

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA GRAB
TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah)
Makassar**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2019**



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : **Nurapni Aulia Sulkipli**, NIM : 105720562815, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0010/SK-Y/61201/091004 M, Tanggal 30 Dzullhijjah 1440 H / 31 Agustus 2019 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

05 Muharram 1441 H
Makassar, _____
05 September 2019 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas umum : Prof. Dr. H. Abd Rahman rahim, SE., MM (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM (.....)
(Dekan Fakultak Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim, HR, SE., MM (.....)
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji
1. Dr. Muhammad Rusydi, M.Si (.....)
2. Syarthini Indrayani, SE., M.Si (.....)
3. Nasrullah SE., MM (.....)
4. Firman Syah, SE., MM (.....)

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Ismail Rasulong, SE., MM

NBM 903078



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin 259 Gedunglqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Grab terhadap Persepsi Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)**

Nama Mahasiswa : **Nurapni Aulia Sulkipli**
Nomor Stambuk/NIM : **105720562815**
Program Studi/Jurusan : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**
Perguruan Tinggi : **Universitas Muhammadiyah Makassar**

Menyatakan bahwa Skripsi ini telah di periksa dan diajukan didepan penguji skripsi Strata Satu (S1) pada hari Sabtu, tanggal 31 Agustus 2019 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 5 September 2019

Menyetujui,

Pembimbing I

Dr. H. Ansyarif Khalid, SE., M.Si.Ak.CA
NIDN: 0916096601

Pembimbing II

Syarhini Indrayani, SE., M.Si
NIDN: 0901107605

Mengetahui



Ketua Program Studi

Muh. Nur Rasvid, SE., MM
NBM: 108 5576



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar



SUTAR PERNYATAAN

Saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurapni Aulia Sulkipli
Stambuk : 105720562815
Program Studi : Manajemen
Dengan Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Grab terhadap Persepsi Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hanya karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 05 September 2019

Yang membuat pernyataan,



Nurapni Aulia Sulkipli

Diketahui Oleh:

Dekan,

Ismail Rasulong, SE., MM
NBM:903078

Ketua Program Studi,

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM:108 5576

PERSEMBAHAN

Karya Ilmiah Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Grab terhadap Persepsi Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar) ini kupersembahkan untuk Kedua Orang tuaku, saudaraku dan sahabatku.



KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Grab terhadap Persepsi Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada kedua orang tua penulis Bapak H. Sulkipli, M. Mar. Eng dan Ibu Hj. Munarti, S.Pd. yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus tak pamrih. Dan saudara – saudaraku tercinta Nuryuli Aulia Sulkipli, Miftahul Jannah Sulkipli dan Muhammad Yahya Abidzar Al Gifari, yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi – tingginya dan terimakasih banyak disampaikan dengan hormat kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE, MM, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Muh. Nur Rasyid, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. H. Ansyarif Khalid, SE., M.Si., Ak. CA, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Syarthini Indrayani, SE., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan Skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Terkhusus peneliti ucapkan terimakasih kepada sahabatku Al Wildani dan Lilis Dwiranti yang senantiasa menemani dari awal sampai akhir kepenulisan Skripsi dengan penuh kesabaran, perhatian, dan pengorbanan membantu peneliti.
9. Terimakasih kepada seluruh rekan – rekan Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Corong Universitas Muhammadiyah Makassar yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan Skripsi ini.

10. Terimakasih kepada seluruh rekan – rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2015 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
11. Terimakasih kepada seluruh responden (Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar) yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
12. Terimakasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberika nsemangat, kesabaran, motivasi dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan Skripsi ini.

Akhirnya sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah – mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahifii Sabilil Haq, Fastabaqul Khaerat, Wassalamualaikum Wr. Wb.

Makassar, 22 Agustus 2019

Penulis

ABSTRACT

NURAPNI AULIA SULKIPLI, 2015, *The Influence of the Quality of Grab Service to Students Perceptions (Case Study of Students at Muhammadiyah University of Makassar)*, Thesis of Study Program Management at Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar by First Advisor Ansyarif Khalid, Second Counselor Syarthini Indrayani.

This study aims to find out the influence between the variables which are analyzed in this research. The influence which is tested is the effect of the service quality to students' perceptions. Quantitative method is used in this research. The research has 2 variables which are independent variable and dependent variable. Independent variable is the quality service and dependent variable is students' perceptions. The data were collected by using questionnaire and documentation.

The result of the research shows that the quality service of grab is positively effective and significant to students' perceptions (Case Study of Students at Muhammadiyah University of Makassar)

Keywords: service quality, students' perceptions



ABSTRAK

NURAPNI AULIA SULKIPLI, Tahun 2015, Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Grab terhadap Persepsi Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar), Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar oleh Pembimbing I Ansyarif Khalid, Pembimbing II Syarthini Indrayani.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variable – variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Pengaruh yang diuji tersebut yaitu pengaruh variabel kualitas layanan terhadap persepsi mahasiswa. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel kualitas layanan sebagai variabel independent (bebas), dan variabel persepsi mahasiswa sebagai variabel dependen (terikat). Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu pembagian kuesioner dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan jasa Grab berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel persepsi mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar).

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Persepsi Mahasiswa.

