

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN DRIVER ONLINE: TINJAUAN LITERATUR DAN TEMUAN TERKINI

Oleh:

Ika febriana¹

Josua Boni Hutasoit²

Ruth Masta Yemima Sibarani³

Kezia Elmaesia Tarigan⁴

Chindy Aprimisa Milala⁵

Rahfany Nabilla Putri Lubis⁶

Universitas Negeri Medan

Alamat: JL. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten
Deli Serdang, Sumatera Utara (20221).

Korespondensi Penulis: ikafebriana@unimed.ac.id, hutasoitjosua84@gmail.com,
ruthsibarani79@gmail.com, Chindyaprimisamilala@gmail.com,
fanyynabillahlubis@gmail.com, Keziatarigan@gmail.com.

Abstract. *The advancement of information technology has brought significant changes in various aspects of life, including the transportation sector. One of the main innovations in this industry is application-based transportation services, such as Gojek and Grab, which have changed the mobility patterns of urban communities. This study aims to analyze the factors that influence customer satisfaction with online transportation driver services through a systematic literature study. This study uses a literature study method as the main approach to analyze the level of customer satisfaction with online transportation driver services. The results of the analysis show that customer satisfaction in online transportation services is influenced by various factors, including service quality, price, application technology, and user experience. In the perspective of Expectancy Disconfirmation theory, customer satisfaction is formed when their*

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN DRIVER ONLINE: TINJAUAN LITERATUR DAN TEMUAN TERKINI

expectations of the service are met or even exceeded. Findings from various studies show that service quality, such as driver friendliness and professionalism, punctuality, safety, and travel comfort, have a significant impact on customer satisfaction. In addition, several studies using sentiment analysis with the Naïve Bayes algorithm and Support Vector Machine (SVM) show that customer reviews can provide valuable insights for online transportation companies to improve their services. By understanding user perceptions through sentiment analysis, platforms such as Gojek and Grab can identify key issues faced by customers and design more effective improvement strategies. This study confirms that customer satisfaction is a key factor in maintaining loyalty and competitiveness of online transportation companies. Therefore, continuous improvement in service quality and technological innovation are strategic steps that must be taken by service providers to improve user experience and strengthen their position in the digital transportation industry

Keywords: *Online Transportation, Customer Satisfaction, Service Quality.*

Abstrak. Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor transportasi. Salah satu inovasi utama dalam industri ini adalah layanan transportasi berbasis aplikasi, seperti Gojek dan Grab, yang telah mengubah pola mobilitas masyarakat perkotaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan driver transportasi online melalui studi literatur sistematis. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur sebagai pendekatan utama untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan driver transportasi online. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dalam layanan transportasi online dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas pelayanan, harga, teknologi aplikasi, dan pengalaman pengguna. Dalam perspektif teori Expectancy Disconfirmation, kepuasan pelanggan terbentuk ketika ekspektasi mereka terhadap layanan terpenuhi atau bahkan terlampaui. Temuan dari berbagai studi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, seperti keramahan dan profesionalisme driver, ketepatan waktu, keamanan, serta kenyamanan perjalanan, memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, beberapa penelitian yang menggunakan analisis sentimen dengan algoritma Naïve Bayes dan Support Vector Machine (SVM) menunjukkan bahwa ulasan pelanggan dapat

memberikan wawasan berharga bagi perusahaan transportasi online untuk meningkatkan layanan mereka. Dengan memahami persepsi pengguna melalui analisis sentimen, platform seperti Gojek dan Grab dapat mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi pelanggan dan merancang strategi perbaikan yang lebih efektif. Penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas dan daya saing perusahaan transportasi online. Oleh karena itu, perbaikan berkelanjutan dalam kualitas layanan dan inovasi teknologi menjadi langkah strategis yang harus dilakukan oleh penyedia layanan guna meningkatkan pengalaman pengguna dan memperkuat posisi mereka di industri transportasi digital.

Kata Kunci: Transportasi Online, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan.

