of the services provided will be followed by the lower Grab online transportation customer satisfaction in Banda Aceh.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction, Grab Online Transportation.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengaruh globalisasi teknologi yang semakin canggih menyebabkan tuntutan pemenuhan kebutuhan manusia menjadi serba instant. Kebutuhan manusia yang bervariasi dapat berpengaruh terhadap perubahan gaya hidup atau *lifestyle*. Perkembangan teknologi yang semakin hari terus berkembang dan semakin canggih yang terjadi pada semua bidang kehidupan juga berdampak pada adanya keinginan mendapatkan segala sesuatu secara lebih mudah termasuk dalam hal transportasi (Gunawan, 2017).

Saat ini banyak hadir layanan-layanan yang memudahkan aktivitas manusia, salah satunya pada bidang transportasi. Aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan transportasi *online* menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan dan dapat diakses hampir di seluruh Indonesia termasuk Aceh, terutama kota-kota besar yang memerlukan akses transportasi yang cepat dan mudah. Transportasi seperti ojek memakai sistem pangkalan berbasis wilayah di tikungan. Pengendara ojek dari wilayah lain tidak dapat sembarangan "mangkal" di suatu wilayah tanpa izin dari pengendara ojek di wilayah tersebut. Untuk mengggunakan jasa transportasi ojekpun, pemakai jasa harus membayar kontan dan tak jarang sering ditawari tawar menawar (Mar'ati & Sudarwanto, 2016).

Masyarakat mendapatkan kemudahan transportasi dengan hadirnya layanan transportasi digital berbasis panggilan (*ride hailing).* Layanan transportasi digital berbasis panggilan (*ride hailing)* mengalami pertumbuhan yang cukup

signifikan di Indonesia. Berdasarkan laporan e-Conomy SEA 2019, sektor ini berkontribusi terbesar kedua dalam pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia (economy.okezone.com).

Beberapa tahun terakhir Banda Aceh telah mengalami transformasi di bidang transportasi yang semakin modern. Salah satunya transportasi umum seperti Bus Trans Kutaraja yang dapat diakses oleh masyarakat di Wilayah Banda Aceh. Transportasi kota di Banda Aceh bermunculan ditandai dengan hadirnya beberapa jenis transportasi yang tidak hanya transportasi konvensional namun juga transportasi *online* (steemit.com).

Gojek dan Grab yang memang paling menonjol dan sering digunakan oleh banyak pengguna transportasi *online*. Kedua transportasi *online* ini memiliki hampir banyak kesamaan. Jaket yang sama-sama berwarna hijau dan sama-sama dapat diakses melalui aplikasi dan website, fitur layanan yang hampir sama dan tarif yang relatif bersaing. Gojek telah lebih dulu berkiprah di Indonesia yaitu pada tahun 2011, sementara Grab baru hadir tahun 2015. Grab yang relatif baru di Indonesia merupakan flatform pemesanan kendaraan terkemuka di Asia Tenggara yang berdiri tahun 2012 di Malaysia (VikaNatalia, 2018).

Grab (sebelumnya dikenal sebagai GrabTaxi) merupakan salah satu platform O2O (*Online* to *Online*) yang bermarkas di Singapura dan paling sering digunakan di Asia Tenggara. Grab menyediakan layanan kebutuhan sehari-hari bagi para konsumen termasuk perjalanan, pesan-antar makanan, pengiriman barang dan pembayaran menggunakan dompet digital. Saat ini Grab menyediakan layanan di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, Vietnam,

Myanmar, dan Kamboja. Di Indonesia, Grab melayani layanan antar jemput dengan motor (Grab-Bike), mobil (Grab-Car), dan taksi (Grab-Taksi) serta layanan pengiriman barang (Grab-Express), pesan-antar makanan (Grab-Food), dan *carpooling* sosial (Grab-Hitch Car). Saat ini Grab tersedia di 125 kota di seluruh Indonesia, mulai dari Banda Aceh (Provinsi Aceh) hingga Jayapura (Provinsi Papua) (id.wikipedia.org).

Jasa transportasi *online* Grab memberikan layanan-layanan yang tidak didapatkan pada jasa transportasi non *online*. Grab dapat diakses dengan mudah melalui aplikasi tanpa perlu mencari ojek dipangkalan, lokasi pengguna akan terdeteksi otomatis dan biaya yang transparan sehingga tidak harus terjadi tawar menawar antara *driver* dan penumpang. Pembayaran dapat dilakukan dengan tunai maupun non tunai dan banyak memberikan promo dan potongan harga. *Driver* yang dipilih otomatis adalah *driver* yang terdekat sehingga tidak butuh waktu lama untuk menunggu (www.Grab.com).

Seiring dengan semakin banyak munculnya transportasi *online* berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga dan banyaknya alternatif pilihan jasa transportasi *online*. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan transportasi *online* harus dapat menciptakan kualitas layanan dan harga yang sesuai agar dapat menciptakan kepuasan konsumen (Mar'ati & Sudarwanto, 2016).

Untuk mengetahui persoalan yang dihadapi oleh konsumen Grab peneliti melakukan wawancara kepada beberapa konsumen mengenai mengapa konsumen menggunakan jasa transportasi *online* Grab dan hal-hal yang kurang menyenangkan yang pernah dialami konsumen. Berikut kutipan wawancara yang peneliti lakukan secara personal.

> "Pernah order sekali tapi ternyata motor yang datang gak sesuai dengan yang di identitas Grabnya, terus ada yang lambat jemputnya,pernah juga ada *driver* yang cancle, ya mungkin itu aja.." (NM, Banda Aceh, 7 Februari 2019).

> "Mungkin karena pakai rok dan sebagai penumpang kita kan gak dapat memilih motor yang kita mau, paling pilihannya kalo gak mobil ya motor dan pasti kalo mau murah ya pake motor, jadi pernah order terus dapat motor yang berjari-jari jadi pas naik ya harus selalu megang rok karena takut roknya masuk kenjari-jari." (CI, Banda Aceh, 15 Maret 2019)

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa ternyata masih ada juga rasa kurang menyenangkan yang dialami oleh konsumen. Dari kutipan wawancara diketahui yang menjadi masalah ada pada ketidakpuasan konsumen. Pada dasarnya konsumen tidak dapat memilih kendaraan dan *driver* yang sesuai dengan keinginan mereka, konsumen hanya dapat menentukan ingin memakai mobil atau motor saja tidak dengan tipe kendaraan. Kemudian ada konsumen yang sempat kesulitan saat menaiki motor dan terus memegang rok, ada yang sempat dimarahi oleh *driver* karena salah mengarahkan jalan dan ada *driver* yang telat sampai pada tempat tujuan.

Kotler dan Keller (2007) menyebutkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan

kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Hal tersebut menentukan keberhasilan dari suatu produk. Hal ini selaras dengan pernyataannya Sembiring, (2018) dalam penelitiannya yang menyebutkan kepuasan konsumen merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan, pelayanan yang baik dan kepastian harga yang kompetitif merupakan salah satu faktor untuk memberikan kepuasaan kepada konsumen.

Permasalahan kepuasan konsumen akan muncul jika salah satu faktor saja tidak terpenuhi, misalkan pelayanan yang buruk, atau harga yang tidak sesuai dan banyak faktor lainnya. Semua perusahaan baik barang maupun jasa, harus menyadari tentang kepuasan konsumen, dan kepuasan konsumen harus dicapai oleh perusahaan tersebut, dalam rangka untuk mendapatkan konsumen yang loyal. Bagi perusahaan yang berpusat pada konsumen, kepuasan konsumen merupakan tujuan dan sarana pemasaran (Kotler & Keller, 2007). Sedangkan Tjiptono (2015), dalam bukunya menyatakan salah satu tantangan terbersar dalam bisnis di era global adalah menciptakan dan mempertahankan konsumen yang puas dan loyal. Menurutnya amat sulit bagi sebuah perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang tanpa ada konsumen yang puas.

Salah satu yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Kolter (dalam VikaNatalia, 2018) kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen baik yang nampak jelas maupun tersembunyi. Sangadji dan Sopiah (2013) menyebutkan bahwa kualitas

memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Parasuraman dkk, mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang mereka terima (dalam Lupiyoadi, 2018). Kotler (dalam Panjaitan, 2016) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk, dan *service* yang dihasilkan perusahaan.

Tjiptono (2004) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dua faktor utama yang berpengaruh kepada kualitas pelayanan yaitu harapan pelanggan (*expectation*) dan kinerja perusahaan yang dapat dirasakan oleh konsumen (*performance*). Kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan jika perusahaan perusahaan dapat memberikan jasa melampaui harapan konsumen, jika jasa yang diberikan lebih rendah darpada harapan konsumen, maka kualitas pelayanan perusahaan dianggap buruk (Tjiptono, 2005).

Kualitas pelayanan dapat diukur dalam lima dimensi atau aspek (Parasuraman, 2013), yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (berwujud). Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi

perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi (Panjaitan, 2016)

Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga, biaya, dan kemudahan. Sehingga seharusnya ketika kualitas yang diberikan tidak baik akan menimbulkan ketidakpuasan. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewa dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayananan dan Promosi Penjualan Jasa *Grabcar* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta) ditemukan hasil bahwa kualitas pelayanan dan promosi penjualan memiliki efek positif pada kepuasan konsumen. Penelitian lain yang juga dilakukan oleh Mar'ati (2016) tentang "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Ojek (Studi pada Konsumen Gojek di Surabaya)" menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan yang diberikan memiliki peranan penting bagi kepuasan konsumen Grab. Tanpa adanya pelayanan baik dan menarik yang diberikan maka sulit untuk bersaing di era globalisasi yang terus berkembang ini. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Transportasi *Online* Grab di Banda Aceh".

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah "apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah untuk melihat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki beberapa manfaat antara lain ialah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dalam bidang Psikologi Industri & Organisasi, terutama terkait perilaku konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Kepada pihak Grab diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan atau perbandingan dan saran untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

b. Kepada pembaca diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan yang dapat lebih memperluas pola pikir khususnya mengenai kualitas pelayanan dan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perilaku konsumen.

E. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian didasarkan pada hasil beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dimana penelitian tersebut memiliki karakteristik yang relatif sama dalam hal tema, kajian, meskipun berbeda dalam kriteria subjek, jumlah, posisi variabel penelitian dan metode analisi yang digunakan.

Indra Lesmana Sihombing (2015) meneliti Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pada Kelas Eksekutif KMP Jatra di PT. Indonesia Ferry (Persero) cabang Merak-Makauheni. Penelitian ini menggunakan teknik Insidental Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 53 konsumen. Adapun perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah dari segi subjek penelitian, lokasi, juga pada teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu *purposive sampling*.

Aspiani (2018) meneliti mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Jasa Transportasi Grab *Online* di Kota Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian verifikatif dengan populasi seluruh pengguna Grab *Online* di Makasar dan sampel berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan observasi, kuesioner dan dokumentasi. Perbedaan dengan penelitian ini dapat dilihat dari segi lokasi dan juga teknik pengumpulan data yang memakai teknik observasi, kuesioner dan dokumentasi sedangkan peneliti memakai teknik pengumpulan data berupa skala psikologi.

Penelitian selanjutnya oleh Zulfahmi (2018) yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Jasa Transportasi

Online Grab di Universitas Hasanuddin. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner yang menggunakan teknik *accidental sampling (non-probability sampling)* terhadap 100 konsumen yang kebetulan bertemu di lingkungan Universitas Hasanuddin. Dari penelitian ini dapat dilihat perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada lokasi pengambilan sampel, teknik pengambilan data yaitu *accidental sampling* sedangkan peneliti memakai *purposive sampling*.

Penelitian yang dilakukan oleh Lubis & Andayani (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality)* Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Sucofindo Batam Penelitian ini menggunakan metode *non-probality sampling*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada subjek penelitian, lokasi, dan juga pada metode yang digunakan.

Berdasarkan uraian di atas yang membedakan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang peneliti lakukan dapat dilihat pada subjek penelitian, lokasi dan juga metode pengambilan data.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Parasuraman dkk, mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang mereka terima (dalam Lupiyoadi, 2018). Sedangkan menurut Goetsch & Davis (dalam Tjiptono, 2012) kualitas dapat dirumuskan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Selain itu, menurut Lewis& Booms, (dalam Tjiptono, 2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Sedangkan menurut Wyock (dalam Tjiptono, 2014) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan *(excellent)* yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan beberapa uraian definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa bagus tingkat layanan produk atau pelayanan yang diberikan perusahaan dapat memenuhi harapan konsumen.

2. Aspek-aspek Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml & Berry (dalam, Zethaml & Gremier, 2013) mengemukakaan lima dimensi kulitas pelayanan, yaitu:

a. *Reliability* (kehandalan)

Yaitu kemampuan untuk melakukan pelayananyang dijanjikan secara andal dan akurat. Parasuraman (dalam Sangadji & Sopiah 2013) Menyebutkan bahwa *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat *(accurately)* dan kemampuan untuk dipercaya *(dependably)* terutama memberikan jasa secara tepat waktu *(on time),* dengan cara yang sama yang sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan. Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Soromi, 2019) *reliability* (kehandalan) adalah kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

b. *Responsiveness*(daya tanggap)

Yaitu keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen. Parasuraman (dalam Sangadji & Sopiah 2013,) menyebutkan bahwa *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Soromi, 2019) *responsiveness* (daya tanggap) adalah keinginan karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap, yaitu motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi konsumen dalam menggunakan jasa.

c. *Assurance* (jaminan)

Yaitu pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan. Parasuraman (dalam Sangadji & Sopiah 2013) menyebutkan *assurance* (jaminan) meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan resiko. Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Soromi, 2019) *assurance* (jaminan) yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari konsumen.

d. *Empathy* (empati)

Yaitu perhatian, pelayanan pribadi yang diberikan kepada konsumen. Parasuraman (dalam Sangadji & Sopiah 2013) menyebutkan *empathy* (empati), meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhn dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan. Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Soromi, 2019) *empathy* (empati/perhatian) meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dan melayani konsumen.

e. *Tangibles* (bukti fisik)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personalia, dan bahan tertulis. Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personalia, dan bahan tertulis. Parasuraman (dalam Sangadji & Sopiah 2013) menyebutkan produk-produk fisik (tangibles), meliputi tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Soromi, 2019) *tangibels* (bukti fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Selain itu menurut Garvin (dalam Tjiptono, 2018) ada delapan aspek kualitas pelayanan yaitu:

a. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya.

b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan ekserior seperti *dash board*, *AC*, *sound system*, *door locksystem,power steering*, dan sebagainya.

c. Kehandalan (*realibility*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.

d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan.

f. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.

g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik yang menarik, model/desain yang artistik, warna, dan sebagainya.

h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa aspek kualitas pelayanan. Dari kedua aspek kualitas di atas peneliti memutuskan untuk memilih menggunakan aspek-aspek yang dikemukakana oleh Parasuraman, Zeithaml & Berry (2013) karena lebih sesuai dengan yang ingin diteliti oleh peneliti. Adapun aspek-aspek kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml & Berry (2013)yaitu,*reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (berwujud).

B. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Secara umum, kepuasan *(statisfaction)* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kolter & Keller, 2008). Selanjutnya Richard L. Oliver (dalam Tciptono & Diana, 2015) menyebutkan bahwa kepuasan konsumen disebut sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang didapatkan dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk ysang dipersepsikan dan ekspektasinya.

Menurut Howard & Seth, (dalam Tjiptono, 2014) kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

Menurut Kotler & Keller (dalam Tjiptono, 2012) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkanmenurut Sangadji & Sopiah (2013), kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keaadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen**.**

Wilkie (dalam Tjiptono, 2014) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.Sedangkan Wells & Prensky (dalam Yuniarti, 2015) mengatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah sikap konsumen terhadap suatu produk dan jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen berdasarkan pengelaman konsumen setelah menggunakan sebuah produk dan jasa.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan atau sikap konsumen terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa berdasarkan perbandingan (penilaian) pelayanan yang diharapkan dengan realita.

2. Aspek- Aspek Kepuasan Konsumen

Wilkie (1990) dalam bukunya menyatakan terdapat lima aspek pada kepuasan konsumen, yaitu:

a. *Expectations* (harapan)

Sesuatu yang mempengaruhi kepuasan konsumen dimulai dari tahap sebelum membeli produk, yakni ketika konsumen mengembangkan harapan mengenai apa yang akan diterimanya setelah membeli produk. Wilkie (dalam Hutabarat, dkk, 2016) menyebutkan bahwa *expectation* (harapan) adalah harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan mereka. Kepuasan konsumen sangat bergantung pada persepsi dan harapan konsumsi (Gazperz, 2002).

b. *Performance* (kinerja)

Selama melakukan kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan konsumen. Wilkie (dalam Hutabarat, dkk, 2016) menyebutkan bahwa *performance* (kinerja), merupakan pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Selama mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen menyadari kegunaan produk aktual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen.

c. *Comparison* (kesesuaian)

Setelah mengkonsumsi produk, terjadi adanya harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja dibandingkan oleh konsumen. Wilkie (dalam Hutabarat, dkk, 2016) *comparison* (perbandingan), setelah mengkonsumsi barang atau jasa maka konsumen akan membandingkan harapan terhadap kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

d. *Confirmation disconfirmation* (penegasan)

Penegasan dari keinginan konsumen, apakah keinginan sebelum membeli dengan persepsi pembelian sama atau tidak. Wilkie (dalam Hutabarat, dkk, 2016) *confirmation* atau *disconfirmation,* harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda atau dari pengalaman orang lain. Melalui penggunaan merek lain dan komunikasi dari perusahaan serta orang lian, konsumen membandingkan harapan kinerja barang atau jasa yang dibeli dengan kinerja aktual produk. *Disconfirmation* terjadi ketika harapan melebihi kinerja aktual barang atau jasa.

e. *Discrepancy* (ketidak-sesuaian)

Jika tingkat kinerja tidak sama, pengakuan ketidaksamaan menentukan perbedaan satu sama lain. Diskonfirmasi yang negatif menentukan kinerja yang aktual ada dibawah tingkat harapan maka semakin besar ketidakpuasan konsumen. Wilkie (dalam Hutabarat, dkk, 2016) menyebutkan bahwa *discrepancy* (ketidaksesuaian), mengindikasikan bagaimana perbedaan antara level kinerja

dengan harapan. *Negative disconfirmation* yaitu ketika kinerja aktual berada dibawah level harapan, kesenjangan yang lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan. Sebaliknya *positive disconfirmation* yaitu ketika kinerja aktual berada di atas level harapan. Ketika konsumen puas, maka konsumen akan menggunakan barang atau jasa yang sama, dan ketika konsumen merasa tidak puas maka konsumen akan menuntut perbaikan atau komplain terhadap perusahaan.

Selain itu menurut Jahanshahi, dkk (2011) menyebutkan terdapat tiga aspek kepuasan konsumen secara umum, yaitu:

a. Kepuasan konsumen adalah respon (emosional atau kognitif).

b. Respon berkaitan dengan fokus tertentu (harapan, produk, pengalaman konsumsi, dll.)

c. Respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pilihan, berdasarkan akumulasi pengalaman, dll.)

Berdasarkan uraian di atas peneliti memutuskan untuk memilih menggunakan aspek-aspek kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh Wilkie (1990)karena lebih sesuai dengan apa yang ingin peneliti teliti. Adapun aspek-aspek kepuasan konsumen menurut Wilkie (1990) adalah *expectations* (harapan),*performance* (kinerja), *comparison* (kesesuaian), *confirmation disconfirmation* (penegasan), dan *discrepancy* (ketidak-sesuaian), sedangkan aspek kepuasan konsumen menurut Jahanshashi, dkk (2011) yaitu kepuasan konsumen adalah respon, respon yang berkaitan dengan fokus tertentu dan respon yang terjadi pada waktu tertentu.

3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen

Lupiyoadi (2001) (dalam Yuniarti, 2015) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain sebagai berikut:

a. Kualitas produk, yaitu konsumen akan puas apabila hasil evauasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Montgomery menyatakan bahwa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

b. Kualitas pelayanan, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mendapat pelayanan yang baik atau yang sesuai harapan.

c. Emosional, yaitu konsumen merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.

d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

d. Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Sedangkan menurut Garvin (dalam Sumarwan, dkk, 2012), faktor yang sering digunakan untuk mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk antara lain sebagai berikut:

a. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.

b. ciri-ciri atau keistimewaan tambahana (*features*), yakni karakteristik sekunder atau pelengkap.

c. Kehandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kegagalan atau kerusakan dalam penggunaannya.

d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

e. Daya tahan (*durability*) yang berkaitan dengan beberapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

f. *Serviceability,* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, dan kemudahan penggunaan, serta penanganan keluhan yang memuaskan.

g. Estetika, yakni daya tarik produk oleh pancaindra.

h. Kualitas yang dipersepsikan, yakni citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut penulis faktor-faktor menurut Lupiyoadi (dalam Yuniarti, 2015) di atas lebih komprehensif menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasn konsumen. Adapun faktor-kaktor kepuasan konsumen tersebut adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

C. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Lupiyoadi (dalam Yuniarti, 2015) salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Dalam bukunya Sangadji & Sopiah, (2013) menyebutkan kualitas pelayanan meiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Dalam menjalani bisnis fokus utamanya adalah konsumen. Tanpa konsumen, bisnis akan sulit dalam bertahan. Maka dari itu hal utama yang harus dipersiapkan oleh sebuah perusahaan adalah memberikan kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas dan tetap menjaga loyalitas. Dengan memberikan kualitas pelayanan perusahaan berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumennya.

Penelitian yang telah dilakukan Liat, manosori dan Huei (2014) mengenai hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di hotel malaysia, didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki efek positif pada kepuasan konsumen.

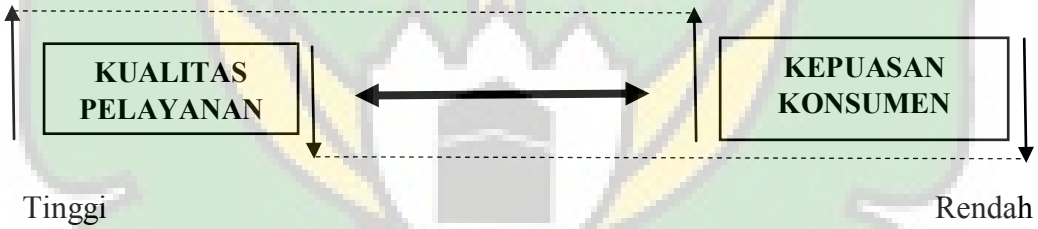
Tjiptono (Sangadji & Sopiah, 2013) menjelasakan bahwa apabila pelayanan yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melalmpaui harapan konsumen, kualitas dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia untuk

memenuhi harapan konsumen secara konsisten dalam hal pelayanan kepada konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan kepada konsumennya maka akan semakin meningkat pula kepuasan yang dirasakan konsumen. Sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan diberikan maka semakin menurun pula kepuasan yang dirasakan konsumen. Konsep kerangka berpikir di atas dapat penulis tuangkan dalam gambar 2.1 dibawah ini.

Gambar 2.1

Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen



D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, diajukan satu hipotesis yaitu terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh, hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan diikuti meningkatnya kepuasan konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh. Sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan maka akan diikuti semakin turunnya kepuasan konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menghubungkan atau membandingkan satu variabel dengan variabel lain, data yang dihasilkan bersifat numerik atau angka, memiliki hipotesis sebagai dugaan awal penelitian, instrumen pengumpulan data melalui tes, analisa data menggunakan statistika, dan hasil penelitian atau kesimpulan dapat mewakili populasi (Ismail, 2018)

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian korelasional. Penelitian korelasional adalah penelitian yang menyelidiki sejauh mana variasi pada satu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain, berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2016)

B. Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini terdiri atas dua macam variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen, yaitu:

1. Variabel Independen (X) : Kualitas Pelayanan.
2. Variabel Dependen (Y) : Kepuasan Konsumen.

C. Definisi Operasional Variabel

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah seberapa bagus tingkat layanan produk atau pelayanan yang diberikan perusahaan dapat memenuhi harapan konsumenKualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur berdasarkan aspek-aspek kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml & Berry (2013) yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (berwujud).

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan atau sikap konsumen terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa berdasarkan perbandingan (penilaian) pelayanan yang diharapkan dengan realita. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala kepuasan konsumen yang dibuat berdasarkan lima aspek yang dikemukanan oleh Wilkie (1990) yaitu: *expectation* (harapan),*performance* (kinerja), *comparison* (kesesuaian), *confirmation disconfirmation* (penegasan), dan *discrepancy* (ketidak-sesuaian).

D. Subjek Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Adapun

populasi untuk penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah menggunakan transportasi *online* Grab dan berdomisili di Banda Aceh.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. (apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannnya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2017) Pada penelitan ini peneliti menggunakan *nonprobality sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan memakai teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Dimana peneliti akan menentukan sampel sesuai dengan kriteria:

a. Pernah menggunakan transportasi *online* Grab (*bike*/*car*)

b. Berdomisili di Wilayah Kota Banda Aceh.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti sehingga penentuan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini mengikuti pedoman dikemukakan Roscoe dalam Sugiyono (2017) yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Mengacu pada pendapat tersebut maka jumlah sampel yang peneliti tetapkan dalam penelitian ini sebanyak 122 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Tahap pertama yang harus dilakukan dalam mengumpulkan data penelitian adalah dengan mempersiapkan alat ukur untuk mengumpulkan data penelitian. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian adalah skala psikologi yaitu skala kualitas pelayanan dan skala kepuasan konsumen.

1. Skala Kualitas Pelayanan

Skala Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini disusun berdasarkan lima askpek yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml & Berry(2013) yaitu, *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (berwujud).

a). Reliability (kehandalan)

Yaitu kemampuan untuk melakukan pelayananyang dijanjikan secara andal dan akurat. Parasuraman (dalam Sangadji & Sopiah 2013) Menyebutkan bahwa *reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat *(accurately)* dan kemampuan untuk dipercaya *(dependably)* terutama memberikan jasa secara tepat waktu *(on time),* dengan cara yang sama yang sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan. Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Soromi, 2019) *reliability* (kehandalan) adalah kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

b). *Responsiveness* (daya tanggap)

Yaitu keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen. Parasuraman (dalam Sangadji & Sopiah 2013) menyebutkan bahwa *Responsiveness*(daya tanggap), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Soromi, 2019) *responsiveness* (daya tanggap) adalah keinginan karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap, yaitu motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi konsumen dalam menggunakan jasa.

c). *Assurance* (jaminan)

Yaitu pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan. Parasuraman (dalam Sangadji & Sopiah 2013) menyebutkan *assurance* (jaminan) meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan resiko. Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Soromi, 2019) *assurance* (jaminan) yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari konsumen.

d). *Empathy* (empati)

Yaitu perhatian, pelayanan pribadi yang diberikan kepada konsumen. Parasuraman (dalam Sangadji & Sopiah 2013) menyebutkan *empathy* (empati),

meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhn dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan. Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Soromi, 2019) *empathy* (empati/perhatian) meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dan melayani konsumen.

e). *Tangibles* (bukti fisik)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personalia, dan bahan tertulis. Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personalia, dan bahan tertulis. Parasuraman (dalam Sangadji & Sopiah 2013) menyebutkan produk-produk fisik (tangibles), meliputi tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Soromi, 2019) *tangibels* (bukti fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Total keseluruhan dari pengukuran skala kualitas pelayanan terdiri dari 36 aitem yang dibagi menjadi menjadi 18 aitem *favorable* dan 18 aitem u*nfavorable*. Aitem *favorable* berfungsi jika mendukung pernyataan adanya kualitas pelayanan transportasi *online* Grab di Banda Aceh, dan sebaliknya aitem *unfavorable* untuk pernyataan tidak mendukung. Aitem-aitem *favorable* dan *unfavorable* skala kualitas pelayanan.

Tabel 3.1
Blue Print Skala Kualitas Pelayanan

No	Aspek	No Aitem		Jumlah	Persentase (%)
		Favorable	*Unfavorable*		
1.	*Reliability* (kehandalan)	1, 2, 3, 4	7, 8, 9, 10	8	22%
2.	*Responsiveness* (daya tanggap)	5, 6, 13,	11, 12, 19	6	17%
3.	*Assurance* (jaminan)	14,15, 16, 17	20, 21, 22, 23	8	22%
4.	*Empathy* (empati)	18, 25, 26, 27	24, 31, 32, 33	8	22%
5.	*Tangibles* (berwujud)	28, 29, 30	34, 35, 36	6	17%
	Total	18	18	36	100%

2. Kepuasan Konsumen

Skala kepuasan konsumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan aspek-aspek kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh Wilkie (1990) yaitu: *expectation* (harapan), *performance* (kinerja), *comparison* (kesesuaian), *confirmation disconfirmation* (penegasan), dan *discrepancy* (ketidak-sesuaian).

a). *Expectations* (harapan)

Sesuatu yang mempengaruhi kepuasan konsumen dimulai dari tahap sebelum membeli produk, yakni ketika konsumen mengembangkan harapan mengenai apa yang akan diterimanya setelah membeli produk. Wilkie (dalam Hutabarat, dkk, 2016) menyebutkan bahwa *expectation* (harapan) adalah harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan mereka. Kepuasan konsumen sangat bergantung pada persepsi dan harapan konsumsi (Gazperz, 2002).

b). *Performance* (kinerja)

Selama melakukan kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan konsumen. Wilkie (dalam Hutabarat, dkk, 2016) menyebutkan bahwa *performance* (kinerja), merupakan pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Selama mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen menyadari kegunaan produk aktual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen.

c). *Comparison* (kesesuaian)

Setelah mengkonsumsi produk, terjadi adanya harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja dibandingkan oleh konsumen. Wilkie (dalam Hutabarat, dkk, 2016) *comparison* (perbandingan), setelah mengkonsumsi barang atau jasa maka konsumen akan membandingkan harapan terhadap kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

d). *Confirmation disconfirmation* (penegasan)

Penegasan dari keinginan konsumen, apakah keinginan sebelum membeli dengan persepsi pembelian sama atau tidak. Wilkie (dalam Hutabarat, dkk, 2) *confirmation* atau *disconfirmation,* harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda atau dari pengalaman orang lain. Melalui penggunaan merek lain dan komunikasi dari perusahaan serta orang lian, konsumen membandingkan harapan

kinerja barang atau jasa yang dibeli dengan kinerja aktual produk. *Disconfirmation* terjadi ketika harapan melebihi kinerja aktual barang atau jasa.

e). *Discrepancy* (ketidak-sesuaian)

Jika tingkat kinerja tidak sama, pengakuan ketidaksamaan menentukan perbedaan satu sama lain. Diskonfirmasi yang negatif menentukan kinerja yang aktual ada di bawah tingkat harapan maka semakin besar ketidakpuasan konsumen. Wilkie (dalam Hutabarat, dkk, 2016) menyebutkan bahwa *discrepancy* (ketidaksesuaian), mengindikasikan bagaimana perbedaan antara level kinerja dengan harapan. *Negative disconfirmation* yaitu ketika kinerja aktual berada dibawah level harapan, kesenjangan yang lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan. Sebaliknya *positive disconfirmation* yaitu ketika kinerja aktual berada di atas level harapan. Ketika konsumen puas, maka konsumen akan menggunakan barang atau jasa yang sama, dan ketika konsumen merasa tidak puas maka konsumen akan menuntut perbaikan atau komplain terhadap perusahaan.