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	
1. Manfaat Teoritis.....	5
2. Manfaat Praktis	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Sumber Daya Manusia (SDM).....	7

B. Kualitas Layanan	
1. Pengertian Kualitas Layanan.....	10
2. Bentuk Layanan	12
3. Dimensi Kualitas.....	15
4. Alat Ukur Kualitas Layanan	17
5. Determinan Kualitas	19
C. Persepsi	
1. Pengertian Persepsi.....	21
2. Indikator Persepsi.....	23
3. Proses Persepsi	24
D. Tinjauan Empiris	27
E. Kerangka Konsep.....	31
F. Hipotesis.....	32
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	
1. Lokasi Penelitian	34
2. Waktu Penelitian	34
C. Defenisi Operasional Variabel dan Pengukuran	
1. Defenisi Operasional	34
2. Pengukuran Instrumen	35
D. Populasi dan Sampel	
1. Populasi	35
2. Sampel.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data	

1. Penelitian Lapangan.....	37
2. Studi Dokumentasi	38
F. Teknik Analisis	38
1. Uji Instrument	38
2. Regresi Linear Sederhana.....	39

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	
1. Universitas Muhammadiyah Makassar.....	40
2. Grab.....	47
B. Hasil Penelitian	
1. Respon Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
2. Respon Berdasarkan Jurusan	59
3. Respon Berdasarkan Fakultas	61
4. Deskripsi Variabel Penelitian.....	62
5. Uji Instrument.....	69
6. Analisis Regresi Linear Sederhana	72
7. Uji Hipotesis.....	73
C. Pembahasan Hasil Penelitian	75

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
DAFTAR LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Table 4.1 Data Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar	54
Table 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Table 4.3 Responden Berdasarkan Jurusan	59
Table 4.4 Responden Berdasarkan Fakultas	61
Table 4.5 Tanggapan Mengenai Kualitas Layanan	63
Table 4.6 Tanggapan Mengenai Persepsi Mahasiswa	68
Table 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X (Kualitas Layanan)	69
Table 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Persepsi Mahasiswa)	70
Table 4.9 Reability Statistics	71
Table 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	72
Table 4.11 Hasil Uji Regresi (Koefisien Determinasi)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Unismuh Makassar	46
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Grab	50



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan manusia beraneka ragam sesuai dengan hakekatnya yang selalu meningkat, sedangkan kemampuan untuk mencapai sesuatu yang dibutuhkannya itu terbatas. Semakin meningkatnya kebutuhan hidup, menyebabkan masyarakat mencari jalan untuk memenuhi kebutuhannya dengan cara yang lebih praktis.

Melihat keadaan di era modern ini, masyarakat sudah banyak menggunakan teknologi di manapun berada. Teknologi sudah menjadi sendi – sendi kehidupan masyarakat, sehingga menuntut para perusahaan jasa untuk berinovasi membuat bisnis yang mengikuti dan memanfaatkan kemajuan teknologi agar dapat bersaing di dunia usaha.

Teknologi berkembang secara pesat dan semakin canggih, memberi manfaat yang besar terhadap kemudahan berbagai aspek kehidupan masyarakat. Ditambah lagi munculnya *internet* yang berkontribusi besar terhadap kemajuan teknologi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *internet* merupakan jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit.

Kehidupan masyarakat dipermudah, terlihat secara nyata pengaruh internet di tengah – tengah kehidupan masyarakat, sehingga memunculkan ide salah satu perusahaan jasa bagaimana mengkaitkan media komunikasi

dengan pelayanan transportasi *online* yang sekaligus bisa membuka lowongan pekerjaan bagi masyarakat.

Salah satu perusahaan yang sekarang terkenal dengan pelayanan jasa yang disediakan ialah Grab. Grab merupakan salah satu usaha transportasi *online* yang mendapat penghasilan dengan memanfaatkan teknologi melalui aplikasi penawaran pelayanan jasa berbasis *online*. Adapun pelayanan jasa yang disediakan Grab untuk pelanggan yaitu pesan antar makanan, kurir, pembelian pulsa, pembayaran tagihan, dan pemesanan transportasi pengantaran menuju tujuan lokasi yang bisa dipilih sesuai kebutuhan pelanggan seperti *GrabBike* (motor), *GrabTaxi* (taksi), dan *GrabCar* (mobil).

Perusahaan penyedia jasa seperti Grab, dirancang sangat sederhana dan repetitif. *Driver* (pengemudi) memiliki peranan yang sangat penting dalam pelayanan transportasi *online* (Grab). *Driver* sebagai pelayan atau manusia (SDM) turun langsung di lapangan berinteraksi atau melayani pelanggan dan memberikan nilai lebih untuk uang yang dibayarkan pelanggan. Oleh karena itu, Grab membuka lowongan pekerjaan bagi masyarakat sebagai *driver*. Namun untuk menjadi *driver* Grab tidaklah mudah, melainkan harus memenuhi beberapa persyaratan terlebih dahulu sesuai dengan standar yang telah ditentukan oleh Perusahaan Grab, mengingat bahwa manusia (SDM) sebagai *driver* memainkan peranan yang besar dalam kualitas layanan sebuah perusahaan.

Grab sangat diminati masyarakat, terlebih di kalangan mahasiswa. Mahasiswa sangat memanfaatkan adanya Grab karena mempermudah akses jika ingin bepergian. Bagi mahasiswa yang tidak sempat memasak makanan juga dapat memanfaatkan jasa Grab untuk memesan makanan

yang bisa langsung diantar ke lokasi tujuan dengan harga terjangkau dan berbagai penawaran promo. Tapi tidak hanya segi positif melainkan dengan hadirnya jasa Grab juga memiliki sisi negative, seperti mahasiswa menjadi malas contohnya memasak karena hanya mengandalkan jasa Grab Food sehingga menimbulkan rasa boros.

Jasa Grab tidak jauh dari persoalan kualitas layanan, mahasiswa sebagai pelanggan Grab tentunya memiliki persepsi berbeda – beda mengenai itu, ada yang menilai positif dan ada pula negatif. Menurut (Philip Kotler, 2009:179) persepsi adalah proses di mana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia.