LATAR BELAKANG

Selain perkembangan cepat teknologi informasi, banyak aspek kehidupan manusia, termasuk transportasi, terpengaruh. Teknologi ini membuat mobilitas manusia lebih cepat dan lebih nyaman, baik dalam hal komunikasi maupun lokasi. Contoh spesifik adalah migrasi berbasis permintaan dari sistem transportasi tradisional seperti taksi sepeda motor dan taksi ke layanan transportasi online. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, menurut Irawan (MUIS, Fathoni & Minarsih, 2018), ada lima faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: kualitas produk, harga, kualitas layanan, faktor emosional, biaya, dan fasilitas. (Anggriani *et al.*, 2024)

Mengenai kualitas layanan, aspek yang diukur seperti pengguna kepuasan dan ketidakpuasan setelah menggunakan Layanan. Ini menunjukkan apakah kualitas layanan yang disediakan memenuhi harapan pelanggan (Lupiyoadi, 2013). Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada seberapa baik harapan Anda terpenuhi. Jika harapan ini terlampaui, mereka dapat meningkat. Oleh karena itu, perusahaan harus memenuhi atau melampaui keinginan konsumen untuk terus diminta untuk mempertahankan kesinambungan bisnis di masa depan (Putri *et al.*, 2023). Sehubungan dengan layanan transportasi online, kepuasan pelanggan melibatkan interaksi yang kompleks antara dimensi teknologi (aplikasi, algoritma, antarmuka) dan dimensi manusia (layanan driver). Oliver (1980) menjelaskan bahwa penindasan ekspektasi dibentuk oleh perbandingan antara harapan konsumen dan harapan konsumen sebelum menggunakan persepsi kinerja layanan ini. Jika layanan melebihi ekspektasi (penjelasan positif), kepuasan akan muncul.

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN DRIVER ONLINE: TINJAUAN LITERATUR DAN TEMUAN TERKINI

Jika kinerja lebih rendah dari yang diharapkan (diskon negatif), maka ketidakpuasan terjadi (Hartati & Budiharti, 2020).

Kemajuan teknologi telah mengubah cara perusahaan bekerja dan mendorong alat digital untuk menggunakan efisiensi dan produktivitas. Taksi sepeda motor, yang sebelumnya transportasi sepeda motor tradisional, telah diubah dengan layanan taksi sepeda motor online di Indonesia. Sebelumnya, deplings sepeda motor dilakukan secara manual dengan mencari di jalan atau dengan menghubungi pangkalan. Saat ini, kekuatan taktil pajak sepeda motor online membuat proses pemesanan lebih mudah hanya pada smartphone (Graha *et al.*, 2024).

Schmitt (2008) menyatakan bahwa tujuan utama pemasaran adalah untuk menghasilkan pengalaman pelanggan yang berharga, yaitu kepuasan dengan pengguna layanan. Kualitas layanan adalah penyakit dinamis yang melibatkan produk, layanan, orang, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan (Tjiptono, 2001). Kepuasan pelanggan adalah penyesuaian evaluasi produk atau layanan berdasarkan pengalaman berdasarkan penggunaan produk atau layanan (Lovellock dan Wirtz, 2011). Faktor -faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, kualitas layanan dan kualitas produk (Setiawan, 2012). Menurut Tjiptono (2014), keberhasilan suatu produk atau layanan ditentukan oleh layanan yang sangat baik dan harga terjangkau (Nurmala *et al.*, 2023).

Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan gojek secara signifikan meningkatkan respons cepat, topik, perilaku pengemudi, keamanan dan kenyamanan. Selain itu, tarif GO-ride juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Studi ini menunjukkan bahwa pelanggan yang puas dengan kualitas layanan umumnya lebih loyal. Pengetahuan ini memberikan informasi penting untuk lebih meningkatkan kualitas layanan, mempertahankan harga yang kompetitif, menjaga kepuasan pelanggan, dan memperkuat loyalitas dan posisi pelanggan Gojek dalam kompetisi dalam industri transportasi online (Fadillah *et al.*, 2024).