Total keseluruhan dari pengukuran skala kepuasan konsumen terdiri dari 28 yang dibagi menjadi 14 aitem favorable dan 14 aitem unfavorable. Aitem favorable berfungsi jika mendukung pernyataan adanya kepuasan konsumen pada konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh, sebaliknya aitem unfavorable untuk pernyataan tidak mendukung. Aitem-aitem favorable dan unfavorable skala kepuasan konsumen, secara spesifik dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2
Blue Print Skala Kepuasn Konsumen

No	Aspek	No Aitem		Jumlah	Persentase (%)
		Favorable	*Unfavorable*		
1.	*Expectations* (harapan)	1, 2, 3,	8, 9, 10	6	21,42
2.	*Performance* (kinerja)	4, 5, 6	11, 12, 13	6	21,42
3.	*Comparison* (kesesuaian)	7	14	2	7,14
4.	*Confirmation disconfirmation* (penegasan)	15, 16	22,23	4	14,28
5.	*Discrepancy* (ketidak-sesuaian)	17,18,19,20,21	24,25,26,27,28	10	35,71
Total		14	14	28	100%

Skala kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki empat pilihan jawaban. Yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Penilaiannya dimulai dari nomor empat sampai no satu untuk aitem *favorable*, dan dimulai dari nomor satu sampai empat untuk aitem *unfaforable*.

Tabel 3.3
Skor Aitem Skala Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Jawaban	*Favorable*	*Unfavorable*
SS (Sangat Setuju)	4	1
S (Setuju)	3	2
TS (Tidak Setuju)	2	3
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	4

2. Prosedur Penelitian

Tahapan pertama yang harus peneliti lakukan sebelum penelitian adalah membuat alat ukur penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini menggunakan alat ukur skala psikologi. Adapn skala yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari skala kualitas pelayanan dan skala kepuasan konsumen. Skala psikologi ini disusun menggunakan skala Likert.

Selanjutnya penyusunan skala psikologi dimulai dengan memilih definisi yang mendasari konsep psikologi yang hendak diukur. Azwar (2017) menyebutkan bahwa awal kerja penyusunan skala psikologi dimulai dari melakukan identifikasi tujuan ukur, yaitu memilih suatu definisi, mengenali dan memahami dengan seksama teori yang mendasari konstrak psikologi tersebut dijabarkan menjadi indikator-indikator yang akan dijadikan untuk menyusun aitem-aitem instrumen berupa pernyataan yang dirumuskan secara *favorable* dan *unfavorable*. Selanjutnya adalah melakukan *expert judgement* (pertimbangan ahli) yang bertujuan untuk melihat dan mempertimbangkan kesesuaian alat ukur.

a. Pelaksanaan uji coba (*try out*) alat ukur

Uji coba alat ukur dilakukan pada tanggal 11 januari sampai 17 januari 2020 kepada 122 orang subjek penelitian, konsumen transportasi *online* Grab yang berdomisili di Banda Aceh. data uji coba ini digunakan juga untuk data penelitian, uji coba ini hanya diberikan satu kali kepada subjek (*single trial administrasion*) (Azwar, 2009).

Pelaksanaan uji coba dibagikan dengan mengirim link https://bit.ly/2QIDihu skala *online* melalui grup-grup whatsaap dan juga melalui secara langsung yaitu dengan membagikan skala kepada konsumen tranasportasi

online yang peneliti temui. Setelah data terkumpul peneliti akan melakukan skoring dan analisis data dengan bantuan program *SPSS versi 20.* Kemudian data daya beda dibawah 0,30 (ketentuan berdasarkan Azwar, 2012) akan digugurkan dan tidak akan dijadikan sebagai data penelitian.

F. Validitas dan Reliabiltas Alat Ukur

Sebelum penelitian dilakukan terlebih dahulu dilakukan uji alat ukur untuk mengetahui validitas dan reliabilitas item, sehingga data penelitian dapat dipertanggungjawabkan.

1. Validitas

Menurut Azwar (2016) validitas merupakan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah validitas isi (*content validity*). Menurut Azwar (2016) validitas isi adalah validitas yang diestimasi dan dikuantifikasi lewat pengujian terhadap isi skala melalui *expert review* oleh beberapa orang reviewer utuk memeriksa apakah masing-masing aitem mencermikan ciri perilaku yang ingin diukur. Oleh karena itu, untuk mecapai validitas tersebut skala yang telah disusun akan dinilai oleh beberapa orang *reviewer*.

Komputasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah komputasi *CVR* (*Content Validity Ratio*). Rumus yang digunakan untuk mnghitung *CVR* (*Content Validity Ratio*) didapat dari hasil penilaian sekelompok ahli yang disebut *SME* (*Subject Matter Expert)*, *SME* diminta untuk menyatakan apakah isi suatu

aitem dikatakan esensisla untuk mendukung atribut psikologis yang akan diukur (Azwar, 2016). Suatu aitem dikatakan esensial apabila aitem tersebut dapat mempresentasikan dengan baik tujuan pengukuran.

Statistik *CVR* dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CVR} = \frac{2ne}{n} - 1$$

Keterangan:

ne = banyaknya SME yang menilai suatu aitem "esensial"
n = banyaknya SME yang melakukan penilaian

Angka *CVR* bergerak antara -1 .00 sampai dengan +1.00 dengan *CVR* = 0,00 berarti bahwa 50% dari *SME* dalam panel menyatakan aitem adalah esensial dan karenanya valid (Azwar, 2017). Hasil komputasi *CVR* dari skala kualitas pelayanan yang peneliti pakai dengan *expert judgment* sebanyak tiga orang dapat dilihat pada tabel 3. 4.

Tabel 3.4
Koefisien CVR Skala Kualitas Pelayanan

No.	**Koefisien *CVR***	No.	**Koefisien *CVR***	No.	**Koefisien *CVR***	No.	**Koefisien *CVR***
1.	1	11.	1	21.	1	31.	1
2.	1	12.	1	22.	1	32.	1
3.	1	13.	1	23.	1	33.	1
4.	1	14.	1	24.	1	34.	1
5.	1	15.	1	25.	1	35.	1
6.	1	16.	1	26.	1	36.	1
7.	1	17.	1	27.	1		
8.	1	18.	1	28.	1		
9.	1	19.	1	29.	1		
10.	1	20.	1	30.	1		

Hasil komputasi *CVR* dari skala kepuasan konsumen yang peneliti pakai dengan *expert judgment* sebanyak tiga orang dapat dilihat pada tabel 3.5.

Tabel 3. 5
Koefisien CVR Skala Kepuasan Konsumen

No.	Koefisien *CVR*	No.	Koefisien *CVR*	No.	Koefisien *CVR*
1	1	11	1	21	1
2	1	12	1	22	1
3	1	13	1	23	1
4	1	14	1	24	1
5	1	15	1	25	1
6	1	16	1	26	1
7	1	17	1	27	1
8	1	18	1	28	1
9	1	19	1		
10	1	20	1		

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penilaian SME pada dua skala di atas (tabel 3.4 dan tabel 3.5 memperlihatkan bahwa semua nilai koefisien *CVR* di atas nol (0) sehingga semua aitem dinyatakan valid.

2. Reliabilitas

Pengertian reliabilitas mengacu pada kepercayaan atau konsistensi hasil ukur, yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran (Azwar, 2012: 111). Dalam penelitian ini uji reliabilitas yang digunakan adalah program statistik *IBM SPSS Statistics* 20 dengan menggunakan bentuk *Alpha Cronbach.*

Sebelum melakukan uji reliabilitas, terlebih dahulu melakukan uji daya beda aitem. Uji daya beda aitem dilakukan dengan menggunakan perhitungan korelasi *product moment* dari *Pearson*.

Berikut rumus korelasi *product moment*:

$$r_{iX} = \frac{\sum iX - \frac{\sum i}{n}}{\sqrt{\left[\sum i^2 - \left(\frac{\sum i^2}{n}\right)\right]\left[\sum X^2 - \left(\frac{\sum X^2}{n}\right)\right]}}$$

Keterangan :
i : Skor aitem
X : Skor Skala
n : Banyaknya Responden

Kriteria dalam pemilihan aitem yang penulis gunakan adalah berdasarkan korelasi aitem total yang menggunakan batasan $r_{ix} \geq 0{,}3$. Setiap aitem yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 daya bedanya dianggap memuaskan, sebaliknya aitem yang memiliki harga r_{ix} kurang dari 0,30 diinterpretasikan memiliki daya beda yang rendah (Azwar, 2012)

a. Kualitas Pelayanan

Berikut tabel koefisien daya beda aitem kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 3.6.

Tabel 3.6
Koefisien Daya Beda Aitem Kualitas Pelayanan

No.	Rix	No.	Rix	No.	Rix	No.	Rix
1.	0,387	11.	0,542	21.	0,411	31.	0,390
2.	0,405	12.	0,415	22.	0,647	32.	0,259
3.	0,505	13.	0,407	23.	0,673	33.	0,583
4.	0,463	14.	0,586	24.	0,574	34.	0,358
5.	0,316	15.	0,424	25.	-0,090	35.	0,276
6.	0,498	16.	0,480	26.	0,563	36.	0,315
7.	0,277	17.	0,579	27.	0,179		
8.	0,463	18.	0,413	28.	0,496		
9.	0,485	19.	0,444	29.	0,349		
10.	0,438	20.	0,537	30.	0,220		

Berdasarkan tabel 3.6, dari 36 aitem diperole 30 aitem yang terpilih dan 5 aitem yang tidak terpilih (7, 25, 27, 30, 32, 35). Selanjutnya 24 aitem tersebut dilakukan analisis reliabilitas.

Hasil analisis reliabilitas pada skala kualitas pelayanan diperoleh rix = 0,895 selanjutnya peneliti melakukan analisis reliabilitas tahap kedua dengan

membuang enam aitem yang tidak terpilih (daya beda rendah). Hasil analisis reliabilitas pada skala kualitas pelayanan tahap kedua diperoleh rix = 0,905.

Berdasarkan hasil validitas dan reliabilitas di atas, peneliti memaparkan *blue print* terakhir dari skala kualitas pelayanan yang dipaparkan pada tabel 3.7.

Tabel 3.7
Blue Print Akhir Skala Kualitas Pelayanan

No	Aspek	No Aitem		Jumlah	Persentase (%)
		Favorable	*Unfavorable*		
1.	*Reliability* (kehandalan)	1, 2, 3	7, 8, 9	6	20%
2.	*Responsiveness* (daya tanggap)	5, 6,	10, 11, 12, 18	6	20%
3.	*Assurance* (jaminan)	13,14, 15, 16,	19, 20,21,22	8	26,66%
4.	*Empathy* (empati)	17, 24	23, 24, 27,28	6	20%
5.	*Tangibles* (berwujud)	25,26	29, 30	4	13,33%
	Total	13	16	30	100%

b. Kepuasan konsumen

Koefisien daya beda aitem kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel 3.8

Tabel 3.8
Koefisien Daya Beda Aitem Kepuasan Konsumen

No	**Rix**	**No**	**Rix**	**No**	**Rix**
1.	0,510	11.	0,339	21.	0,451
2.	0,528	12.	0,409	22.	0,538
3.	0,517	13.	0,403	23.	0,105
4.	0,547	14.	0,282	24.	0,567
5.	0,329	15.	0,317	25.	0,528
6.	0,472	16.	0,346	26.	0,479
7.	0,418	17.	0,409	27.	0,299
8.	0,392	18.	0,600	28	0,154
9.	0,462	19.	0,460		
10.	0,341	20.	0,378		

Berdasarkan tabel 3.7 di atas, dari 28 aitem diperole 24 aitem yang terpilih dan 3 aitem yang tidak terpilih (14, 23, 27, 28). Selanjutnya 24 aitem tersebut

dilakukan analisis reliabilitas. Hasil analisis reliabilitas pada skala kepuasan konsumen diperoleh rix = 0,867. Selanjutnya peneliti melakukan analisis reliabilitas tahap kedua dengan membuang empat aitem yang tidak terpilih (daya beda rendah). Hasil analisis reliabilitas pada skala kepuasan konsumen tahap kedua diperoleh rix = 0,867.

Berdasarkan hasil validitas dan reliabilitas di atas, peneliti memaparkan *blue print* terakhir dari skala kepuasan konsumen yang dipaparkan pada tabel 3.9.

Tabel 3.9
Blue Print Akhir Skala Kepuasan Konsumen

No	Aspek	No Aitem		Jumlah	Persentase (%)
		Favorable	*Unfavorable*		
1.	*Expectations* (harapan)	1, 2, 3	8, 9, 10	6	25%
2.	*Performance* (kinerja)	4, 5, 6	11, 12, 13	6	25%
3.	*Comparison* (kesesuaian)	7		1	4,16%
4.	*Confirmation disconfirmation* (penegasan)	14, 15	21	3	12,5%
5.	*Discrepancy* (ketidak-sesuaian)	16, 17, 18, 19, 20	22, 23, 24	8	33,33%
	Total	14	10	24	100%

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan dan analisis data adalah langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian dikarenakan pengolahan dan analisa data berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian. Pengolahan analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *product moment* yaitu untuk melihat hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dengan menggunakan aplikasi statistik *IBM SPSS Statistics* 20. Namun, sebelum mengolah data dilakukan uji prasyarat terlebih dahulu.