Persepsi mahasiswa tidak lepas terhadap penilaian layanan *driver* sebagai pemeran utama dalam bisnis Grab, pandangan yang diperoleh dari pengalaman tentang suatu situasi dan menafsirkan informasi yang terkandung dari situasi yang dialami. Oleh karena itu, sangat penting halnya untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa sebagai pengguna Grab mengenai layanan yang mereka peroleh karena secara tidak langsung bisa menjadi tolak ukur kepuasan yang diperoleh oleh konsumen Grab serta dapat menilai kinerja Grab sebagai layanan jasa.

Berdasarkan tinjauan peneliti, dengan adanya Grab memberikan banyak manfaat bagi mahasiswa namun juga terdapat keluhan – keluhan atas layanan yang diperoleh dari Grab. Sebagai pelanggan yang berasal dari kalangan mahasiswa sudah berusaha bersikap ramah dan menjunjung tinggi etika yang dipegang tapi terkadang pemberi jasa (*driver* Grab) memberikan

layanan yang kurang maksimal, seperti cuek dalam mengoperasikan pekejaannya dan memiliki tatakrama yang kurang baik.

Selain itu, kekuatan persepsi adalah dalam cara pendekatan ini mendorong pihak perusahaan untuk fokus pada interaksi – interaksi *driver* dengan lingkungannya. Persepsi dapat dijadikan sebuah pemrosesan informasi yang terdapat di lingkungan membagi proses – proses menjadi serangkaian langkah menjadi lebih baik berdasarkan keluhan – keluhan pelanggan.

Persepsi yang akan dilihat dalam penelitian ini khususnya mengarah kepada kualitas layanan yang diperoleh mahasiswa sebagai pengguna jasa Grab. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta mendapatkan persepsi positif terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Menurut (Fandy Tjiptono, 2017:142) kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas layanan tentunya menjadi hal yang penting khususnya bagi perusahaan jasa yang menjual layanan kepada pelanggannya, di mana apabila pelanggan menilai baik layanan yang mereka peroleh tentunya mereka akan merasa puas.

Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan saling berkaitan, memainkan peran penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi sebuah perusahaan untuk menentukan apakah kualitas layanannya bernilai positif atau negatif.

Setiap pelanggan mungkin saja memiliki beberapa ekspektasi mengenai kualitas layanan yang diperoleh dari perlakuan penyedia jasa, sehingga

menghasilkan persepsi yang berbeda – beda untuk situasi yang berbeda dan pelayan yang berbeda pula.

Berdasarkan hasil pengamatan di Universitas Muhammadiyah Makassar, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA GRAB TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penulisan ini adalah:

Bagaimana pengaruh kualitas layanan jasa grab terhadap persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas layanan jasa grab terhadap persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu ekonomi pada umumnya dan manajemen sumber daya manusia pada khususnya.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan, pengalaman, dan pengetahuan penulis mengenai persepsi mahasiswa

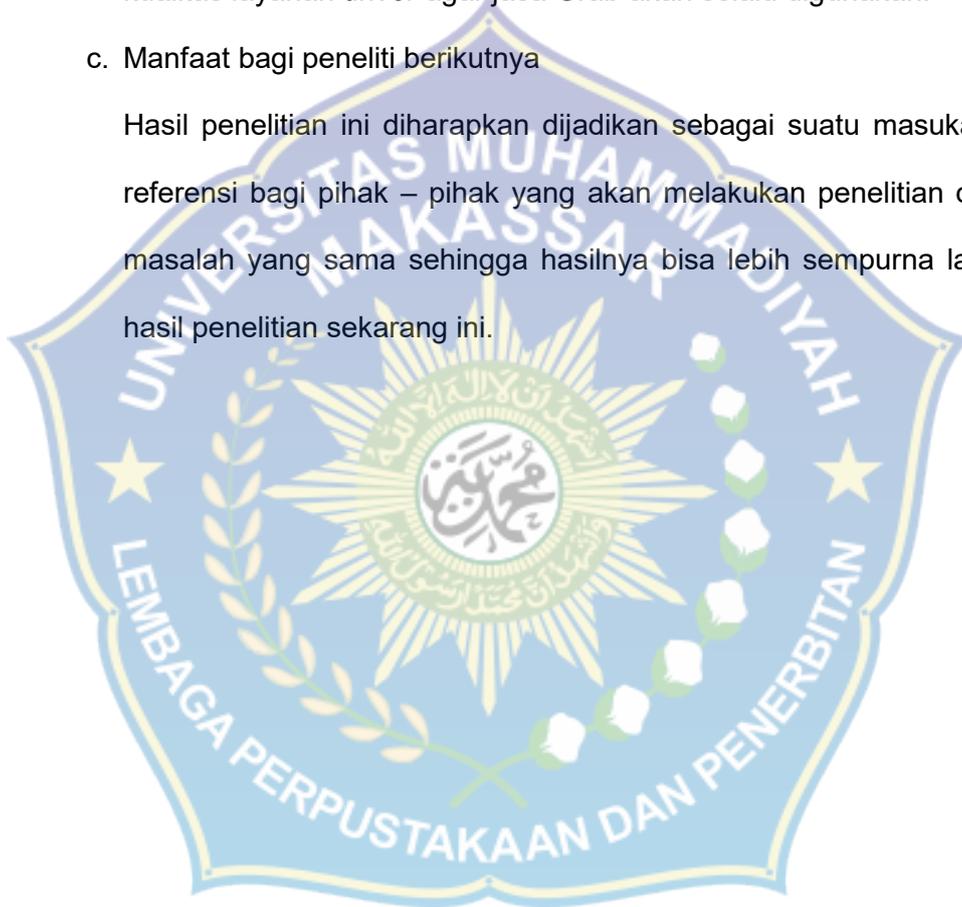
khususnya dalam hal kualitas layanan jasa dalam hal ini adalah driver Grab.