Sebuah studi oleh Wang dan Wang (2020) menggunakan model penerimaan teknologi (TAM) menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah faktor utama dalam pendahuluan dan kepuasan layanan transportasi online. Sementara itu, Huang *et al.* (2021) Gunakan logika yang didominasi layanan untuk memahami nilai penciptaan bersama dalam ekosistem

transportasi online di mana kepuasan dibentuk melalui integrasi sumber daya dan kolaborasi antara platform, driver dan penumpang (Wirananta *et al.*, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam layanan driver online dengan memeriksa literatur sistematis dan hasil empiris terbaru. Dengan pendekatan metode campuran, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika kepuasan pelanggan dalam ekosistem transportasi online yang akan lebih mengembangkan dan mengkomunikasikan dampak praktis pada pengembangan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dan keunggulan kompetitif. Pengembangan teknologi informasi telah menyebabkan perubahan besar di sektor transportasi, dengan layanan transportasi berbasis aplikasi yang mewakili sebagian besar inovasi yang mengubah industri. Di Indonesia, fenomena ini telah ditandai oleh penampilan dan pertumbuhan yang cepat dari platform seperti Gojek, Grab, dan lainnya, mengubah pola mobilitas masyarakat, khususnya di daerah perkotaan. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin keras, kepuasan pelanggan adalah faktor kunci yang menentukan keberhasilan dan kelangsungan hidup platform transportasi online. Oliver (1997) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi fitur produk atau layanan yang memberikan tingkat kepuasan sehubungan dengan konsumsi kenyamanan. Pelanggan yang puas, setia, pembelian berulang dan bertindak sebagai promotor melalui kata-kata positif dari mulut ke mulut (Koller & Keller, 2022).

KAJIAN TEORITIS

Transportasi online adalah implementasi lalu lintas jalan dan transportasi, yang digunakan menggunakan pengembangan aplikasi (teknologi) berdasarkan aplikasi dan digunakan secara online untuk pesanan dan pembayaran. Taksi sepeda motor di Kamus Umum Indonesia adalah sepeda motor yang diproses oleh transportasi umum untuk menarik penumpang ke target. Menurut para sarjana, taksi sepeda motor adalah sepeda atau sepeda motor yang disewa dengan penyewa menggunakan perjalanan. Taksi sepeda motor online umumnya merupakan transportasi umum yang sama dengan taksi sepeda motor yang menggunakan sepeda motor sebagai moda transportasi, tetapi taksi sepeda motor online disebut canggih karena mereka diintegrasikan ke dalam kemajuan teknologi (Wibisono, 2022).

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN DRIVER ONLINE: TINJAUAN LITERATUR DAN TEMUAN TERKINI

Transportasi online adalah konversi transportasi tradisional, yang merupakan bagian dari pengembangan teknologi di bidang aplikasi transportasi. Transportasi online memudahkan konsumen untuk mencapai smartphone mereka dan memesan layanan. Transportasi online menawarkan 4 layanan termasuk pengiriman orang, pengiriman makanan, pengiriman produk dan banyak lagi. Layanan dan institusi yang disediakan dengan cara transportasi akan mendorong konsumen untuk dipesan sehingga transportasi online termasuk dalam transportasi yang saat ini diandalkan oleh orang Indonesia. (Yunus et al., 2019). Transportasi online adalah layanan transportasi berdasarkan kegiatan perdagangan berbasis internet dan cukup untuk pesanan, pemantauan lulus, pembayaran dan evaluasi layanan itu sendiri. Salah satu metode transportasi online yang paling sering digunakan adalah taksi sepeda motor online (Fitriani *et al.*, 2018).