1. Uji Prasyarat

Uji prasyarat yang dilakukan adalah uji normalitas sebaran dan uji linieritas hubungan dengan menggunakan statistik *IBM SPSS Statistics* 20.

a. Uji normalitas sebaran

Sudarmanto (dalam Gunwan, 2016) menyebutkan tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal, karena data yang baik adalah data yang menyerupai distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan uji Kolmogorov Smirnov yang dapat digunakan dengan menggunakan program analisis statistik *IBM SPSS Statistics* 20. Apabila nilai probabilitas ≥ 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai probabilitas < 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi tidak normal .

b. Uji linieritas hubungan

Gunawan (2016) menyatakan bahwa uji linieritas merupakan syarat untuk semua uji hipotesis hubungan, yang bertujuan untuk melihat apakah hubungan dua variabel membentuk garis lurus linier. Caranya dengan membandingkan data empirik dengan data ideal. Prinsip uji linieritas adalah melihat apakah penyimpangan garis hubungan antardata menjauhi atau mendekati garis linier. Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linear tidaknya hubungan antar masing-masing *scatter diagram* dan garis *best-fit* yang diperoleh dengan bantuan program analisis statistik *IBM SPSS Statistics* 20. Dua variabel dikatakan mempunyai

hubungan yang dapat ditarik lurus apabila nilai signifikansi pada linieritas lebih dari dari 0,05 dengan menggunakan rumus *Anova* dengan cara membandingkan nilai *F* dengan *F* tabel dengan taraf signifikansi 5%.

c. Uji hipotesis

Selanjutnya adalah tahap uji hipotesis penelitian. Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian inni yaitu bahwa kualitas pelayanan berkorelasi dengan kepuasan konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh. maka teknik teknik analisa data yang digunakan adalah metode korelasi. Teknik korelasi yang dilakukan yaitu korelasi *product moment* dari Pearson dengan bantuan statistik *IBM SPSS Statistics* 20. Adapun rumus korelasi *product moment* tersebut, sebagai berikut:

$$r_{iX} = \frac{\sum iX - \frac{\sum i}{n}}{\sqrt{\left[\sum i^2 - \left(\frac{\sum i^2}{n}\right)\right]\left[\sum X^2 - \left(\frac{\sum X^2}{n}\right)\right]}}$$

Keterangan :
i : Skor aitem
X : Skor Skala
n : Banyaknya Responden

BAB IV
HASIL PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh. Sampel penelitian sebanyak 122 konsumen yang menggunakan transportasi *online* Grab yang berdomisili di Banda Aceh. Data demografi sampel penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Data Demografi Sampel Penelitian

No	Deskripsi Sampel	Kategori	Jumlah (n)	Persen (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	32	26,22 %
		Perempuan	90	73,77 %
2	Usia	16-25	94	77,04%
		26-34	14	11,47%
		35-43	12	9,83%
		44-52	1	0,81%
		>52	1	0,81%
4	Suku	Aceh	105	86,06 %
		Gayo	6	4,91 %
		Minang	5	4,09 %
		Batak	2	1,63 %
		Melayu	2	1,63 %
		Jawa	1	0,81 %
		Nias	1	0,81 %
5	Pendidikan Terakhir	SMA	64	52,45 %
		DIII	4	3,27 %
		S1	40	32,78 %
		S2	13	10,65%
		S3	1	0,81 %
6	Pekerjaan	Mahasiswa	54	44,26%
		Guru	10	8,19%
		Dosen	9	7,37%
		Wiraswasta	18	14,75%
		Freelance	5	4,09%
		Barista	1	0,81%
		Content Blogger	1	0,81
		PNS	5	4,09%
		Karyawan	8	6,55%
		Pekerjaan lainnya	11	9,01%

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diliat bahwa sampel pada penelitian ini didominasi oleh perempuan dengan jumlah sebanyak 90 orang (73,77%) sedangkan sampel yang berjenis kelamin laki-laki hanya sebanyak 32 orang (22,22%),. Berdasarkan usia konsumen didominasi oleh rentang usia 16-25 tahun sebanyak 94 orang (77,04%) disusul oleh rentang usia 26-34 tahun sebanyak 14 orang (11,47%), rentang usia 35-43 tahun sebanyak 12 orang (9,83%), rentang usia 44-52 tahun sebanyak 1 orang (0,81%), dan rentang usia >52 tahun sebanyak 1 orang (0,81%).

Berdasarkan suku, mayoritas sampel bersuku aceh yaitu sebayak 105 orang (86,06%), sedangkang suku dengan jumlah paling sedikit adalah Jawa dan Nias masing-masing 1 orang (0,81%). Jika dilihat dari pendidikan terakhir mayoritas sampel berada pada tingkatakan SMA sebanyak 64 orang (52,45%), disusul dengan DIII sebanyak 4 orag (3,27%), S1 sebanyak 40 orang (32,78%), S2 sebanyak 13 orang (10,65%), dan S3 dengan jumlah paling sedikit yaitu sebanyak 1 orang (0,81).

Sementara itu jika dilihat dari pekerjaan didominasi oleh mahasiswa dengan jumlah sebanyak 54 orang (44,26%), sedangkan kategori pekerjaanyang paling sedikit adalah barista sebanyak dan *content blogger* yang masing-masing berjumlah sebanyak 1 orang (0,81).

B. Hasil Penelitian

1. Kategorisasi Data Penelitian

Pemagian kategorisasi sampel penelitian yang digunakan penelitian berdasarkan model distribusi normal dengan kategorisasi jenjang (ordinal). Tujuan kategorisasi jenjang ordinal adala untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kotinum berdasarkan atribut yang diukur (Azwar, 2012).

Azwar (2012) menjelasakan cara pengkategorian diperoleh dengan membuat kategori skor subjek berdasarkan satuan deviasi standar populasi. Karena kategorisasi ini bersifat relative, maka luasnya interval yang mencakup setiap kategori yang diinginkan dapat ditetapkan secara subjektif selama penetapan itu berada dalam batas kewajaran dan dapat diterima akal. Deskripsi data hasil penelitian tersebut dapat dijadikan batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi.

a. Skala kualitas pelayanan

Analisis deskiptif dilakukan untuk melihat deskriptif data hipotetik untuk melihat kemugkinan yang terjadi di lapangan, serta analisis empirik untuk melihat keadaan yang sebenarnya di lapangan. Deskripsi data hasil peelitia dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2
Deskripsi Data Penelitian Kualitas Pelayanan

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	*Mean*	SD	Xmaks	Xmin	*Mean*	SD
Kualitas Pelayanan	116	30	72,5	14,5	111	68	85,61	8,79

Keterangan Rumus Skor Hipotetik:

1. Skor maksimal (Xmaks) adalah hasil perkalian jumlah utir skala dengan nilai tertinggi dari pembootan pilihan jawaban

2. Skor minimal (Xmin) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terend ah dari pembobotan pilihan jawaban
3. *Mean* (M) dengan rumus μ = (skor maks + skor min) / 2
4. Standar deviasi (SD) dengan rumus S= (skor maks – skor min) / 6

Berdasarkan hasil statistik data penelitian kualitas pelayanan pada tabel 4.2, analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa jawaban maksimal adalah 116 jawaban, minimal 30 jawaban, nilai rerata 72,5, dan standar deviasi 14,5. Sedangkan analisis empirik menujukkan jawaban maksimal adalah 111 minimal 68, nilai rerata 85,61, dan stadar deviasi adalah 8,79. Deskripsi data penelitian yang terdiri dari tiga kategori yaitu tinggi, sedag dan rendah dengan metode kategorisasi jenjang (ordinal). Berikut rumus pengkategorian pada skala kualitas pelayanan.

Rendah = $X < (\bar{x} - 1{,}0\ SD)$
Sedang = $(\bar{X} - 1{,}0\ SD) \leq X < (\bar{X} + 1{,}0\ SD)$
Tinggi = $(\bar{X} + 1{,}0\ SD) \leq X$
Keterangan:
$\bar{X}$ = *Mean* empirik pada skala
SD = Standar deviasi
X = Rentang butir pernyataan

Berdasarkan rumus kategorisasi jenjang (ordinal), maka didapatka hasil kategorisasi skala kualitas pelayanan sebagaimana pada tabel 4.3 dibawah ini.

Tabel 4.3
Kategorisasi Kualitas Pelayanan Pada Konsumen Trasportasi Online Grab di Banda Aceh

Kategori	**Iterval**	**Frekuensi (n)**	**Persentase (%)**
Rendah	X <76,82	15	12,29%
Sedang	X≤94,4	90	73,77%
Tinggi	X≥94,4	17	13,94%
Jumlah		122	100%

Hasil kategorisasi kualitas pelayanan pada konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh. Pada tabel 4.3 di atas, menunjukkan bahwa mayoritas konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh memiliki tingkat kepuasan yang berada pada tingkat kategori sedang yaitu sebanyak 88 orang. Sedangkan sisanya berada pada kategorisasi rendah yaitu sebanyak 15 orang dan kategori tinggi sebanyak 15 orang.

b. Skala kepuasan konsumen

Analisis deskiptif dilakukan untuk melihat deskriptif data hipotetik untuk melihat kemugkinan yang terjadi di lapangan, serta analisis empirik untuk melihat keadaan yang sebenarnya di lapangan. Deskripsi data hasil peelitia dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4
Deskripsi Data Penelitian Skala Kepuasan Konsumen

Variabel	**Data Hipotetik**				**Data Empirik**			
	Xmaks	**Xmin**	***Mean***	**SD**	**Xmaks**	**Xmin**	***Mean***	**SD**
Kepuasan Konsumen	96	24	60	12	92	52	68,62	7,51

Keterangan Rumus Skor Hipotetik:

1. Skor maksimal (Xmaks) adalah hasil perkalian jumlah utir skala dengan nilai tertinggi dari pembootan pilihan jawaban
2. Skor minimal (Xmin) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban
3. *Mean* (M) dengan rumus μ = (skor maks + skor min) / 2
4. Standar deviasi (SD) dengan rumus S= (skor maks – skor min) / 6

Berdasarkan hasil statistik data penelitian kepuasan konsumen pada tabel 4.4, analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa jawaban maksimal adalah 92 jawaban, minimal 51 jawaban, nilai rerata 68,62 dan standar deviasi 7,51. Sedangkan analisis empirik menunjukkan jawaban maksimal adalah 96,

minimal adalah 24, nilai rerata 60, dan standar deviasi 12. Deskripsi data penelitian tersebut juga dapat dijadikan sebagai batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah dengan metode kategorisasi jenjang (ordinal). Berikut rumus pengkategorian pada skala kualitas pelayanan.

Rendah = $X < (\overline{X} - 1{,}0\ SD)$
Sedang = $(\overline{X} - 1{,}0\ SD) \leq X < (\overline{X} + 1{,}0\ SD)$
Tinggi = $(\overline{X} + 1{,}0\ SD) \leq X$

Keterangan:
$\overline{X}$ = *Mean* empirik pada skala
SD = Standar deviasi
X = Rentang butir pernyataan

Berdasarkan rumus kategorisasi jenjang (ordinal), maka didapatkan hasil kategorisasi skala kualitas pelayanan sebagaimana pada tabel 4.5 di bawah ini.

Tabel 4.5
Kategorisasi Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Trasportasi Online Grab Di Banda Aceh

Kategori	**Iterval**	**Frekuensi (n)**	**Persentase (%)**
Rendah	X<61,11	19	15,57%
Sedang	X≤ 76,13	87	71,31%
Tinggi	X≥ 76,13	16	13,11%
Jumlah		122	100%

Hasil kategorisasi kepuasan konsumen pada konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh. Pada tabel 4.5 di atas, menunjukkan bahwa mayoritas transportasi *online* Grab di Banda Aceh memiliki tingkat kualitas pelayanan pada kategori sedang sebanyak 87 orang. Sedangkan sisanya berada pada kategori rendah sebanyak 19 orang dan kategori tinggi sebanyak 16 orang.

2. Uji Prasyarat

Peggunayan uji prasyarat pada peelitian ini bertujuan menentukan uji statistik yan aka digunakan untuk mengetahui korelasi antar variabel.

a. Uji normalitas sebaran

Hasil uji normalitas sebaran data secara non-parametrik dengan menggunakan teknik *one sample* Kolmogorov Smirnov *test* melalui program SPSS dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasa konsumen dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6
Uji Normalitas Sebaran Data Penelitian

Variabel Penelitian	**Koefisien K-S Z**	ρ
Kualitas Pelayanan	1,346	0,053
Kepuasan Konsumen	1,162	0,134

Berdasarkan penjelasan tabel 4.6 di atas terlihat bahwa variabel kualitas pelayanan berdistriusi normal K-S Z = 1,346 dengan nilai ρ = 0,053 (ρ>0,05). Sebaran data pada variabel kepuasan konsumen juga diperoleh sebaran data yang berdistribusi normal K-S Z =1,162 dengan ilai ρ = 0,134 (ρ>0,005). Dari dua variabel di atas terlihat berdistribusi normal, oleh karena itu hasil penelitian dapat digenaralisasikan pada populasi penelitian.

b. Uji linearitas hubungan

Hasil uji linearitas hubungan data dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7
Uji Linearitas Hubungan Data Penelitian

Variabel Penelitian	**F *Deviation From Linearity***	ρ
Kualitas Pelayanan Kepuasan Kosumen	1,395	0,110

Berdasarkan tabel 4.7 di atas diperoleh F *Deviation From linearity* kedua variabel di atas yaitu sebesar 1,395 dengan nilai ρ= 0,110 (ρ>0,05), maka dapat dikatakan terdapat hubungan yang linear antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh.

3. Uji hipotesis

Setelah terpenuhi uji prasyarat terpenuhi, maka langkah yang dilakukan selanjutnya yaitu uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan denga n meggunakan analisis korelasi *product moment* dari Pearson, hal ini karena kedua variabel penelitian berdistribusi normal dan linear. Metode ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen transportasi *olie* Grab di Banda Aceh. Hasil analisis hipotesis dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini:

Tabel 4.8
Uji Hipotesis Data Penelitian

Variabel Penelitian	**Pearson *Correlation***	ρ
Kualitas Playanana Kepuasan Konsumen	0,752	0,000

Berdasarkan tabel 4.8 di atas diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,752 dengan taraf signifikansi 0,000 (ρ < 0,05) artinya terdapat hubungan positif yang sangat

signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen (Hipotesis diterima). Hubungan tersebut mengartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan transportasi *online* Grab di Banda Aceh maka akan diikuti dengan semakin tinggi kepuasan konsumen. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang diberikan rendah maka akan semakin rendah pula kepuasan konsumen.

Tabel 4.9
Measure of Assosiation

Variabel Penelitian	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kualitas Playanana Kepuasan Konsumen	0,752	0,566	0,849	0,720

Selanjutnya berdasarkan tabel 4.9 ditemukan hasil koefisien determinasi (R^2) adalah 0,566 atau sama dengan 56,6 %, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 56,6 % terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan 43,4 % lainnya memiliki pengaruh terhadap faktor-faktor lainnya yang tidak ditelliti oleh penulis.

C. Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen (Hipotesis diterima). Hubungan tersebut mengartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan transportasi *online* Grab di Banda Aceh maka akan diikuti dengan semakin tinggi kepuasan konsumen. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang diberikan rendah maka akan semakin rendah pula kepuasan konsumen.