b. Manfaat bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan Grab untuk menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan dan lebih memperbaiki kualitas layanan *driver* agar jasa Grab akan selalu digunakan.

c. Manfaat bagi peneliti berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai suatu masukan dan referensi bagi pihak – pihak yang akan melakukan penelitian dengan masalah yang sama sehingga hasilnya bisa lebih sempurna lagi dari hasil penelitian sekarang ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Sumber Daya Manusia (SDM)

Di era modern ini tidak bisa dibendung sehingga mau tidak mau harus dihadapi atau kita akan terkucil dalam berbagai aspek, khususnya dalam dunia bisnis. Tidak ada kata selain harus ada upaya reformasi untuk kesiapan diri dengan menganalisis ulang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada dalam skala yang lebih luas. Termasuk mendayagunakan segala sumber daya yang ada secara maksimal. Menurut (Emron Edison, 2016:3) satu – satunya faktor yang menunjukkan keunggulan kompetitif dalam dunia bisnis adalah potensi sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas.

Berbicara mengenai SDM tidak hanya menyangkut kualitas tapi termasuk bagaimana strategi mengelolanya.

Menurut (Ismail Solihin, 2014:190) manusia merupakan sumber daya yang unik karena pada diri manusia melekat kreativitas sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Manusia memiliki kreativitas karena secara genetik Tuhan telah menanamkan pada diri Adam dan keturunannya kemampuan untuk mengenali nama – nama benda secara keseluruhan sebagaimana disebutkan dalam (Q.S. Al – Baqarah :31). Tuhan pun telah memerintahkan manusia untuk meniru perilaku Tuhan dalam kehidupan mereka. Bila Tuhan menciptakan sesuatu dari yang tidak ada menjadi ada, maka manusia pun pada kadar yang berbeda belajar meniru Tuhan dengan menciptakan sesuatu dari yang ada menjadi sesuatu yang baru.

Menurut (H. Abd. Rahman Rahim, 2015 : 59) sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor yang pertama dalam organisasi, karena manusia yang akan merencanakan, melaksanakan, mengevaluasi, dan menikmati hasil dari program dibuat, sehingga dalam memenej organisasi dibutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas dan berimtak.

Sedangkan menurut (Edy Sutrisno, 2012 : 3) sumber daya manusia merupakan satu – satunya sumber daya yang memiliki skala perasaan, keinginan, keterampilan, pengetahuan, dorongan, daya, dan karya (rasio, rasa, dan karsa). Semua potensi SDM tersebut berpengaruh terhadap upaya organisasi dalam mencapai tujuan. Betapa pun majunya teknologi, perkembangan informasi, tersedianya modal dan memadainya bahan, jika tanpa SDM sulit bagi organisasi itu untuk mencapai tujuannya.

Sumber daya manusia (SDM) sangatlah penting karena berbagai bukti empiris menunjukkan bahwa manusia adalah sebagai salah satu unsur sumber daya di dalam perusahaan yang dapat melakukan pembelajaran dan perubahan.

Sumber daya manusia juga diyakini sebagai salah satu pendorong kinerja yang akan menunjang keberhasilan implementasi strategi perusahaan. Oleh karena itu, elemen manusia menjadi pengaruh yang potensial bagi suksesnya sebuah perusahaan.

Perusahaan jasa perlu menyadari bahwa manusia (SDM) dapat memainkan peranan yang besar dalam meningkatkan kepuasan konsumen, sebab jasa bersifat *inseparable*, artinya produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan. Jadi perlu adanya pengembangan keahlian karyawan atau sumber daya manusia mereka dalam berinteraksi atau melayani

konsumen dan memberikan nilai lebih untuk uang yang dibayarkan konsumen.

Era informasi dan persaingan yang kompetitif saat ini, perusahaan juga harus menciptakan sumber daya manusia yang mampu memiliki hubungan baik dengan konsumen, memiliki pengetahuan dan inovasi karena sangat berguna dalam proses perusahaan untuk belajar dan tumbuh di masa yang akan datang.

Selain itu, pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia dari suatu perusahaan juga akan menjadi salah satu pendorong kinerja yang sangat penting untuk menentukan keberadaan perusahaan di masa akan datang.

Perubahan teknologi merupakan pendorong perubahan yang akan memengaruhi kinerja perusahaan serta kemampuan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing. Oleh sebab itu, perusahaan harus dapat memperkirakan perubahan teknologi yang akan terjadi sehingga sumber daya manusia yang akan direkrut perusahaan dipastikan akan dapat menggunakan teknologi yang paling mutakhir.

Untuk memperoleh, mempertahankan dan mengembangkan sumber daya manusia potensial, perusahaan harus melakukan serangkaian proses manajemen sumber daya manusia yang dimulai dari tahap perekrutan tenaga kerja, pemilihan tenaga kerja, pengembangan tenaga kerja, pemeliharaan tenaga kerja, dan pemutusan hubungan kerja.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia adalah orang – orang (individu) yang memiliki kemampuan dalam melaksanakan pekerjaan/ tugas.