Ojek Online adalah sistem transportasi umum yang saat ini sangat diminati dari publik, seperti halnya taksi sepeda motor umumnya menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi. Taksi sepeda motor online saat ini sangat diminati karena mereka berkembang dengan kemajuan teknologi. Ojek Online adalah taksi sepeda motor yang dapat dipesan menggunakan teknologi internet menggunakan aplikasi ponsel. Selanjutnya, ambil taksi dibuat di Indonesia pada tahun 2014. Pada awalnya, ambil taksi hanyalah penyedia platform yang menghubungkan taksi offline ke konsumen. Namun, ketika potensi pasar transportasi sepeda motor dan mobil (bukan taksi) mengembangkan domain bisnis dengan menawarkan nama sepeda ambil taksi sepeda motor. Grab saat ini merupakan pesaing yang kuat untuk Go-Jek. Tugas pengemudi transportasi online saat ini merupakan salah satu pekerjaan paling populer di Indonesia. Keberadaan perusahaan aplikasi transportasi online disambut oleh orang-orang yang membutuhkan pendapatan besar dan pekerjaan yang fleksibel. Beberapa orang melakukan pekerjaan pengemudi transportasi online sebagai tugas yang konstan untuk meningkatkan pendapatan mereka dari pesanan besar (Wibisono, 2022).

Transportasi Grab sudah tidak asing lagi bagi masyarakat perkotaan khususnya kota Makassar, sehingga penyedia layanan ini ingin membuat pelanggannya merasa nyaman dan puas. Jika konsumen puas dan nyaman, maka mereka akan menggunakan layanan ini berulang kali sampai bisa menjadi pelanggan setia (*loyal customer*) sehingga perusahaan Grab menjadi pemimpin pasar dan perusahaan ini menjadi perusahaan yang maju dan dipercaya oleh pelanggan di Indonesia. Grab merupakan perusahaan teknologi

asal Malaysia yang berkantor di Singapura yang menyediakan aplikasi layanan transportasi angkutan umum meliputi kendaraan bermotor roda 2 maupun roda 4. Perusahaan Grab hanya perusahaan teknologi yang meluncurkan aplikasi saja dan untuk kendaraannya sendiri adalah kendaraan milik mitra yang sudah bergabung di PT. Grab Indonesia. Dengan aplikasi Grab calon penumpang dapat dengan mudah mencari driver untuk menuju ke lokasi tujuan, sehingga kita tidak perlu menunggu waktu yang lama untuk mendapatkan transportasi yang diperlukan (Santoso *et al.*, 2023).

Saat ini transportasi di Indonesia terus berkembang pesat. Jumlah kendaraan tiap harinya terus bertambah dan bahkan kemudian fenomena ini memunculkan transportasi berbasis online mulai dari taxi online, ojek online dan bahkan pemesanan makanan melalui aplikasi online. Grab sendiri hingga tahun 2017 sudah memiliki 200.000 armada yang tersebar diseluruh Indonesia untuk melayani setiap kebutuhan konsumennya. Media Director Consumer Choices GfK Indonesia, Robin Muliady mengungkapkan, jasa transportasi yang paling banyak dipakai adalah Grab. Kualitas pelayanan juga salah satu kunci utama dari kepuasan konsumen. Inti dari kualitas pelayanan ini adalah, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik. Hal tersebut dikarenakan konsumen akan senang apabila pengemudi Grab ramah dan cekatan dalam merespon. Penampilan Grab yang bernuansa serba hijau yang menarik juga dapat memberikan kesan positif dari konsumen bagi perusahaan (Asyhafa, 2023).

Lima tahun terakhir ini muncul terobosan baru dalam penggunaan transportasi umum, yaitu hadirnya ojek online di Kabupaten Banyumas yang bisa dipesan melalui sebuah Aplikasi di Handphone kita. Ojek online ini sangat berbeda sistem operasionalnya dibanding ojek pangkalan maupun moda transportasi lainnya yang sudah ada sejak dulu dimana ojek pangkalan maupun moda transportasi lainnya harus mencari dan membayar dengan tarif yang kadang bisa berubah dan tidak pasti. Dalam mencari penumpang ojek pangkalan maupun moda transportasi lainnya harus aktif menawarkan jasanya bahkan penentuan tarifpun kadang harus dinegosiasikan dulu supaya terjadi kesepakatan antara Pengemudi (Driver) dan penumpangnya (Customer).