Berdasarkan analisis deskriptif secara empirik, hasil penelitian ini menyatakan bahwa tingkat kualitas pelayanan Grab berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 90 orang (73,77%), sedangkan sisanya berada pada kategori rendah 15 orang (12,29%), dan pada kategori tinggi sebanyak 17 orang (13,94%). Sedangkan analisis data pada kepuasan konsumen ditemukan bahwa tingkat kepuasan konsumen transpportasi *online* Grab berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 87 orang (71,31%), sedangkan sisanya berada pada kategori rendah 19 orang (15,57%), dan pada kategori tinggi sebanyak 16 orang (13,11%).

Dari data penelitian ini juga dapat dilihat bahwa perempuan menjadi mayoritas konsumen transportasi *online* Grab di Aceh sedangkan mayoritas usia konsumen didominasi oleh usia 16-25 dimana rentang usia ini didominasi oleh mahasiswa yang kebanyakan belum memiliki pekerjaan. Sedangkan kategori pendidikan yang paling sedikit adalah S3 yang biasanya pada tingkat pendidikan ini rata-rata memiliki kendaraan pribadi sebagai alat transportasi. Konsumen dengan jumlah paling sedikit berada pada umur 44-52 Tahun ke atas dimana usia ini didominasi oleh orang dewasa akhir dan lansia.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hukmah dengan judul Analisis faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Penumpang Grab di Banda Aceh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakterisitik responden berdasarkan jenis kelamin konsumen Grab di Kota Makassar yang paling banyak berpartisipasi dalam penelitian adalah responden jenis kelamin perempuan dengan jumlah 77 responden atau 77,0% sedangkan laki-laki hanya sebanyak 23 responden atau 23,0%. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Vistara & Resi

(2019) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan (*service quality)* terhadap kepuasan pelanggan konsumen (*costumer statisfaction*) (survey pelanggan jasa transportasi Grab Car di kampus UBD Tanggerang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sebesar 0,848 pada df = 49. Koefisien 0,848 berada pada kisaran kriteria korelasi signifikan. Nilai signifikan juga dapat dilihat dari nilai Sig. (2 tiled), 0,000 <), 005 jadi dapat dikatakan bahwa antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang signifikan dengan arah positif.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Soromi dkk, (2019) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan yang diberikan *driver Grabbike* dengan kepuasan pelanggan yang diterima Mahasiswi FISIP Unsrat, Sulawesi Utara Penelitian lain yang dilakukan Rifaldi (2016) mengenai pengaruh kualitas pelayanan transportasi *online* gojek terhadap kepuasan pelanggan, juga menunjukkan nilai yang positif yaitu semakin baiknya kualitas pelayanan terhadap yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu pendekatan secara kuantitatif yang digunakan hanya diinterpretasikan dalam angka dan presentase yang k emudian dideskripsikan berdasarkan hasil yang diperoleh sehingga tidak mampu melihat lebih luas dinamika psikologis yang terjadi selama proses penelitian. Penyebaran skala dilakukan dengan cara penyebaran via media sosial dengan cara membagikan link kuisioner ke grup-grup di media sosial juga

penyebaran yang disebarkan oleh teman-teman peneliti. Sedangkan penyebaran skala *hard copy* hanya berpusat di dekat-dekat kampus sehingga dapat meyebabkan penyebaran skala yang kurang merata.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahsann sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,752 dengan taraf signifikansi 0,000 ($\rho < 0,05$) artinya terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen (Hipotesis diterima).

Hubungan ini mengartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka akan diikuti dengan semakin meningkat kepuasan konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh. sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan maka akan diikuti dengan semakin rendah pula kepuasan konsumen transportasi *online* Grab di Banda Aceh.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran kepada:

1. Kepada Perusahaan Grab

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting. Sehingga konsumen bisa dapat menjaga loyalitasnya. Agar dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada konsumennya pihak Grab harus memperhatikan kehandalan yang diberikan, mempertahankan kehandalan dan meningkatkan kualitas layanan dari segi waktu tempuh perjalanan, kemamanan, dan kepercayaa.

Ada banyak langkah positif yang bisa dilakukan Grab, adapun beberapa langkah yang dapat peneliti sarankan adalah dengan cara meningkatkan kesopanan *driver* dalam melayani konsumen, memakai atribut yang lengkap, menyesuaiakan waktu tempuh dengan lebih efektif, dan memberikan informasi yang akurat.

2. Kepada Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan acuan atau referensi dalam penelitian selanjutnya yang mengkaji tentang kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

A. Hukmah, Harfinah. (2018). Analisis Faktor yang Mempengruhi Kepuasan Pengguna Grab di Makassar. *Jurnal Of Communication Sciences ((JCoS)*. Vol 1, No 1, (37-38).\

Azwar, Saifuddin. (2016). *Tes Prestasi Fungsi Pengembangan Pengukuran Prestasi Belajar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Azwar, Saifuddin. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Gunawan, Steven. (2017). Persepsi Konsumen Atas Layanan Grab Car Di Surabaya. *AGORA*, Vol. 5, No. 3.

Gunawan, Imam (2017). *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: Rajawali Pers.

Hutabarat, Liber Tommy. (2016). Pengembangan Alat Ukur Kepuasan Kepuasn Terhadap Kualitas Layanan Jasa AKTP Medan. *Jurnal Diversitas,* Vo. 2, No. 2.

Ismail, Fajri. (2018). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Jahanshashi, Ashgar Afshar. (2011). Study The Effects Of Customer Service and Product Quality On Customer Statisfaction and Loyalty. *International Journal Of Humanities and Social Science,* Vol. 1, No. 7.

Kolter, Philip & Keller, Kevin Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Liat Cheng Boon, Mansori Shaheen, & Huei, Cham Tat. (2014). The Associations Between Service Quality, Corporate Image, Customer Statisfaction, and Loyalty: Evidence From The Malaysian Hotel Industry. *Journal of Houspitality Marketing & Management*. 00, 1-13.

Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran jasa Berbasis Kompetensi.* Jakarta: Salemba Empat.

Mar'ati, Nafisa Choiru & Sudarwanto, tri. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap *K*epuasan Pelanggan Jasatransportasi Ojek *Online* (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 3, No. 3

Panjaitan, Januar E. & Yuliati, Ai Lili. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cabang JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Management,* Vol. 11, No, 2, (266)

Rifaldi, Kadunci & Sulitiowati. (2016). Pengaruh kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/i Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. *Epigram*, Vol 13, No. 2.

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Sanjaya, Rahmad. (2018). Gojek Kian menjadi Transportasi Andalan di Banda Aceh. Diunduh Mei 2018, dari https://steemit.com/news/

Sembiring, Anita Christine. (2018). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan Mempertimbangkan Kualitas Layanan dan Harga. *JURITI PRIMA (Jurnal Ilmiah Teknik Industri Prima),* Vol. 2, No. 1, hl. 22-27.

Soromi, K Richard. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online *Grabbike* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.9, No. 1.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).* Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. PT Penerbit IPB Press: Bogor.

Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian.* Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Tjiptono, Fandy. (2018). *Manajemen jasa.* Yogyakarta: Penerbit ANDI.

VikaNatalia, Kristina. (2018). Analisis Perbandingan Persepsi Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Gojek & Grab. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

Vistara, Yosamanta & Resi, Petrus T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality)* Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen (*Costumer Statisfaction*) (Survey Pelanggan Jasa Transportasi Grab Car Di Kampus UBD Tanggerang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis,* Vol, 17, No. 3.

Wikipedia :Ensiklopedia Gratis. Wikipedia, Ensiklopedia Gratis, 5 Februari 2019. Web. 23 Januari 2020, id.wikipedia.org./wiki/Grab_(Perusahaan).

Wilkie, William L. (1990). *Consumer Behavior,* Second Edition, New York: John Willey & Sons inc.

www.grab.com (diakses 1 9 Februari, 2019)

Yuniarti, Vinna Sri. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Zeithaml, Valerie A, Bitner, Mary Jo & Gremler, Dwayne D. (2017). *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm.* United States of America: Mc Graw Hill Education.

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

AR-RANIRY BANDA ACEH 2020

Assalamualaikum Warahmatulallahi Wabarakatuh.

Saya adalah mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Saat ini saya sedang melaksanakan peneitian untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) sebagai salah satu syarat memperoleh gelar kesarjanaan S1 Psikologi. Oleh karena itu, untuk memperoleh data-data yang menunjang penelitian ini saya memohon kesediaan Anda untuk menjawab beberapa pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam skala ini.

Data penelitian ini termasuk identitas akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan dipergunakan dalam penelitian ini. Benar harapan saya untuk Anda dapat berpartisipasi dalam penelitian ini.

Atas kesediaan dan partisipasinya, saya mengucapkan terimakasih. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat Saya,

Peneliti

Rhouzhatun Nisa

IDENTITAS DIRI

Nama (Inisial)	:
Umur	:
Jenis Kelamin	:
Agama	:
Suku	:
Pendidikan Terakhir	:
Pekerjaan	:
Alamat (Desa / Kecamatan)	:
Layanan Grab yang pernah digunakan	:
Transportasi *online* lain yang pernah digunakan	:

Petunjuk Pengisian :

1. Mohon memberikan tanda centang (√) pada jawaban yang anda anggap paling sesuai dan mohon mengisi bagian yang membutuhkan jawaban tertulis.
2. setelah mengisi kuesioner ini di mohon untuk menyerahkan kembali kepada yang menyerahkan kuesioner.
3. keterangan Alternatif Jawaban :
   a. SS : sangat Setuju
   b. S : Setuju
   c. TS : Tidak Setuju
   d. STS : Sangat Tidak Setuju

Skala A (X)

No	Pernyataan	Jawaban			
		S	SS	TS	STS
1	Driver Grab selalu menjemput saya ke alamat yang tepat				
2	Pelayanan yang diberikan Grab dapat dipercaya				
3	Driver Grab mengantar saya ketempat tujuan dengan tepat waktu				
4	Saya merasa puas dengan kebersihan kendaraan yang driver kendarai				
5	Driver Grab menawarkan bantuan tanpa diminta				
6	Driver Grab merespon dengan cepat orderan saya				
7	Saya pernah mendapati kendaraan yang tidak sesuai dengan profil driver Grab				
8	Pelayanan yang diberikan transportasi Grab tidak bisa diandalkan				
9	Waktu kedatangan driver sering lebih lama dari waktu yang ditentukan aplikasi				
10	Terkadang saya kurang puas dengan kondisi kendaraan Grab yang kurang bersih				
11	Driver Grab tidak mau menolong saya memasuki barang kedalam bagasi				
12	Kadang-kadang driver Grab tidak langsung menanggapi orderan saya				
13	Driver Grab menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan konsumen				
14	Driver Grab memiliki pengetahuan mengenai rute dengan baik				
15	Kemampuan yang dimiliki driver Grab sesuai dengan tugasnya				
16	Driver Grab selalu bersikap ramah				
17	Driver Grab bersikap sopan kepada penumpang				
18	Driver Grab mau mencari jalan pintas ketika saya terburu-buru				
19	Saya merasa bahwa driver Grab tidak memiliki keinginan untuk memecahkan masalah saya				
20	Driver Grab tidak memiliki banyak informasi mengenai rute perjalanan				
21	Saya pernah mendapati driver Grab yang berkendara ugal-ugalan				
22	Driver Grab sering bersikap acuh kepada saya				
23	Terkadang driver Grab bertindak kurang sopan kepada penumpang				
24	Driver Grab sering tidak memahami kebutuhan spesifik saya				
25	Saya senang driver Grab mau memahami saat saya memiliki kesulitan				
26	Driver Grab menggunakan bahasa yang baik ketika berbicara dengan saya				

27	Driver Grab memberikan perhatian secara individual kepada penumpangnya				
28	Grab mengutamakan mengoperasikan kendaraan yang layak pakai				
29	Driver Grab selalu memakai atribut berkendara yang lengkap dalam bertugas (helm dan jaket)				
30	Grab memiliki halaman web site yang memberikan banyak informasi				
31	Kebanyakan driver Grab tidak mau memahami kesulitan saya				
32	Driver Grab sering tidak merespon perkataan saya dengan tutur kata baik				
33	Driver Grab kurang perhatian kepada penumpangnya				
34	Driver Grab mengoperasikan kendaraan yang sering mogok				
35	saya sering kesulitan menandai driver Grab karena memakai atribut yang kurang lengkap				
36	Aplikasi Grab tidak menampilkan banyak informasi				

Skala B (Y)

No	Pernyataan	Jawaban			
1	Pelayanan Grabyang saya terima selalusesuai dengan harapan				
2	saya senang menggunakan Grab karena sesuai dengan keinginan saya				
3	Jasa yang saya terima dari Grab sesuai dengan keyakinan saya				
4	Ketika menggunakan Grab saya merasa selalu tepat waktu				
5	Berpergian lebih mudah dengan menggunakan Grab				
6	Saya puas menggunakan layanan Grab karena menyediakan layanan yang benar-benar sesuai dengan kegunaannya				
7	Saya merasa pelayanan yang diberikan oleh Grab lebih baik dari apa yang saya pikirkan sebelumnya				
8	Kode promo Grasb yang saya peroleh sering kali tidak dapat digunakan				
9	layanan-layanan yang tersedia pada aplikasi Grab tidak sesuai dengan keinginan saya				
10	Saya kecewa karena promo yang saya yakini masih berlaku ternyata tidak bisa digunakan				
11	Saya merasa kesulitan dalam memesan Grab				
12	Selama menggunakan layanan Grab, saya merasa lebih boros				
13	Saya merasa beberapa pelayanan yang diberikan Grab kurang berguna				
14	Pelayanan yang saya terima tidak sesuai dengan tarif yang				

	saya bayar				
15	Saya merasa puas karena pelayanan yang saya inginkan sesuai dengan apa yang saya pikirkan				
16	Saya merasa driver Grab selalu berkelakuan baik terhadap pelanggannya dibandingkan dengan driver transportasi online lainnya				
17	Saya merasa puas karena pelayanan dan tarif yang diberikan pihak Grab sesuai dengan harapan saya				
18	Saya merasa senang karena kenyamanan yang ditawarkan Grab melebihi harapan saya				
19	Saya berminat untuk menggunakan kembali layanan Grab				
20	Saya selalu memberikan bintang lima untuk pelayanan yang diberikan				
21	Selama menggunakan transportasi Grab saya tidak memiliki keluhan apapun				
22	Saya kurang puas menggunakan Grab karena pelayanannya tidak sesuai				
23	Menurut saya aplikasi selain Grab lebih bagus, karena lebih mudah digunakan				
24	Saya merasa bahwa kinerja yang ditampilkan driver Grab berada dibawah harapan saya				
25	Saya sering kecewa karena driver Grab yang menjemput tidak sesuai dengan profil di aplikasi				
26	Saya tidak merekomendasikan orang-orang di sekitar saya untuk menggunakan Grab				
27	Saya sering memberikan komentar untuk memperbaiki kualitas driver saat memberi penilaian				
28	Saya memberi komplain atas driver yang usil dan tidak sopan				