B. Kualitas Layanan

1. Pengertian Kualitas Layanan

Untuk mengetahui apa sebenarnya kualitas layanan itu, perlu dipahami terlebih dahulu apa yang dimaksud kualitas dan layanan. Dari kedua kata kualitas dan layanan yang selalu serangkai sehingga menghasilkan makna dari kedua kata tersebut.

Menurut (Moenir, 2002:186) layanan adalah suatu proses. Oleh karena itu obyek utama manajemen pelayanan ialah proses itu sendiri. Jadi manajemen pelayanan adalah manajemen proses, yaitu sisi manajemen yang mengatur dan mengendalikan proses layanan, agar mekanisme kegiatan pelayanan dapat berjalan tertib, lancar, tepat mengenai sasaran dan memuaskan bagi pihak yang harus dilayani.

Sedangkan (Philip Kotler, 2009 : 143) menyatakan bahwa kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Hal ini dinyatakan bahwa kualitas ialah jaminan terbaik perusahaan atas loyalitas pelanggan. Pertahanan terkuat perusahaan menghadapi persaingan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan.

Menurut Lewis yang dikutip (Fandy Tjiptono, 2017:142) kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut Kotler yang dikutip (Lupiyoadi, 2014:7) kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun.

Menurut (Fandy Tjiptono, 2004 : 12) kualitas layanan merupakan usaha mereka untuk menunjukkan bahwa setiap orang memerlukan definisi operasional mengenai kualitas. Definisi operasional merupakan deskripsi dalam ukuran-ukuran yang dapat dikuantifikasikan mengenai apa yang diukur. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan dan persepsi terhadap layanan. Apabila persepsi terhadap layanan tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas layanan bersangkutan akan dinilai negatif. Jika persepsi terhadap layanan melebihi yang diharapkan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal atau positif.

Menurut (moenir, 2002:196) faktor kualitas hasil pekerjaan, perlu diperhatikan 3 hal yang penting seperti berikut:

- a. Adanya kesungguhan dalam melakukan pekerjaan dengan motif mulia, yaitu ikhlas karena allah semata-mata.
- b. Adanya keterampilan khusus untuk menangani pekerjaan. Untuk itu pekerjaan harus memiliki keterampilan yang disyaratkan, atau jika belum memiliki harus terlebih dahulu mendapatkan pendidikan/latihan yang sepadan.
- c. Disiplin dalam hal waktu, prosedur dan metode yang telah ditentukan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas Layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan keinginan pelanggan.

2. Bentuk Layanan

Layanan umum dilakukan oleh siapapun, dan hasil akhir tugas pelayanan akan dinikmati oleh pelanggannya, baik secara berhadapan muka (*face to face*) langsung, maupun melalui sarana hubungan jarak jauh (telepon, *whatshap*, *messenger*).

Menurut (Moenir, 2002:190) bentuk layanan tidak terlepas dari tiga macam, yaitu layanan dengan lisan, layanan melalui tulisan dan layanan dengan perbuatan. Ketiga bentuk layanan itu memang tidak selamanya berdiri sendiri secara murni, melainkan sering berkombinasi.

a. Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas di bidang Hubungan Masyarakat (HUMAS), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.

Menurut (Moenir, 2002:191) agar supaya layanan lisan berhasil sesuai dengan yang diharapkan, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan, yaitu:

1. Memahami benar masalah – masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya. Artinya, jika ia menjadi petugas pada suatu stand pameran barang – barang hasil tambang, ia harus menguasai masalah-masalah tambang, meskipun pada garis besar saja.

2. Mampu memberikan penjelasan apa yang perlu dengan lancar, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan bagi mereka yang ingin memperoleh kejelasan mengenai sesuatu.
3. Bertingkah laku sopan dan ramah tamah
4. Meski dalam keadaan sepi tidak ngobrol dan bercanda dengan teman karena menimbulkan kesan tidak disiplin dan melalaikan tugas. Tamu menjadi segan untuk bertanya dengan memutus keasikan ngobrol
5. Tidak melayani orang-orang yang ingin sekedar ngobrol dengan cara yang sopan.

b. Layanan melalui tulisan

Layanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi peranannya. Apalagi kalau diingat bahwa sistem layanan pada abad informasi ini, menggunakan sistem layanan jarak jauh dalam bentuk tulisan.

Dasarnya, layanan melalui tulisan cukup efisien terutama bagi layanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang harus diperhatikan ialah faktor kecepatan, baik dalam pengolahan masalah maupun dalam proses penyelesaian (pengetikan, penandatanganan dan pengiriman kepada yang bersangkutan).

Menurut (Moenir, 2002:191) Layanan tulisan terdiri atas 2 golongan, pertama layanan berupa petunjuk, informasi dan yang sejenis ditujukan pada orang-orang yang berkepentingan, agar

memudahkan mereka dalam berurusan dengan instansi atau lembaga. Kedua, layanan berupa reaksi tertulis atas permohonan, laporan, keluhan, pemberian/penyerahan pemberitahuan dan lain sebagainya.

Dasarnya, semua orang yang menyetengahkan suatu masalah kepada orang atau badan, menginginkan ada tanggapan atas masalah yang diutarakan itu. Meskipun tanggapan yang diharapkan hanya berupa ucapan terima kasih, namun hal itu mempunyai makna yang besar, terutama bagi segi layanan. Atas dasar pikiran demikian, maka semua aksi dalam bentuk tulisan wajib ditanggapi, apakah itu merupakan hasil olahan masalah yang diajukan dan dituangkan dalam tulisan (surat biasa, surat keputusan) ataukah sekedar pemberitahuan.