Menurut Wibison (2022), penumpang hanya menginstal aplikasi yang disediakan oleh perusahaan taksi sepeda motor online, menu terbuka dan memesan untuk menentukan operator pajak sepeda motor online, penumpang tidak perlu khawatir untuk menyediakan layanan mereka sendiri. Kemudian cukup masukkan alamat tujuan dan

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN DRIVER ONLINE: TINJAUAN LITERATUR DAN TEMUAN TERKINI

tidak hanya perangkat transportasi taksi sepeda motor online ini, tetapi juga dapat digunakan untuk merekam dan mentransfer barang di satu tempat.

Go-Jek Online Indonesia, khususnya di ibukota Jakarta, terus meningkatkan jumlah driver go-jek online. Dari sana, ada sekitar 30% hingga 40% pengguna bulanan aktif terkonsentrasi di wilayah Jakarta. Oleh karena itu, jumlah rata-rata pengemudi gojek online yang mempromosikan penumpang di area modal mencapai 8,8 juta. Sebagai salah satu moda transportasi saat ini yang berkembang saat ini, Go-Jek Online dengan cepat berkembang menjadi salah satu moda transportasi yang diminati dari semua tingkat masyarakat Indonesia. Keberadaan transportasi berbasis penggunaan online, atau dikenal sebagai Go-Jek Online, sangat positif untuk mendukung pertumbuhan/pengembangan negara-negara berkembang seperti Indonesia di tingkat nasional, terutama di tingkat lokal dan regional. Go-Jek Online sendiri adalah fenomena yang menarik perhatian publik, tidak hanya menarik orang yang menganggur, tetapi juga terutama karyawan swasta, siswa, dan bahkan ibu rumah tangga. Ini karena sistem kerja tidak terikat. Bagi banyak orang yang tertarik untuk menjadi sopir taksi sepeda motor online, ini menunjukkan bahwa salah satu dari mereka dapat menjawab pertanyaan tentang pengangguran di Indonesia, terutama di Gehlan selatan. Ini juga menunjukkan bahwa driver online dapat meningkatkan kualitas hidup dan mengenali perbedaan dalam kualitas hidup. Ini dimulai dengan kesehatan fisik, sumbu psikologis, hubungan sosial, dan hubungan dengan lingkungan (Rahmadani & Fahredin, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur sebagai pendekatan utama untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan driver transportasi online. Studi literatur merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan, menganalisis, dan mensintesis hasil penelitian sebelumnya untuk mendapatkan pemahaman komprehensif tentang suatu topik (Snyder, 2019). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang luas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam layanan transportasi online berdasarkan temuan empiris dari berbagai lokasi di Indonesia. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan sintesis naratif yaitu : Ekstraksi Data, Kategorisasi Temuan, Analisis Komparatif, Sintesis Integratif. Kemudian peneliti

menggunakan kerangka analisis yang meliputi : Dimensi Kualitas Layanan, Dimensi Metodologis, dan Dimensi Geografis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel Hasil Review Literatur

No	Sumber	Link Download	Lokasi Penelitian	Hasil
1	Mathodah, S. (2019)	https://www.neliti.com/id/publications/296651/pengaruh-kualitas-pelayanan-driver-ojek-online-terhadap-kepuasan-konsumen-pada-g	Kota Padang	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan driver Gojek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan meliputi sikap, kecepatan, kenyamanan, dan kepatuhan driver terhadap aturan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh driver, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Kesimpulannya,</p>

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN
DRIVER ONLINE: TINJAUAN LITERATUR DAN TEMUAN
TERKINI**

				<p>kualitas pelayanan yang diberikan oleh driver Gojek sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap layanan G ojek.</p>
2	<p>Indarwati, K. D. & Februriyanti, H. (2023)</p>	<p>https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/jatisi/article/view/2643</p>	<p>Palembang</p>	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen gojek sangat dipengaruhi oleh tiga faktor utama: kualitas layanan, harga, dan keamanan serta kenyamanan. Kualitas layanan, yang mencakup ketepatan waktu, sopan santun pengemudi, dan kenyamanan perjalanan, memiliki pengaruh paling signifikan</p>