TABULASI DATA (UJI COBA) SKALA KUALITAS PELAYANAN

No	Nama (Inis	Umur	JK	Suku	Pendidikan Tera	Pekerjaan	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	**A28**	A29	A30	A31	A32	A33	A34	A35	A36	TOTAL
1	N	22	P	aceh	sma	mahasiswa	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	108
2	Sf	23	P	Gayo	SMA	Mahasiswa	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	134
3	NH	23	P	Aceh	SMA	Pelajar	4	3	2	3	2	3	1	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	94
4	ZH	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99
5	Sh	23	P	Aceh	Sma	Mahasiswi	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	1	3	2	2	3	2	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	93
6	Rm	20	L	Aceh	SMA	Gojek	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	1	3	4	4	4	4	4	4	3	4	121
7	M	23	P	Aceh	S1	Freelance	4	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	102
8	Cutpn	22	P	Aceh	S1	Shadow teacher	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	128
9	AM	21	P	Aneuk jamee	S1	Guru sd	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	100
10	IS	31	L	Aceh	S2	Freelance	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	105
11	VN	37	P	Aceh	S2 profesi	Dosen	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	100
12	RM	22	P	Aceh	S1	Swasta	4	3	3	3	2	3	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	1	3	102
13	UR	21	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	133
14	PH	30	P	Gayo	S1 Psikologi	Wiraswasta	2	3	2	3	3	3	1	3	3	1	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	98
15	ray	25	P	aceh	s1 psikologi	karyawan swasta	4	3	4	3	2	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	2	2	2	3	4	2	3	2	2	2	3	3	3	1	3	95
16	YS	23	P	Aceh	S1	-	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	1	3	1	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	90
17	Zm	27	P	Aceh	S1 psikologi	Guru les	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	107
18	De	25	P	Aceh	S-1	Tenaga Kontrak	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	117
19	Lm	22	P	Aceh	Sma	MahasiSwa	2	3	2	2	2	2	1	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	1	3	3	87
20	MR	22	P	Acrh	Sma	Mahasiswa	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	105
21	UM	19	P	Aceh	S1	Mahasiswa	3	3	3	2	2	4	2	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	102
22	NH	32	P	Minang	Sarjana	IRT	4	4	4	3	4	4	3	3	3	1	3	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	2	3	3	3	2	3	111
23	Ff	30	P	Aceh	S2	Pns	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	116
24	NI	23	P	Aneuk jamee	S1	Guru	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	110
25	WD	21	L	Aceh	SMA	penganguran	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	94
26	Eka	21	P	Aceh	SMA	Rias pengantin	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	103
27	SDR	30	P	Aceh	S-1	Karyawan	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	110
28	WH	20	L	Indie	MAN	Pengusaha	3	3	3	3	2	2	1	3	1	2	2	2	3	2	3	1	1	3	2	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	2	4	4	2	87
29	WHY	20	L	Indie	MAN	Pengusaha	3	3	3	3	2	2	1	3	1	2	2	2	3	2	3	1	1	3	2	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	2	4	4	2	87
30	AH	20	L	Nias	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	95
31	IG	22	P	Gayo	S1	Freelance	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	121
32	A	22	P	Aceh	MAN	Mahasiswi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	102
33	RI	20	P	Aceh	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	103
34	M	21	L	Aceh	Sma	Mahasiswa Abadi	4	4	4	3	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	1	4	4	3	4	128
35	Adi	31	L	Aceh	S1	Jasa	3	3	3	2	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	92
36	GA	23	L	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	4	4	3	3	4	1	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	126
37	RH	37	L	Aceh	SMA	Wiraswasta	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	99
38	YGD	38	P	Minang	S2	Tenaga Ahli dan Do	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	4	4	3	2	110
39	RW	21	L	Aceh	MA	Mahasiswa	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	103
40	SH	24	P	Padang	S1 FKIP Pendid	wiraswasta	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	1	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	1	2	1	98
41	Nsr	31	P	Aceh	S2	PNS	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99
42	Sd	36	P	Aceh	S2	Dosen	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	96
43	CTFN	20	P	Aceh	Sma	Mahasiswa	3	3	3	3	4	4	1	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	1	2	2	2	3	2	2	96
44	HL	40	L	Aceh	Sma	Wiraswasta	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	98
45	SM	25	P	Aceh	S1 Konseling	Guru honor	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4	115
46	KML	34	L	Aceh	Sarjana	swasta	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	1	1	1	117
47	VP	23	P	Aceh	Sma	Akuntan	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	90
48	TU	31	L	Gayo	S1	Guru	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	101
49	MA	36	P	Melayu	S2	Dosen	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	114
50	FAH	35	L	Aceh	SMA	Swasta	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	94
51	Kh	23	P	Aceh	S1	Ex mahasiswa	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	115
52	FAR	20	L	aceh	kuliah	mahasiswa	4	3	2	4	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	1	4	98
53	NUR	38	P	Aceh	S2	Dosen	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	100
54	MEU	22	P	Batak	SMA	Mahasiswi	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2	4	3	3	4	1	4	124
55	ZAR	44	L	aceh	SMA	PNS	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	110
56	YN	37	P	Aceh	S2	PNS	4	3	3	4	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	103

57	NIK	23	P	Melayu	MA	Barista	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	101
58	SIT	25	P	Aceh	Sarjana Keseha	Ex. Mahasiswi	3	4	3	4	2	3	1	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	1	3	91
59	AR	33	L	Aceh	S1	Swasta	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	89
60	MD	20	L	Padang	SMA	Mahasiswa	2	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	2	99
61	MUT	23	P	Aceh	Uin Arraniry	Mahasiswi	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	110
62	GNS	22	P	Medan	D3	Banking	4	4	4	3	3	4	2	3	2	2	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	112
63	ZIK	24	P	Aceh	S1	Wiraswasta	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	110
64	Anonim	26	P	Aceh	Strata 1	Karyawan swasta	2	1	3	3	4	3	3	4	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	111
65	Grey	20	L	Aceh	Sma	Mahasiswa	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	96
66	ZIL	22	P	Indonesia	SMA	Mahasiswa	4	4	4	3	4	4	1	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	4	2	4	3	3	3	3	2	3	111
67	AQ	25	L	Aceh	SMA	Guru	3	3	3	2	2	3	1	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	94
68	RAA	19	L	ACEH	MAN	Mahasiswa	4	4	4	4	4	3	2	4	2	3	4	2	4	4		4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	118
69	HER	38	L	aceh	peringkat bawah	jualan	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	4	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	88
70	SAR	17	P	Aceh	Kuliah	Maha siswa	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	102
71	FIT	21	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	4	4	4	3	4	1	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	120
72	Alarcon	23	L	Aceh	Mahasiswa	Buat tugas kuliah	4	3	4	3	3	2	2	1	2	1	3	2	2	3	4	4	3	1	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	4	3	2	2	2	1	2	2	94
73	DES	23	P	Aceh	S1 Ilmu Politik	Ex mahasiswa	4	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	103
74	IR	32	P	aceh	S1	pns	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	109
75	PUT	22	P	Aceh	D-III	Mahasiswa	3	3	2	3	1	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	4	2	3	4	3	1	3	1	3	4	4	2	4	3	4	4	3	108
76	NSH	23	P	Aceh	Sarjana	Guru	4	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	105
77	AND	35	L	Minang	S2	Dosen UIN	4	3	3	3	3	2	4	3	2	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	4	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	110
78	NAD	22	P	Aceh	S1	Lagi dicari	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	113
79	RAH	20	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	1	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	98
80	MUH	24	L	Aceh	MAN	Mahasiswa / Grab E	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	120
81	AP	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	103
82	A	20	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	1	3	3	2	4	3	2	4	2	3	3	2	3	3	3	3	101
83	NR	20	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	104
84	WFH	20	L	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	4	4	3	4	3	1	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	109
85	MA	22	P	aceh	sma	mahasiswa	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	122
86	FH	31	P	Aceh	S2	Dosen	4	2	3	2	3	3	1	2	2	1	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	4	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	93
87	KP	23	P	Aceh	S1	Ngajar	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	101
88	Amru	23	P	Aceh	S1	Fresh graduate	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	107
89	Asbah	20	L	Aceh	S1	Wiraswasta	3	3	3	3	2	3	1	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	96
90	F	21	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	2	112
91	Yu	37	P	Aceh	S2	Dosen	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	108
92	MSY	22	L	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	4	4	4	3	3	1	3	2	1	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	123
93	CS	54	L	Aceh	S3	Dosen	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	100
94	DS	21	P	Aceh	SMA	Tidak bekerja	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	103
95	RA	23	P	Aceh	Sma	Mahasiswa	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	102
96	AK	23	L	Aceh	Menuju S1	Praktisi Ruqyah dar	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	112
97	Rmil	21	P	Gk tau	Sma	Mahasiswi	4	4	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	1	3	2	2	3	2	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2	3	2	103
98	MA	21	L	Aceh	MA S	Mahasiswa	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	104
99	Ris	19	P	Aceh	MAN	Mahasiswi	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	107
100	ALL	22	P	Aceh	S1 hukum pidar	Alumni	3	4	3	3	2	4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	1	3	4	2	3	4	4	2	3	3	2	1	2	103
101	ZF	23	P	Aceh	D3	Swasta	4	4	4	4	3	3	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	107
102	IR	23	P	Aceh	S1-Informatika	eks mahasiswa	4	4	3	3	3	3	1	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	104
103	DM	23	P	Gayo	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	103
104	RY	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	104
105	Sf	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	1	2	1	2	3	2	4	2	2	3	2	3	2	2	3	1	3	90
106	SU	22	P	jawa	MA Muhammad	mahasiswa	3	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	109
107	MAR	21	P	Indonesia	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	96
108	Dedek	21	P	Aceh	Sma	Pelajar/mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	4	102
109	Jan	22	P	Gayo	S1	Mahasiswi	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	124
110	IR	24	P	Aceh	S1	Freelance	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	4	4	2	3	2	3	2	4	3	3	2	3	100
111	DEA	24	P	ACEH	SMA	Swasta	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	106
112	RED	22	P	Aceh	S1 Farmasi	Mahasiswa	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	123
113	Tia	23	P	Aceh	S1	Guru	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	103
114	Dian	21	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	102
115	KN	23	P	Aceh	S1	Admin	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	104
116	NM	22	P	Aceh	D3 Ilmu Perpust	Mahasiswi	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	106

117	Fn	21	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	101
118	CSM	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	106
119	NF	24	P	Aceh-Jawa	Sarjana Pendidi	Content blogger	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	102
120	SM	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	104
121	MD	22	P	Aceh	SMA	Freelance	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	106
122	S	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	108

Reliability

Scale: Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	121	99,2
	Excluded[a]	1	,8
	Total	122	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,895	,900	36

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3,35	,573	121
VAR00002	3,28	,520	121
VAR00003	3,18	,563	121
VAR00004	3,14	,521	121
VAR00005	2,71	,676	121
VAR00006	3,13	,562	121
VAR00007	2,36	,874	121
VAR00008	3,02	,483	121
VAR00009	2,73	,592	121
VAR00010	2,51	,697	121
VAR00011	2,93	,544	121
VAR00012	2,71	,625	121
VAR00013	3,02	,539	121

VAR00014	2,94	,623	121
VAR00015	3,13	,446	121
VAR00016	2,97	,645	121
VAR00017	3,12	,535	121
VAR00018	3,07	,565	121
VAR00019	2,67	,650	121
VAR00020	2,82	,592	121
VAR00021	2,69	,696	121
VAR00022	2,88	,556	121
VAR00023	2,93	,559	121
VAR00024	2,69	,617	121
VAR00025	3,03	,576	121
VAR00026	3,17	,553	121
VAR00027	2,69	,659	121
VAR00028	3,12	,412	121
VAR00029	2,97	,645	121
VAR00030	3,02	,508	121
VAR00031	2,74	,559	121
VAR00032	2,87	,547	121
VAR00033	2,89	,513	121
VAR00034	3,03	,657	121
VAR00035	2,64	,751	121
VAR00036	2,83	,628	121

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2,916	2,355	3,347	,992	1,421	,049	36
Item Variances	,356	,170	,764	,594	4,500	,012	36
Inter-Item Covariances	,068	-,112	,262	,375	-2,331	,003	36
Inter-Item Correlations	,201	-,242	,760	1,001	-3,146	,028	36

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	101,63	93,819	,387	.	,892
VAR00002	101,69	94,081	,405	.	,892
VAR00003	101,79	92,649	,505	.	,890
VAR00004	101,83	93,506	,463	.	,891

VAR00005	102,26	93,846	,316	.	,894
VAR00006	101,84	92,733	,498	.	,891
VAR00007	102,62	93,004	,277	.	,896
VAR00008	101,96	93,873	,463	.	,891
VAR00009	102,25	92,571	,485	.	,891
VAR00010	102,46	92,101	,438	.	,892
VAR00011	102,04	92,473	,542	.	,890
VAR00012	102,26	93,046	,415	.	,892
VAR00013	101,95	93,898	,407	.	,892
VAR00014	102,03	91,082	,586	.	,889
VAR00015	101,84	94,567	,424	.	,892
VAR00016	102,01	92,092	,480	.	,891
VAR00017	101,86	92,205	,579	.	,889
VAR00018	101,90	93,607	,413	.	,892
VAR00019	102,31	92,464	,444	.	,891
VAR00020	102,16	92,000	,537	.	,890
VAR00021	102,29	92,457	,411	.	,892
VAR00022	102,10	91,257	,647	.	,888
VAR00023	102,04	90,957	,673	.	,888
VAR00024	102,28	91,287	,574	.	,889
VAR00025	101,94	99,138	-,090	.	,900
VAR00026	101,81	92,155	,563	.	,890
VAR00027	102,29	95,741	,176	.	,896
VAR00028	101,86	94,305	,496	.	,891
VAR00029	102,01	93,675	,349	.	,893
VAR00030	101,95	95,998	,220	.	,895
VAR00031	102,24	93,900	,390	.	,892
VAR00032	102,11	95,380	,259	.	,894
VAR00033	102,08	92,426	,583	.	,890
VAR00034	101,94	93,455	,358	.	,893
VAR00035	102,33	93,856	,276	.	,895
VAR00036	102,15	94,211	,315	.	,894

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
104,98	98,441	9,922	36

Reliability

Scale: Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	122	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	122	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,867	,874	28

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3,05	,558	122
VAR00002	3,08	,508	122
VAR00003	3,05	,512	122
VAR00004	2,88	,637	122
VAR00005	3,16	,515	122
VAR00006	3,11	,467	122
VAR00007	2,95	,573	122
VAR00008	2,45	,740	122
VAR00009	2,77	,640	122
VAR00010	2,39	,734	122
VAR00011	2,84	,621	122
VAR00012	2,48	,752	122
VAR00013	2,80	,642	122
VAR00014	2,79	,564	122
VAR00015	3,01	,522	122
VAR00016	2,74	,690	122

VAR00017	2,93	,541	122
VAR00018	2,80	,598	122
VAR00019	3,15	,439	122
VAR00020	3,04	,661	122
VAR00021	2,80	,651	122
VAR00022	2,81	,608	122
VAR00023	2,52	,683	122
VAR00024	2,76	,561	122
VAR00025	2,62	,720	122
VAR00026	2,95	,654	122
VAR00027	2,56	,669	122
VAR00028	2,12	,745	122

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2,808	2,123	3,156	1,033	1,486	,065	28
Item Variances	,385	,193	,566	,373	2,931	,011	28
Inter-Item Covariances	,072	-,106	,276	,382	-2,596	,006	28
Inter-Item Correlations	,198	-,288	,748	1,035	-2,599	,047	28