Tanggapan merupakan inti layanan tertulis. Selanjutnya agar supaya seseorang dapat menanggapi atas masalah yang diajukan, perlu mempelajari lebih dahulu masalahnya dengan saksama. Untuk itu perlu memperhatikan teknik membaca yang baik, artinya dapat cepat menangkap apa isi pokoknya.

Membuat tanggapan tertulis, perlu disadari fungsi surat selain sebagai alat komunikasi, juga menjadi semacam alat ukur pada pengirim surat (instansi/lembaga dan si pembuat surat). Surat menduduki posisi kunci dalam organisasi, karena dari hasil karyanya akan terbentuk kesan umum terhadap organisasi, produk dan jasa layanannya

c. Layanan berbentuk perbuatan

Umumnya, layanan dalam bentuk perbuatan lebih besar dilakukan oleh petugas – petugas tingkat menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan terhadap hasil perbuatan atau pekerjaan.

Kenyataan sehari – hari jenis layanan ini memang tidak terhindar dari layanan lisan, jadi antara layanan perbuatan dan layanan lisan sering bergabung. Hal ini disebabkan karena hubungan lisan paling banyak dilakukan dalam hubungan pelayanan secara umum (kecuali yang khusus dilakukan dalam hubungan tulis, karena faktor jarak).

Mendapatkan pelayanan dalam bentuk perbuatan atau hasil perbuatan, bukan sekedar penjelasan dan kesanggupan secara lisan ialah intinya.

3. Dimensi Kualitas Layanan

Kepuasan juga tergantung pada kualitas produk dan jasa. Menurut (Philip Kotler, 2009 : 143) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya melebihi atau memenuhi ekspektasi pelanggan. Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya sepanjang waktu disebut perusahaan kualitas, tetapi kita harus membedakan antara kesesuaian kualitas dan kinerja (tingkat) kualitas.

Selain itu, kualitas produk dan jasa, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Semakin tinggi pula tingkat kualitas semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan biaya yang lebih rendah. Studi telah memperlihatkan kolerasi yang tinggi antara kualitas produk relatif dan profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang menurunkan biayanya terlebih jauh akan menerima akibatnya ketika kualitas pelanggan menurun.

Menurut (Kotler, 2009:207) menjelaskan dua dimensi kualitas yang harus diperhatikan perusahaan yang memproduksi barang dan jasa, kedua dimensi kualitas tersebut mencakup *performance quality* dan *conformance quality*.

a. *Performance Quality*

Performance quality menunjukkan seberapa baik suatu produk di dalam menjalankan fungsinya. Sebagai contoh, produk dari operator telepon seluler disebut memiliki *performance quality* apabila kualitas sambungan telepon melalui operator seluler tersebut menghasilkan suara yang jernih, tidak sering terputus, dan tidak sering mengalami gangguan.

b. *Conformance Quality*

Dimensi kualitas yang kedua adalah *conformance quality* yang menunjukkan sejauh mana suatu produk dapat menjalankan fungsinya secara konsisten dari waktu ke waktu. Sebagai contohnya, jam tangan buatan Swedia dikenal memiliki ketepatan waktu yang terjaga dari waktu ke waktu. Bila jam tangan yang

digunakan kadang – kadang menunjukkan waktu dengan tepat tetapi kadang – kadang tidak, maka jam tangan seperti itu tidak memiliki *conformance quality*.

4. Alat Ukur Kualitas Layanan

Menurut Parasuraman, et al., (1985) dalam bukunya (Fandy, 2017:346) terdapat sepuluh faktor atau dimensi utama yang menentukan kualitas pelayanan, antara lain:

1. *Reliability* (reliabilitas), merupakan kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal
2. *Responsiveness* (Daya tanggap), merupakan kesediaan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat
3. *Competence* (kompetensi), merupakan penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan
4. *Acces* (akses), merupakan kemudahan untuk dihubungi dan ditemui
5. *Courtesy* (kesopanan), merupakan sikap santun, respek, perhatian, dan keramahan para staf lini depan
6. *Communication* (komunikasi), merupakan memberikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mereka
7. *Credibility* (kredibilitas), merupakan sifat jujur
8. *Security* (keamanan), merupakan bebas dari bahaya
9. *Understanding know the customer*, (kemampuan memahami pelanggan), yaitu berupaya memahami

10. *Tangible*, (bukti fisik) merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan komunikasi.

Namun pada penelitian berikutnya, menyempurnakan dan merangkum sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi kualitas pelayanan. "Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan, sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati. Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan, diantaranya:

1. Reliabilitas (*Reliability*), merupakan kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), merupakan kesediaan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat
3. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keraguguan.
4. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan permasalahan atas kebutuhan individu para pelanggan.
5. Bukti fisik (*Tangible*), merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan komunikasi.

5. Determinan Kualitas Layanan

Kualitas apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

Perusahaan berpotensi meningkatkan pangsa pasar melalui pemenuhan tingkat kualitas yang bersifat *customer-driver*. Artinya, perusahaan memenuhi atribut yang diminta pelanggan secara efektif. Hal ini bisa memberikan keunggulan harga. Jadi, kualitas dan profitabilitas berkaitan erat. Perusahaan yang menawarkan barang atau jasa berkualitas *superior* bakal mampu mengalahkan pesaing yang kualitasnya lebih *inferior*.