				<p>terhadap kepuasan konsumen.</p> <p>Meskipun harga juga berperan dalam mempengaruhi kepuasan, pengaruhnya tidak sekuat kualitas layanan. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Gojek perlu terus meningkatkan kualitas layanan dan menjaga harga yang kompetitif untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen di Palembang.</p>
3	Suryana, A. <i>et al.</i> , (2024)	https://ejournal.itn.ac.id/index.php/jati/article/download/9688/5524/	Kota Cirebon	<p>Hasil penelitian ini menganalisis sentimen terhadap ulasan aplikasi Grab di Indonesia, khususnya di Google Play Store. Pendekatan yang</p>

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN
DRIVER ONLINE: TINJAUAN LITERATUR DAN TEMUAN
TERKINI**

			<p>digunakan adalah eksperimental dan kuantitatif, dengan fokus pada pengumpulan dan analisis ulasan pengguna. Data ulasan dikumpulkan melalui teknik web scraping, kemudian diolah dan dianalisis sentimennya menggunakan metode klasifikasi Naïve Bayes. Hasil dari analisis ini menunjukkan tingkat akurasi yang cukup tinggi, yaitu 87%, dengan presisi 86% dan recall 97%. Sebelum proses klasifikasi, data ulasan melalui tahapan preprocessing yang meliputi case folding, tokenizing,</p>
--	--	--	---

				<p>penghapusan stopwords, dan stemming. Tahapan ini bertujuan untuk memastikan kualitas data yang akan dianalisis. Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa metode klasifikasi Naïve Bayes efektif dalam menganalisis sentimen ulasan aplikasi Grab, dan memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan layanan aplikasi tersebut.</p>
4	<p>Wahyudi,R.& Kusumawardana, G. (2021)</p>	<p>https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ji/article/view/9681/0</p>	<p>Purwokerto</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan analisis sentimen terhadap ulasan aplikasi Grab di Google Play Store menggunakan metode Support Vector Machine</p>

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN
DRIVER ONLINE: TINJAUAN LITERATUR DAN TEMUAN
TERKINI**

				<p>(SVM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ulasan pengguna untuk membantu pemilik aplikasi dalam membuat keputusan di masa depan. Evaluasi dilakukan pada lebih dari 1.000 ulasan pengguna yang dikumpulkan dari aplikasi Grab Indonesia di Google Play Store. Analisis menggunakan Support Vector Machine menghasilkan akurasi 85,54%. Ulasan positif yang paling sering disebutkan adalah "ovo", sedangkan ulasan negatif yang paling sering disebutkan adalah "driver".</p>
--	--	--	--	---

Pada Jurnal Pertama Penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online terhadap Kepuasan Konsumen pada Gojek Area Tangerang Selatan" meneliti hubungan antara kualitas pelayanan driver ojek online dan kepuasan konsumen Gojek di wilayah tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen Gojek di area Tangerang Selatan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan driver Gojek di Tangerang Selatan dipersepsikan baik oleh konsumen. Konsumen Gojek di wilayah tersebut umumnya merasa puas dengan layanan yang diberikan. Analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,224, nilai t-hitung sebesar 2,034 yang lebih besar dari t-tabel (1,985), dan nilai signifikansi sebesar 0,045 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,224. Penelitian ini menyoroti pentingnya aspek empati dalam kualitas pelayanan, yang memiliki nilai jawaban paling rendah dalam kuesioner. Oleh karena itu, disarankan agar driver Gojek di wilayah Tangerang Selatan meningkatkan hubungan baik dengan konsumen melalui pengendalian yang aman, nyaman, ramah, sopan, dan tepat waktu. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik dari driver ojek online, khususnya Gojek, memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di area Tangerang Selatan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya kualitas pelayanan dalam industri jasa transportasi online. Misalnya, penelitian oleh Adnyana dan Suprapti (2018) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Gojek di Kota Denpasar. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan driver Gojek di area Tangerang Selatan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan.