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	75,57	60,793	,510	.	,860
VAR00002	75,53	61,094	,528	.	,860
VAR00003	75,57	61,140	,517	.	,860
VAR00004	75,74	59,749	,547	.	,858
VAR00005	75,46	62,597	,329	.	,864
VAR00006	75,50	61,855	,472	.	,861
VAR00007	75,66	61,465	,418	.	,862
VAR00008	76,16	60,485	,392	.	,863
VAR00009	75,84	60,529	,462	.	,861
VAR00010	76,22	61,099	,341	.	,864
VAR00011	75,78	61,843	,339	.	,864
VAR00012	76,14	60,204	,409	.	,862
VAR00013	75,82	61,091	,403	.	,862
VAR00014	75,83	62,706	,282	.	,865
VAR00015	75,61	62,654	,317	.	,864

VAR00016	75,88	61,332	,346	.	,864
VAR00017	75,68	61,773	,409	.	,862
VAR00018	75,81	59,642	,600	.	,857
VAR00019	75,47	62,168	,460	.	,862
VAR00020	75,57	61,205	,378	.	,863
VAR00021	75,81	60,551	,451	.	,861
VAR00022	75,80	60,110	,538	.	,859
VAR00023	76,09	63,934	,105	.	,871
VAR00024	75,85	60,292	,567	.	,858
VAR00025	75,99	59,182	,528	.	,858
VAR00026	75,66	60,324	,472	.	,860
VAR00027	76,06	61,955	,299	.	,865
VAR00028	76,49	63,161	,154	.	,870

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
78,61	65,545	8,096	28

IDENTITAS DIRI

Nama (Inisial)	:
Umur	:
Jenis Kelamin	:
Agama	:
Suku	:
Pendidikan Terakhir	:
Pekerjaan	:
Alamat (Desa / Kecamatan)	:
Layanan Grab yang pernah digunakan	:
Transportasi *online* lain yang pernah digunakan	:

Petunjuk Pengisian :

1. Mohon memberikan tanda centang (√) pada jawaban yang anda anggap paling sesuai dan mohon mengisi bagian yang membutuhkan jawaban tertulis.
2. setelah mengisi kuesioner ini di mohon untuk menyerahkan kembali kepada yang menyerahkan kuesioner.
3. keterangan Alternatif Jawaban :
   a. SS : sangat Setuju
   b. S : Setuju
   c. TS : Tidak Setuju
   d. STS : Sangat Tidak Setuju

Skala A (X)

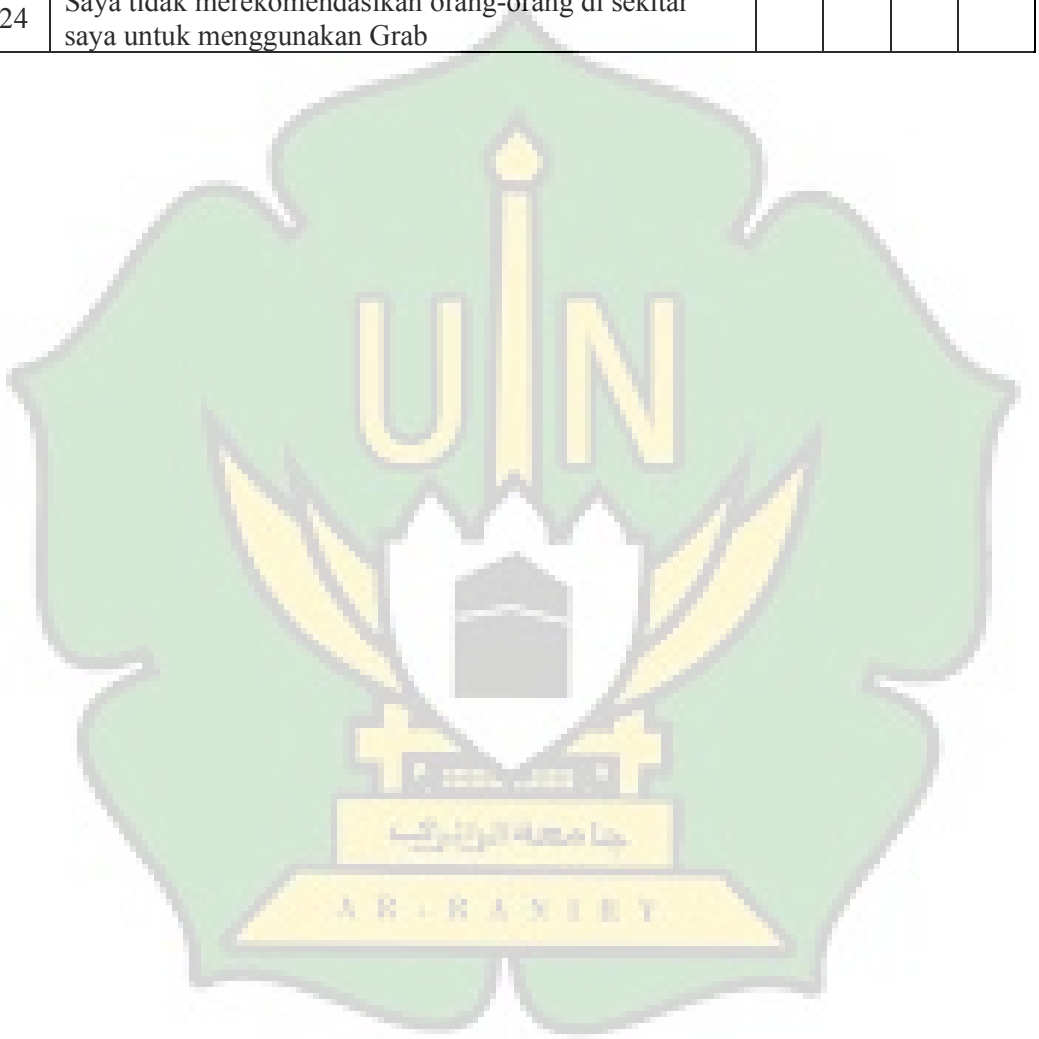
No	Pernyataan	Jawaban			
		S	SS	TS	STS
1	Driver Grab selalu menjemput saya ke alamat yang tepat				
2	Pelayanan yang diberikan Grab dapat dipercaya				
3	Driver Grab mengantar saya ketempat tujuan dengan tepat waktu				
4	Saya merasa puas dengan kebersihan kendaraan yang driver kendarai				
5	Driver Grab menawarkan bantuan tanpa diminta				
6	Driver Grab merespon dengan cepat orderan saya				
7	Pelayanan yang diberikan transportasi Grab tidak bisa diandalkan				
8	Waktu kedatangan driver sering lebih lama dari waktu yang ditentukan aplikasi				
9	Terkadang saya kurang puas dengan kondisi kendaraan Grab yang kurang bersih				
10	Driver Grab tidak mau menolong saya memasuki barang kedalam bagasi				
11	Kadang-kadang driver Grab tidak langsung menanggapi orderan saya				
12	Driver Grab menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan konsumen				
13	Driver Grab memiliki pengetahuan mengenai rute dengan baik				
14	Kemampuan yang dimiliki driver Grab sesuai dengan tugasnya				
15	Driver Grab selalu bersikap ramah				
16	Driver Grab bersikap sopan kepada penumpang				
17	Driver Grab mau mencari jalan pintas ketika saya terburu-buru				
18	Saya merasa bahwa driver Grab tidak memiliki keinginan untuk memecahkan masalah saya				
19	Driver Grab tidak memiliki banyak informasi mengenai rute perjalanan				
20	Saya pernah mendapati driver Grab yang berkendara ugal-ugalan				
21	Driver Grab sering bersikap acuh kepada saya				
22	Terkadang driver Grab bertindak kurang sopan kepada penumpang				
23	Driver Grab sering tidak memahami kebutuhan spesifik saya				
24	Driver Grab menggunakan bahasa yang baik ketika berbicara dengan saya				
25	Grab mengutamakan mengoperasikan kendaraan yang layak pakai				
26	Driver Grab selalu memakai atribut berkendara yang lengkap dalam bertugas (helm dan jaket)				

27	Kebanyakan driver Grab tidak mau memahami kesulitan saya				
28	Driver Grab kurang perhatian kepada penumpangnya				
29	Driver Grab mengoperasikan kendaraan yang sering mogok				
30	Aplikasi Grab tidak menampilkan banyak informasi				

Skala B (Y)

No	Pernyataan	Jawaban			
1	Pelayanan Grabyang saya terima selalusesuai dengan harapan				
2	saya senang menggunakan Grab karena sesuai dengan keinginan saya				
3	Jasa yang saya terima dari Grab sesuai dengan keyakinan saya				
4	Ketika menggunakan Grab saya merasa selalu tepat waktu				
5	Berpergian lebih mudah dengan menggunakan Grab				
6	Saya puas menggunakan layanan Grab karena menyediakan layanan yang benar-benar sesuai dengan kegunaannya				
7	Saya merasa pelayanan yang diberikan oleh Grab lebih baik dari apa yang saya pikirkan sebelumnya				
8	Kode promo Grasb yang saya peroleh sering kali tidak dapat digunakan				
9	layanan-layanan yang tersedia pada aplikasi Grab tidak sesuai dengan keinginan saya				
10	Saya kecewa karena promo yang saya yakini masih berlaku ternyata tidak bisa digunakan				
11	Saya merasa kesulitan dalam memesan Grab				
12	Selama menggunakan layanan Grab, saya merasa lebih boros				
13	Saya merasa beberapa pelayanan yang diberikan Grab kurang berguna				
14	Saya merasa puas karena pelayanan yang saya inginkan sesuai dengan apa yang saya pikirkan				
15	Saya merasa driver Grab selalu berkelakuan baik terhadap pelanggannya dibandingkan dengan driver transportasi online lainnya				
16	Saya merasa puas karena pelayanan dan tarif yang diberikan pihak Grab sesuai dengan harapan saya				
17	Saya merasa senang karena kenyamanan yang ditawarkan Grab melebihi harapan saya				
18	Saya berminat untuk menggunakan kembali layanan Grab				
19	Saya selalu memberikan bintang lima untuk pelayanan yang diberikan				

20	Selama menggunakan transportasi Grab saya tidak memiliki keluhan apapun				
21	Saya kurang puas menggunakan Grab karena pelayanannya tidak sesuai				
22	Saya merasa bahwa kinerja yang ditampilkan driver Grab berada dibawah harapan saya				
23	Saya sering kecewa karena driver Grab yang menjemput tidak sesuai dengan profil di aplikasi				
24	Saya tidak merekomendasikan orang-orang di sekitar saya untuk menggunakan Grab				



DATA TABULASI SKALA KUALITAS PELAYANAN

No	Inisial	Umur	JK	Suku	Pendidikan	Pekerjaan	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	TOTAL
1	N	22	P	aceh	sma	mahasiswa	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	89
2	Sf	23	P	Gayo	SMA	Mahasiswa	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	115
3	NH	23	P	Aceh	SMA	Pelajar	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	79
4	ZH	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
5	Sh	23	P	Aceh	Sma	Mahasiswi	3	3	3	3	2	2	3	2	3	1	3	2	2	3	2	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	76
6	Rm	20	L	Aceh	SMA	Gojek	3	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	102
7	M	23	P	Aceh	S1	Freelance	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	87
8	Cutpn	22	P	Aceh	S1	Shadow teacher	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	1	105
9	AM	21	P	Aneuk jamee	S1	Guru sd	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	83
10	IS	31	L	Aceh	S2	Freelance	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
11	VN	37	P	Aceh	S2 profesi	Dosen	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	84
12	RM	22	P	Aceh	S1	Swasta	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	88
13	UR	21	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	112
14	PH	30	P	Gayo	S1 Psikologi	Wiraswasta	2	3	2	3	3	3	3	3	1	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	4	3	82
15	ray	25	P	aceh	s1 psikologi	karyawan swasta	4	3	4	3	2	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	2	2	2	4	3	2	2	3	3	3	81
16	YS	23	P	Aceh	S1	-	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	1	3	1	3	3	3	2	2	3	3	2	74
17	Zm	27	P	Aceh	S1 psikologi	Guru les	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	91
18	De	25	P	Aceh	S-1	Tenaga Kontrak	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	97
19	Lm	22	P	Aceh	Sma	MahasiSwa	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	2	2	2	1	3	72
20	MR	22	P	Acrh	Sma	Mahasiswa	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	87
21	UM	19	P	Aceh	S1	Mahasiswa	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	84
22	NH	32	P	Minang	Sarjana	IRT	4	4	4	3	4	4	3	3	1	3	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	92
23	Ff	30	P	Aceh	S2	Pns	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	97
24	NI	23	P	Aneuk jamee	S1	Guru	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	92
25	WD	21	L	Aceh	SMA	penganguran	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	79
26	Eka	21	P	Aceh	SMA	Rias pengantin	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	86
27	SDR	30	P	Aceh	S-1	Karyawan	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	94
28	WH	20	L	Indie	MAN	Pengusaha	3	3	3	3	2	2	3	1	2	2	2	3	2	3	1	1	3	2	3	3	2	2	2	1	3	3	2	2	4	2	70
29	WHY	20	L	Indie	MAN	Pengusaha	3	3	3	3	2	2	3	1	2	2	2	3	2	3	1	1	3	2	3	3	2	2	2	1	3	3	2	2	4	2	70
30	AH	20	L	Nias	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	80
31	IG	22	P	Gayo	S1	Freelance	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	103
32	A	22	P	Aceh	MAN	Mahasiswi	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	86
33	RI	20	P	Aceh	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	87
34	M	21	L	Aceh	Sma	Mahasiswa Abadi	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	114
35	Adi	31	L	Aceh	S1	Jasa	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	75
36	GA	23	L	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	108
37	RH	37	L	Aceh	SMA	Wiraswasta	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	82
38	YGD	38	P	Minang	S2	Tenaga Ahli dan Do	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	2	95
39	RW	21	L	Aceh	MA	Mahasiswa	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	86
40	SH	24	P	Padang	S1 FKIP Pendidi	wiraswasta	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	1	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	1	1	83
41	Nsr	31	P	Aceh	S2	PNS	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	83
42	Sd	36	P	Aceh	S2	Dosen	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	80
43	CTFN	20	P	Aceh	Sma	Mahasiswa	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	84
44	HL	40	L	Aceh	Sma	Wiraswasta	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	83
45	SM	25	P	Aceh	S1 Konseling	Guru honor	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	97
46	KML	34	L	Aceh	Sarjana	swasta	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	1	1	100
47	VP	23	P	Aceh	Sma	Akuntan	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	4	4	4	1	1	1	1	75