Delapan determinan kualitas layanan, yaitu:

1. Informasi, misalnya jalan/arah menuju lokasi perusahaan, jadwal atau skedul penyampaian produk/jasa, harga, instruksi mengenai cara menggunakan produk inti atau layanan pelengkap, peringatan (*warning*) persyaratan penjualan layanan, pemberitahuan tentang adanya perubahan, dokumentasi, tanda terima, dan tiket.
2. Konsultasi, seperti pemberian saran, auditing, konseling pribadi, dan konsultasi manajemen/teknis.
3. *Order Taking*, meliputi aplikasi (keanggotaan di klub atau program tertentu), jasa langganan, jasa berbasis kualifikasi (misalnya

perguruan tinggi), *order entry*, dan reservasi (tempat duduk, meja, ruang, *professional appointments*, dan admisi untuk fasilitas yang terbatas seperti pameran).

4. *Hospitality*, diantaranya sambutan, *food and beverages*, toilet, perlengkapan kamar mandi, fasilitas menunggu (majalah, hiburan, koran, ruang tunggu), transportasi, tempat ibadah dan jasa keamanan.

5. *Caretaking*, terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang milik pelanggan yang mereka bawa (parkir kendaraan roda dua dan roda empat; penanganan bagasi; titipan tas; dan lain-lain), serta perhatian dan perlindungan atas barang yang dibeli pelanggan (pembungkusan, pengangkutan, pengantaran, pembersihan, pemeriksaan dan pendiagnosian, pemeliharaan preventif, reparasi dan inovasi, dan *upgrades*).

6. *Exceptions*, meliputi permintaan khusus sebelum penyampaian produk, penanganan komplain/pujarisan penyelesaian masalah (jaminan dan garansi atau kegagalan pemakaian produk, kesulitan yang muncul dalam pemakaian produk, kesulitan yang disebabkan kegagalan produk, termasuk masalah dengan staf atau pelanggan lainnya), dan restitusi (pengembalian uang, kompensasi atau ganti rugi, dan sebagainya).

7. *Billing*, meliputi laporan rekening periodik, faktur untuk transaksi individual, laporan verbal mengenai jumlah rekening, mesin yang memperlihatkan jumlah rekening, dan *self-billing*.

8. Pembayaran, dalam bentuk pembayaran swalayan oleh pelanggan, pelanggan berinteraksi dengan personil perusahaan yang menerima pembayaran, pengurangan otomatis atas rekening pelanggan; serta control dan verifikasi.

6. *Quality, Cost, Delivery* dan *Service* (QCDS)

Hampir setiap perusahaan menerapkan konsep *Quality, Cost, Delivery* dan *Service* (QCDS) agar dapat bersaing dan mengungguli perusahaan saingannya. Dimana, *Quality* atau dalam bahasa Indonesia adalah Mutu atau juga disebut Kualitas merupakan hal yang sangat penting dalam produksi. *Quality* atau Kualitas adalah penilaian terhadap produk yang bebas dari kesalahan produksi dan sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. Di perusahaan – perusahaan sering menampilkan slogan kualitas sebagai salah satu cara untuk mempromosikan. Kualitas produksi sangat penting dalam memberikan kepercayaan pelanggan.

Cost adalah biaya atau ongkos yang dapat bersaing dengan perusahaan saingannya. Perusahaan selalu berusaha untuk menekan biaya produksi agar memenuhi permintaan harga dari pelanggan. *Delivery* yang dimaksud di sini adalah ketepatan waktu. Di Zaman sekarang, kecepatan dan ketepatan dapat menentukan keberhasilan. Kesabaran tunggu pelanggan sangat terbatas, jika dalam waktu tertentu tidak bisa menyediakan pelayanan yang di pasarkan sesuai keinginan pelanggan, pelanggan bisa saja menggantikan dengan produk lain. Sedangkan *service* adalah layanan kita terhadap permintaan pelanggan dengan respon yang cepat. Semua orang berharap dilayani dengan cepat

agar kebutuhannya dapat dipenuhi dengan segera dan keluhan – keluhannya dapat ditangani dengan segera.

C. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Manusia sebagai makhluk sosial selalu berinteraksi dan berkomitmen dengan masyarakat di sekitarnya. Dalam interaksi dan komunikasi, ada hal yang dinamakan persepsi. Pada kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) persepsi ialah proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya.

Menurut (Jonathan Ling, 2012:6) persepsi merupakan serangkaian proses rumit yang melaluinya kita memperoleh dan menginterpretasikan informasi indrawi. Interpretasi ini memungkinkan kita mencerpah lingkungan kita secara bermakna, memberi respon – respon sistem syaraf terhadap rangsangan dari luar. Satu hal yang layak dipertimbangkan adalah bagaimana seluruh pemrosesan perceptual ini menghasilkan persepsi dunia yang sangat baik. Persepsi langsung merupakan suatu pendekatan ekologis.

Menurut (Pratama, 2014: 3) menyatakan bahwa persepsi adalah merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam individu sehingga individu sadar akan sadar akan sesuatu dalam lingkungannya melalui indera – indera yang dimilikinya. Proses penginterpretasikan 11 stimulus ini biasanya dipengaruhi pula oleh pengalaman dan proses belajar individu. Persepsi dapat dikatakan sebagai suatu pengalaman objek, peristiwa, atau

hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menyimpulkan pesan.

Menurut (Kotler, 2009:169) persepsi adalah proses yang dengan proses itu orang – orang memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi informasi untuk membentuk gambaran dunia yang penuh arti

Sedangkan (Desmita, 2013:25) berpendapat jika persepsi sama halnya perkembangan, dimana perkembangan adalah seumur hidup. Artinya, tidak ada periode usia yang mendominasi perkembangan. Perkembangan meliputi keuntungan dan kerugian, yang berinteraksi dalam cara yang dinamis. Akan menjadi keuntungan ketika pihak perusahaan memperhatikan persepsi pelanggan dan akan merugikan ketika mengabaikan persepsi pelanggan. Karena pelanggan pada perusahaan memiliki pengaruh penting dalam berjalannya sebuah usaha.