Pada Jurnal Kedua Penelitian berjudul "Analisis Sentimen Terhadap Kualitas Pelayanan Aplikasi Gojek Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier" yang dipublikasikan dalam JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi) bertujuan untuk mengevaluasi sentimen pengguna terhadap kualitas layanan aplikasi

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN DRIVER ONLINE: TINJAUAN LITERATUR DAN TEMUAN TERKINI

Gojek melalui analisis teks ulasan menggunakan algoritma Naive Bayes Classifier. Penelitian ini menggunakan 800 data ulasan aplikasi Gojek yang diambil dari platform online. Data tersebut dibagi menjadi dua set: 640 data untuk pelatihan model dan 160 data untuk pengujian. Proses analisis melibatkan tahap text mining untuk mengklasifikasikan sentimen ulasan menjadi dua kategori: positif dan negatif. Algoritma Naive Bayes digunakan untuk membangun model klasifikasi berdasarkan data latih tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model Naive Bayes yang dibangun memiliki tingkat akurasi sebesar 68% dalam mengklasifikasikan sentimen ulasan pengguna terhadap layanan Gojek. Meskipun akurasi ini menunjukkan kemampuan model dalam mengidentifikasi sentimen, terdapat ruang untuk peningkatan, baik melalui penambahan jumlah data latih maupun dengan mengintegrasikan teknik praproses data yang lebih canggih. Penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan seperti Gojek untuk memahami persepsi dan kepuasan pelanggan melalui analisis sentimen otomatis. Dengan memanfaatkan teknik ini, perusahaan dapat secara proaktif mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dalam layanan mereka dan merespons umpan balik pelanggan dengan lebih efisien.

Pada Jurnal 3 Penelitian berjudul "Mengoptimalkan Kepuasan Pengguna: Analisis Sentimen Review Aplikasi Grab di Indonesia" bertujuan untuk mengevaluasi sentimen pengguna terhadap aplikasi Grab melalui analisis ulasan yang diperoleh dari Google Play Store. Dengan menggunakan pendekatan eksperimental dan kuantitatif, penelitian ini mengumpulkan 1.000 ulasan aplikasi Grab menggunakan teknik web scraping melalui Google Play Scraper. Tahapan praproses data meliputi case folding, tokenizing, stopwords removal, dan stemming untuk memastikan kualitas data sebelum klasifikasi. Metode klasifikasi Naive Bayes digunakan untuk menganalisis sentimen ulasan tersebut. Hasilnya menunjukkan tingkat akurasi sebesar 87%, dengan presisi 86% dan recall 97%. Evaluasi menggunakan Confusion Matrix di Google Colaboratory menunjukkan kinerja model yang memuaskan dalam mengidentifikasi sentimen pengguna aplikasi Grab. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi Grab dalam memahami persepsi pengguna terhadap layanan mereka. Dengan memanfaatkan analisis sentimen otomatis, Grab dapat secara proaktif mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan merespons umpan balik pelanggan dengan lebih efisien, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan.

Pada Jurnal Keempat Penelitian yang berjudul "Analisis Sentimen pada Aplikasi Grab di Google Play Store Menggunakan Support Vector Machine" bertujuan untuk mengevaluasi ulasan pengguna aplikasi Grab di Google Play Store melalui analisis sentimen menggunakan metode Support Vector Machine (SVM). Penelitian ini dilakukan oleh Rizki Wahyudi dan Gilang Kusumawardana dari Universitas Amikom Purwokerto. Para peneliti mengumpulkan lebih dari 1.000 ulasan pengguna aplikasi Grab Indonesia dari Google Play Store. Data tersebut kemudian melalui tahap praproses, termasuk case folding, tokenizing, stopwords removal, dan stemming, untuk memastikan kualitas data sebelum klasifikasi. Setelah itu, data dianalisis menggunakan algoritma SVM untuk mengklasifikasikan sentimen menjadi positif atau negatif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa model SVM mencapai akurasi sebesar 85,54%. Kata kunci yang paling sering muncul dalam ulasan positif adalah "ovo", yang muncul sebanyak 266 kali, sedangkan dalam ulasan negatif, kata "driver" muncul sebanyak 585 kali. Selain itu, kombinasi kata negatif yang sering muncul antara lain "saldo_ovo", "tolong_perbaiki", dan "driver_cancel". Temuan ini menunjukkan bahwa metode SVM efektif dalam mengidentifikasi sentimen pengguna, memberikan wawasan berharga bagi pengembang aplikasi Grab untuk meningkatkan layanan dan kepuasan pelanggan. Misalnya, ulasan positif yang sering menyebut "ovo" menunjukkan kepuasan pengguna terhadap integrasi layanan dompet digital tersebut, sementara ulasan negatif yang sering menyebut "driver" menyoroti masalah yang perlu diperbaiki terkait perilaku atau kinerja pengemudi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kepuasan pelanggan terhadap layanan driver online sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu; Kualitas Pelayanan, keramahan dan kesopanan driver, ketepatan waktu dan kecepatan layanan, Kondisi kendaraan yang bersih dan nyaman serta Responsivitas terhadap keluhan. Kepuasan pelanggan berkorelasi positif dengan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung menggunakan layanan driver online secara berulang dan merekomendasikannya kepada orang lain. Terdapat beberapa keluhan umum yang sering di lontarkan oleh pelanggan, seperti halnya, driver yang tidak ramah, tarif yang berubah-ubah, dan juga ketidak tepatan waktu dalam penjemputan. Perusahaan penyedia layanan driver online perlu terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan,