48	TU	31	L	Gayo	S1	Guru	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	85
49	MA	36	P	Melayu	S2	Dosen	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99
50	FAH	35	L	Aceh	SMA	Swasta	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	79
51	Kh	23	P	Aceh	S1	Ex mahasiswa	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	96
52	FAR	20	L	aceh	kuliah	mahasiswa	4	3	2	4	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	3	3	1	3	3	4	4	83
53	NUR	38	P	Aceh	S2	Dosen	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	85
54	MEU	22	P	Batak	SMA	Mahasiswi	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	108
55	ZAR	44	L	aceh	SMA	PNS	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	92
56	YN	37	P	Aceh	S2	PNS	4	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	88
57	NIK	23	P	Melayu	MA	Barista	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	84
58	SIT	25	P	Aceh	Sarjana Kesehat	Ex. Mahasiswi	3	4	3	4	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	79
59	AR	33	L	Aceh	S1	Swasta	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	74
60	MD	20	L	Padang	SMA	Mahasiswa	2	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	2	85
61	MUT	23	P	Aceh	Uin Arraniry	Mahasiswi	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	93
62	GNS	22	P	Medan	D3	Banking	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	96
63	ZIK	24	P	Aceh	S1	Wiraswasta	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	92
64	Anonim	26	P	Aceh	Strata 1	Karyawan swasta	2	1	3	3	4	3	4	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	95
65	Grey	20	L	Aceh	Sma	Mahasiswa	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	82
66	ZIL	22	P	Indonesia	SMA	Mahasiswa	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	2	3	3	3	3	96
67	AQ	25	L	Aceh	SMA	Guru	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	78
68	RAA	19	L	ACEH	MAN	Mahasiswa	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	2	4	4		4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	2	3	98
69	HER	38	L	aceh	peringkat bawah	jualan	3	3	3	3	2	3	2	3	2	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	72
70	SAR	17	P	Aceh	Kuliah	Maha siswa	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	86
71	FIT	21	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3	103
72	Alarcon	23	L	Aceh	Mahasiswa	Buat tugas kuliah	4	3	4	3	3	2	1	2	1	3	2	2	3	4	4	3	1	3	3	3	2	2	2	3	4	4	2	2	1	2	78
73	DES	23	P	Aceh	S1 Ilmu Politik	Ex mahasiswa	4	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	88
74	IR	32	P	aceh	S1	pns	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	92
75	PUT	22	P	Aceh	D-III	Mahasiswa	3	3	2	3	1	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	4	2	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	92
76	NSH	23	P	Aceh	Sarjana	Guru	4	4	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	87
77	AND	35	L	Minang	S2	Dosen UIN	4	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	3	92
78	NAD	22	P	Aceh	S1	Lagi dicari	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	95
79	RAH	20	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	1	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	81
80	MUH	24	L	Aceh	MAN	Mahasiswa / Grab B	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	103
81	AP	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87
82	A	20	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	1	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	84
83	NR	20	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	88
84	WFH	20	L	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	93
85	MA	22	P	aceh	sma	mahasiswa	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	102
86	FH	31	P	Aceh	S2	Dosen	4	2	3	2	3	3	2	2	1	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	76
87	KP	23	P	Aceh	S1	Ngajar	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
88	Amru	23	P	Aceh	S1	Fresh graduate	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	89
89	Asbah	20	L	Aceh	S1	Wiraswasta	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	82
90	F	21	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	2	2	94
91	Yu	37	P	Aceh	S2	Dosen	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	90
92	MSY	22	L	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	4	4	4	3	3	3	2	1	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	104
93	CS	54	L	Aceh	S3	Dosen	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	84
94	DS	21	P	Aceh	SMA	Tidak bekerja	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	86
95	RA	23	P	Aceh	Sma	Mahasiswa	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	85
96	AK	23	L	Aceh	Menuju S1	Praktisi Ruqyah dan	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	92
97	Rmil	21	P	Gk tau	Sma	Mahasiswi	4	4	3	3	2	2	4	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	1	3	2	2	3	2	4	3	4	2	3	2	2	84
98	MA	21	L	Aceh	MA S	Mahasiswa	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	88

99	Ris	19	P	Aceh	MAN	Mahasiswi	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	89
100	ALL	22	P	Aceh	S1 hukum pidan	Alumni	3	4	3	3	2	4	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	1	4	3	4	2	3	2	2	87
101	ZF	23	P	Aceh	D3	Swasta	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	92
102	IR	23	P	Aceh	S1-Informatika	eks mahasiswa	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	89
103	DM	23	P	Gayo	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	88
104	RY	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	89
105	Sf	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	1	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	75
106	SU	22	P	jawa	MA Muhammadi	mahasiswa	3	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	93
107	MAR	21	P	Indonesia	SMA	Mahasiswi	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	81
108	Dedek	21	P	Aceh	Sma	Pelajar/mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	86
109	Jan	22	P	Gayo	S1	Mahasiswi	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	104
110	IR	24	P	Aceh	S1	Freelance	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	3	82
111	DEA	24	P	ACEH	SMA	Swasta	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	89
112	RED	22	P	Aceh	S1 Farmasi	Mahasiswa	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	104
113	Tia	23	P	Aceh	S1	Guru	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	88
114	Dian	21	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	86
115	KN	23	P	Aceh	S1	Admin	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	87
116	NM	22	P	Aceh	D3 Ilmu Perpust	Mahasiswi	3	3	2	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	90
117	Fn	21	P	Aceh	SMA	Mahasiswi	2	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	83
118	CSM	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	88
119	NF	24	P	Aceh-Jawa	Sarjana Pendidik	Content blogger	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85
120	SM	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	87
121	MD	22	P	Aceh	SMA	Freelance	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	88
122	S	22	P	Aceh	SMA	Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	1	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	89

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KualitasPelayanan	KepuasanKonsumen
N		122	122
Normal Parameters[a,b]	Mean	85,61	68,62
	Std. Deviation	8,795	7,513
Most Extreme Differences	Absolute	,122	,105
	Positive	,122	,105
	Negative	-,048	-,047
Kolmogorov-Smirnov Z		1,346	1,162
Asymp. Sig. (2-tailed)		,053	,134

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KepuasanKonsumen * KualitasPelayanan	122	100,0%	0	0,0%	122	100,0%

Report

KepuasanKonsumen

KualitasPelayanan	Mean	N	Std. Deviation
68	65,00	2	,000
69	62,00	2	2,828
72	58,67	3	3,055
73	64,00	3	5,292
74	65,00	1	.
75	68,00	1	.
76	62,00	3	5,196
77	60,00	3	2,646
78	62,25	4	3,594
79	66,25	4	5,909
80	66,00	5	3,391

81	62,13	8	3,980
82	65,57	7	7,934
83	64,88	8	2,642
84	71,80	5	7,530
85	66,00	10	3,432
86	70,56	9	2,744
87	67,50	2	4,950
88	70,50	2	2,121
89	69,33	9	3,571
90	68,00	3	5,000
91	72,00	1	.
92	73,00	3	3,464
93	71,20	5	4,494
94	73,50	2	2,121
95	81,00	1	.
96	71,00	1	.
98	78,00	2	1,414
99	80,33	3	5,508
100	81,50	2	12,021
101	86,00	2	8,485
104	81,00	2	8,485
105	77,00	1	.
109	91,00	1	.
110	88,00	1	.
111	78,00	1	.
Total	68,62	122	7,513

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square
KepuasanKonsumen * KualitasPelayanan	Between Groups	(Combined)	4918,536	35	140,530
		Linearity	3863,653	1	3863,653
		Deviation from Linearity	1054,882	34	31,026
	Within Groups		1912,120	86	22,234
	Total		6830,656	121	

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KepuasanKonsumen * KualitasPelayanan	,752	,566	,849	,720

Correlations

Correlations

		KualitasPelayanan	KepuasanKonsumen
KualitasPelayanan	Pearson Correlation	1	,752**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	122	122
KepuasanKonsumen	Pearson Correlation	,752**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	122	122

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Frequencies

Statistics

		KualitasPelayanan	KepuasanKonsumen
N	Valid	122	122
	Missing	0	0
Mean		85,61	68,62
Std. Error of Mean		,796	,680
Median		85,00	68,00
Mode		85	65[a]
Std. Deviation		8,795	7,513
Variance		77,346	56,452
Range		43	40
Minimum		68	52
Maximum		111	92
Sum		10445	8372

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

KualitasPelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	68	2	1,6	1,6	1,6
	69	2	1,6	1,6	3,3
	72	3	2,5	2,5	5,7

	73	3	2,5	2,5	8,2
	74	1	,8	,8	9,0
	75	1	,8	,8	9,8
	76	3	2,5	2,5	12,3
	77	3	2,5	2,5	14,8
	78	4	3,3	3,3	18,0
	79	4	3,3	3,3	21,3
	80	5	4,1	4,1	25,4
	81	8	6,6	6,6	32,0
	82	7	5,7	5,7	37,7
	83	8	6,6	6,6	44,3
	84	5	4,1	4,1	48,4
	85	10	8,2	8,2	56,6
	86	9	7,4	7,4	63,9
	87	2	1,6	1,6	65,6
	88	2	1,6	1,6	67,2
	89	9	7,4	7,4	74,6
	90	3	2,5	2,5	77,0
	91	1	,8	,8	77,9
	92	3	2,5	2,5	80,3
	93	5	4,1	4,1	84,4
	94	2	1,6	1,6	86,1
	95	1	,8	,8	86,9
	96	1	,8	,8	87,7
	98	2	1,6	1,6	89,3
	99	3	2,5	2,5	91,8
	100	2	1,6	1,6	93,4
	101	2	1,6	1,6	95,1
	104	2	1,6	1,6	96,7
	105	1	,8	,8	97,5
	109	1	,8	,8	98,4
	110	1	,8	,8	99,2
	111	1	,8	,8	100,0
	Total	122	100,0	100,0	

KepuasanKonsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	52	1	,8	,8	,8
	56	3	2,5	2,5	3,3
	58	3	2,5	2,5	5,7
	59	3	2,5	2,5	8,2
	60	5	4,1	4,1	12,3
	61	4	3,3	3,3	15,6
	62	3	2,5	2,5	18,0
	63	7	5,7	5,7	23,8
	64	6	4,9	4,9	28,7
	65	12	9,8	9,8	38,5
	66	5	4,1	4,1	42,6
	67	3	2,5	2,5	45,1
	68	8	6,6	6,6	51,6
	69	12	9,8	9,8	61,5
	70	6	4,9	4,9	66,4
	71	7	5,7	5,7	72,1
	72	7	5,7	5,7	77,9
	73	4	3,3	3,3	81,1
	74	1	,8	,8	82,0
	75	6	4,9	4,9	86,9
	76	1	,8	,8	87,7
	77	2	1,6	1,6	89,3
	78	2	1,6	1,6	91,0
	79	1	,8	,8	91,8
	80	1	,8	,8	92,6
	81	1	,8	,8	93,4
	83	1	,8	,8	94,3
	84	1	,8	,8	95,1
	85	1	,8	,8	95,9
	87	1	,8	,8	96,7
	88	1	,8	,8	97,5
	90	1	,8	,8	98,4
	91	1	,8	,8	99,2
	92	1	,8	,8	100,0
	Total	122	100,0	100,0	

Skala Kualitas Pelayanan

No. Item	Jumlah aitem yang esensial	Validitas Isi
1	3	1
2	3	1
3	3	1
4	3	1
5	3	1
6	2	0,333333333
7	2	0,333333333
8	2	0,333333333
9	2	0,333333333
10	2	0,333333333
11	2	0,333333333
12	2	0,333333333
13	3	1
14	2	0,333333333
15	2	0,333333333
16	3	1
17	2	0,333333333
18	3	1
19	3	1
20	3	1
21	2	0,333333333
22	1	-0,333333333
23	2	0,333333333
24	2	0,333333333
25	1	-0,333333333
26	2	0,333333333
27	3	1
28	3	1
29	2	0,333333333
30	3	1
31	3	1
32	3	1
33	2	0,333333333
34	2	0,333333333
35	3	1
36	3	1
		22
Skor Rata2		0,305555556

Skala Kepuasan Konsumen

No. Item	Jumlah aitem yang esensial	Validitas Isi
1	3	1
2	2	0,333333333
3	1	-0,333333333
4	3	1
5	2	0,333333333
6	1	-0,333333333
7	3	1
8	3	1
9	3	1
10	3	1
11	2	0,333333333
12	3	1
13	3	1
14	3	1
15	3	1
16	2	0,333333333
17	2	0,333333333
18	1	-0,333333333
19	1	-0,333333333
20	2	0,333333333
21	3	1
22	2	0,333333333
23	3	1
24	2	0,333333333
25	3	1
26	2	0,333333333
27	1	-0,333333333
28	3	1
		15,33333333
Skor Rata2		0,212962963

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI UIN AR-RANIRY
Nomor :B-05/Un.08/FPsi/KP.00.4/01/2020

TENTANG

PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA SEMESTER GANJIL 2019/2020
PADA FAKULTAS PSIKOLOGI UIN AR-RANIRY

DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI

Menimbang :
a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi Mahasiswa Semester Ganjil tahun Akademik 2019/2020 pada Fakultas Psikologi, dipandang perlu menetapkan Pembimbing Skripsi;
b. Bahwa nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap diberi tugas sebagai Pembimbing Skripsi;
c. Arahan dari Pembimbing;

Mengingat :
1. Undang-Undang No.20 tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama Nomor 40 tahun 2008 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;
12. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor: 01 Tahun 2015,tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Dekan dan Direktur PPs di lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
13. Hasil Seminar Proposal Skripsi tanggal 29 Maret 2019.

M E M U T U S K A N

Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi tentang Pembimbing Skripsi

Pertama : Menunjuk Saudara
1. Jasmadi, S,Psi, MA, Psikolog — Sebagai Pembimbing Pertama
2. Vera Nova, S.Psi, M.Psi, Psikolog — Sebagai Pembimbing Kedua

Untuk membimbing Skripsi :

Nama : Rhouzhatun Nisa
NIM/Prodi : 150901056/Psikologi
Judul Lama : Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Grab di Banda Aceh
Judul Baru : Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Transportasi *Online* Grab di Banda Aceh

Kedua : Kepada Pembimbing Yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;

Ketiga : Pembiayaan akibat Keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry tahun 2019;

Keempat : Surat Keputusan ini berlaku selama satu tahun terhitung sejak tanggal ditetapkan Surat Keputusan lama s/d 10 Juni 2020, sesuai dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah / diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan Surat Keputusan ini.

Kelima : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagai mana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 02 Januari 2020 M
07 Jumadil Awal 1441 H

Dekan,

Salami

Tembusan :
1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry;
3. Pembimbing Skripsi;
4. Yang Bersangkutan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama : Rhouzhatun Nisa
2. Tempat, Tanggal Lahir : Payatieng, 25 Juni 1996
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM : 150901056
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Jln. Syeh Madris, Desa Payatieng
   a. Kecamatan : Peukan Bada
   b. Kabupaten : Aceh Besar
   c. Provinsi : Aceh
8. No. Telepon : 082167647077

Riwayat Pendidikan

9. SD : MIN Peukan Bada
10. SLTP : SMPN 1 Peukan Bada
11. SMA : SMAN 1 Peukan Bada

Orang tua / Wali

1. Nama Ayah : Yusriwan Mustafa (Alm)
2. Nama Ibu : Suyati
3. Pekerjaan Orang Tua : Wiraswasta
4. Alamat Orang Tua : Desa Payatieng, Kec. Pekan Bada, Aceh Besar

Banda Aceh, 27 Januari 2020
Penulis,

Rhouzhatun Nisa