

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI GO JEK TERHADAP BRAND LOYALTY (Analisis Hukum Islam Pada Pengguna Transportasi Online Go Jek Kota Yogyakarta Tahun 2018-2019)

Salwa Nabila Nihaya
362015320690

Perkembangan ojek *online* memiliki revolusi yang sangat pesat. Kini semakin banyak ojek *online* serupa dengan kualitas pelayanan yang beragam, sehingga persaingan bisnis semakin ketat. Untuk itu Go Jek selalu meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi kepada pelanggan, sehingga konsumen semakin terpuaskan. Dan membuat Go Jek bisa menjadi *brand* tertinggi dalam *start up* daerah Yogyakarta tahun 2017.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel pelayanan dan promosi secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Go Jek di kota Yogyakarta pada tahun 2018-2019.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah 200 sampling dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Yogyakarta yang menggunakan jasa transportasi Go Jek. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan korelasi linear berganda, dan data yang telah terkumpul dari responden kemudian diolah menggunakan program SPSS.

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya pelayanan dan promosi yang diberikan oleh Go Jek berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*. Dengan rata-rata penghitungan yang dilakukan dengan SPSS adalah pelayanan dengan t hitung $> t$ table sebesar $5,0052 > 4,270$ dan promosi dengan t hitung $> t$ table sebesar $6,383 > 4,270$. Berdasarkan hasil akhir yang diperoleh oleh pelayanan dan promosi menunjukkan bahwa keduanya memiliki hitung yang lebih besar dibandingkan dengan t table. Yang membuktikan bahwa kedua variabel memiliki korelasi terhadap *brand loyalty* Go Jek. Dan dimensi yang terkandung dalam kedua variabel yang diterapkan oleh Go Jek tidak bertentangan dengan Hukum Islam. Yaitu penerapan dalam dimensi *tangible, responsive, reliability, assurance dan empathy*.

Agar dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada konsumennya pihak Go Jek harus memperhatikan kehandalan yang diberikan, mempertahankan kehandalan dan meningkatkan kualitas layanan dari segi waktu tempuh perjalanan. Karena alasan konsumen memilih Go Jek sebagai transportasi adalah waktu tempuh yang diberikan lebih cepat dari angkutan umum. Agar dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada konsumennya, pihak Go Jek harus memperhatikan kehandalan yang diberikan, mempertahankan kehandalan dan meningkatkan kualitas layanan dari segi waktu tempuh perjalanan. Karena alasan konsumen memilih Go Jek sebagai transportasi adalah waktu tempuh yang diberikan lebih cepat dari angkutan umum. Dalam penelitian sederhana ini, peneliti berharap akan ada penelitian selanjutnya yang bisa mendalami dan melengkapi kekurangan yang ada saat ini agar menjadi lebih baik dan bermanfaat.

Kata Kunci : Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Brand Loyalty

ملخص البحث

تأثير الجودة الترويج و الخدمة Jek Go بولاء علامة التجارة
(تحليل الشريعة الإسلامية للمستخدمين وسائل المواصلات عبر شبكة إنترنت Jek Go
يوكياكرتا ٢٠١٨-٢٠١٩)

سلوى نبيلاً نهايا

٣٦٢٠١٥٣٢٠٦٩٠

تطوّرت خدمات شبكة إنترنت تطوّرا سريعا. والآن تنوّعت أشكال وسائل المواصلات عبر الإنترنت من المتشابهة، لذلك أصبحت المنافسة التجارية أكثر. لذلك، تعمل غوجيك (Go Jek) دائما على تحسين جودة الخدمات والعروض الترويجية حتى يقنع عليها للعملاء بالرضا المتزايد. وجعل غوجيك (Go Jek) علامة تجارية أعلى في الخدمة بشبكة إنترنت بمدينة يوكياكرتا في عام ٢٠١٧.

الغرض من هذا البحث هو لمعرفة متغيرات الخدمات والترويج تؤثر كبيرا على قرار استخدام غوجيك يوكياكرتا عام ٢٠١٨-٢٠١٩.

هذا البحث هو البحث الميداني الكمي. كانت العينة المستخدمة ٢٠٠ عينة و باستخدام أخذ عينات هادفة (Purposive Sampling). والمنهج لجمع البيانات في هذا البحث بتوزيع استبيانات. كان السكان في هذا البحث من طلاب جامعة يوجياكرتا، الذين استخدموا وسائل المواصلات في غوجيك (Go Jek). استخدمت الباحثة تحليل البيانات الارتباط الخطي المتعدد (Korelasi Linear Berganda)، ثم تمت جمعها من المحييين باستخدام SPSS.

نتيجة هذا البحث على أن الخدمات و الترويجية التي تقدمها غوجيك (Go Jek) لها أثر كبير على الولاء للعلامة التجارية. باستخدام متوسط الحساب الذي تم تنفيذه بواسطة SPSS، الخدمة مع جدول $t < ٤,٢٧٠$ حساب $t < ٥,٠٠٥٢$ و ترقية $t < ٤,٢٧٠$ حساب $t < ٦,٣٨٣$ و حصل على النتيجة الأخيرة أنّ الخدمة و الترويج لهما $t < ٤,٢٧٠$ حساب أكبر بنسبه t جدول. مما يثبت أن المتغيرين لهما علاقة مع ولاء للعلامة التجارية غوجيك (Go Jek). والأبعاد الواردة في المتغيرين اللذين طبقهما غوجيك (Go Jek) لا تتعارض مع الشريعة الإسلامية. و هذا الحال تعبر في استخدام أبعاد ملموس، موثوق، الإستباحة، الضمان، والتعاطف.

من أجل توفير مستوى الرضا للمستهلكين، يجب على غوجيك (Go Jek) الانتباه إلى الموثوقية المقدمة والحفظ على الموثوقية وتحسين جودة الخدمة من حيث وقت السفر. لأن السبب وراء اختيار العملاء غوجيك هو أن وسائل النقل هي وقت السفر المحدد أسرع من المواصلات العامة. فيما يتعلق بالجودة المادية غوجيك (Go Jek)، فإنه يوفر سمات داعمة عند القيادة مثل الأفتعة ومعاطف المطر. في هذا البحث البسيطة، تأمل الباحثة في إجراء البحوث السابقة التي يمكنها استكشاف واستكمال أوجه القصور الحالية من أجل أن تكون أفضل وأكثر فائدة. يجب أن تستمر غوجيك في تقديم خدمة جيدة بأبعاد أخرى.

الكلمة الرئيسية: الخدمات، الترويج، جودة العملاء، الولاء لعلامة التجارة