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN DRIVER ONLINE: TINJAUAN LITERATUR DAN TEMUAN TERKINI

baik dari segi teknologi maupun sumber daya manusia. Perusahaan perlu memperhatikan umpan balik pelanggan dan secara proaktif mengatasi masalah-masalah yang muncul. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, perusahaan penyedia layanan driver online dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi mereka di pasar.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraini, A., Amboro, F. Y. P., & Hutauruk, R. H. (2024). Konsep Disruptive Marketing dalam Menanggulangi Praktik Jual Rugi oleh Perusahaan Penyedia Jasa Transportasi Online. *Jurnal Supremasi*, 57-72.
- Fadillah, R. N. P., Karnelia, B., & Jasmine, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Gojek dan Harga, terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Go Ride. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(4), 389-397.
- Graha, R. D. R., Saputra, F. B., & Putra, D. W. M. (2024). Pengaruh Perkembangan Ojek Online terhadap Peningkatan Ekonomi UMKM di Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 617-630.
- Hartatik, S. R., & Budihartanti, C. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Penerapan Aplikasi Go-jek Dengan Menggunakan Metode TAM. *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset dan Observasi Sistem Komputer*, 7(1).
- Indarwati, K. D., & Februariyanti, H. (2023). Analisis sentimen terhadap kualitas pelayanan aplikasi Gojek menggunakan metode Naive Bayes Classifier. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 10(1).
- Keller, KL, & Kotler, P. (2022). Branding dalam perusahaan B2B. Dalam *Handbook of business-to-business marketing* (hlm. 205-224). Edward Elgar Publishing.
- Methodah, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan driver ojek online terhadap kepuasan konsumen pada Gojek area Tangerang Selatan. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 2(3), 271-291.
- Nurmala, L., Yusuf, A. S., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa pelayanan driver Grab. *Journal on Education*, 5(2), 1950-1957.
- Putri, A.S., Widayati, C.C., & Perkasa, D.H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Servicescape, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Drive Thru

- (Studi Kasus pada Toko Indomaret Drive Thru di Jakarta Barat). *Jurnal Kewirausahaan dan Multitalenta*, 1 (3), 73-81.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339.
- Wahyudi, R., & Kusumawardana, G. (2021). Analisis sentimen pada aplikasi Grab di Google Play Store menggunakan Support Vector Machine. *Jurnal Informatika*, 8(2).
- Wahyudi, R., & Kusumawardana, G. (2022). Analisis sentimen review aplikasi Grab di Indonesia. *JATI (Jurnal Teknik Informatika)*, 10(2), 123-130.
- Wirananta, Z., Syamsir, S., Rezika, M., Nurfaiza, N., Rinaldi, I., & Zet, I. I. (2022, November). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga PT GOJEK Terhadap Kepuasan Konsumen GO-FOOD Di Padang. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya (Vol. 1, No. 2, pp. 179-190)*.