Menurut (Wirawan, 2015:223) harus diakui bahwa persepsi demikian sering berakibat pada tidak atau kurang efektifnya satuan kerja pelaksana tugas pelaksana tugas penunjang itu menjalankan fungsinya. Salah satu bidang fungsional yang bersifat penunjang adalah manajemen sumber daya manusia. Dapat dinyatakan secara kategorikal bahwa persepsi demikian adalah persepsi yang tidak dapat. Dikatakan demikian karena pada analisis terakhir manusia merupakan unsur terpenting yang menentukan berhasil tidaknya perusahaan mencapai tujuan dan mengemban misinya.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi adalah tanggapan seseorang tentang sesuatu yang

diserap secara langsung melalui pancaindranya berdasarkan pengalaman, pengetahuan dan pemahaman.

2. Indikator Persepsi

Persepsi memunculkan terbentuknya sikap, yaitu suatu kecenderungan yang stabil untuk berlaku atau bertidak secara tertentu dalam situasi yang tertentu pula.

Persepsi memiliki indikator - indikator sebagai berikut:

1. Penyerapan

Rangsang atau objek tersebut diserap atau diterima oleh panca indera, baik penglihatan, pendengaran, peraba, pencium, dan pengecap secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Dari hasil penyerapan atau penerimaan oleh alat-alat indera tersebut akan mendapatkan gambaran, tanggapan, atau kesan di dalam otak.

2. Pengertian atau pemahaman

Setelah terjadi gambaran-gambaran atau kesan-kesan di dalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, digolong – golongan (diklasifikasi), dibandingkan, diinterpretasi, sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman.

3. Penilaian atau evaluasi

Setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, terjadilah penilaian pengertian atau pemahaman yang baru diperoleh tersebut dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian individu berbeda -beda meskipun objeknya sama. Oleh karena itu persepsi bersifat individual.

3. Proses Persepsi

Orang yang termotivasi siap bertindak bagaimana ia bertindak dipengaruhi oleh pandangannya tentang situasi. Dalam pemasaran persepsi lebih penting daripada realitas, karena persepsi konsumen mempengaruhi perilaku aktual konsumen menurut (Philip Kotler, 2009 : 179) persepsi adalah proses di mana kita memilih, mengatur, dan menjejemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti.

Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap diri kita. Masing-masing orang akan merespon secara berbeda terhadap apa yang mereka lihat dan rasakan.

Persepsi penggambaran realitas dan mempengaruhi perilaku aktual konsumen. (Menurut Philip Kotler, 2009 : 180) orang bisa mempunyai persepsi berbeda tentang obyek yang sama karena tiga proses pemahaman yaitu atensi selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif

a. Atensi selektif

Atensi/perhatian adalah alokasi pemrosesan kapasitas terhadap beberapa rangsangan. Atensi sukarela adalah sesuatu yang bermakna, diperkirakan bahwa rata-rata orang terpapar lebih dari 1500 iklan atau komunikasi merk sehari. Karena kita tidak mungkin dapat mendengarkan semua kita menyortir sebagian rangsangan tersebut, sebuah proses yang disebut atensi selektif. Atensi selektif berarti bahwa pemasar harus bekerja keras untuk

menarik atensi konsumen. Tantangan sebenarnya adalah menjelaskan rangsangan mana yang akan diperhatikan orang.

Berikut ini beberapa temuan :

1. Orang cenderung lebih memperhatikan rangsangan yang berhubungan dengan kebutuhannya saat ini.
2. Orang cenderung lebih memperhatikan rangsangan yang mereka antisipasi.
3. Orang cenderung lebih memperhatikan rangsangan yang defiasinya besar dalam hubungannya dengan ukuran normal rangsangan.

b. Distorsi selektif

Distorsi selektif adalah kecenderungan untuk menerjemahkan informasi dengan cara yang sesuai dengan konsepsi awal kita. Konsumen sering mendistorsi informasi agar konsisten dengan keyakinan dan ekspektasi dari merek dan produk yang sudah ada sebelumnya.

Untuk demonstrasi kekuatan keyakinan merek konsumen yang lengkap, perhatikan bahwa dalam uji selera buta, sekelompok konsumen mendapatkan sampel produk tanpa mengetahui apa merek tersebut, sementara kelompok lainnya mengetahui. Biasanya, kelompok tersebut mempunyai opini berbeda, meski mengkonsumsi produk yang benar-benar sama.

Orang-orang cenderung menginterpretasi informasi dalam cara yang akan mendukung apa yang mereka yakini. Distorsi selektif berarti bahwa pemasar harus berupaya memahami

kerangka berfikir konsumen dan bagaimana pengaruhnya terhadap interpretasi iklan dan promosi penjualan.

c. Retensi selektif

Orang-orang juga akan banyak melupakan apa yang mereka pelajari. Mereka cenderung mempertahankan informasi yang mendukung sikap dan kepercayaan mereka. Karena retensi selektif, kita akan mengingat poin bagus tentang sebuah produk yang kita sukai dan melupakan poin bagus tentang produk pesaing. Retensi selektif sekali lagi bekerja untuk keunggulan merek-merek kuat. Hal ini juga menjelaskan mengapa pemasar harus menggunakan pengulangan untuk memastikan pesan mereka tidak diabaikan.

Ketiga faktor persepsi ini, eksposur selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif. Berarti bahwa para pemasar harus bekerja keras agar pesan – pesan mereka bisa sampai kepada konsumen. Fakta ini menerangkan mengapa para pemasar menggunakan begitu banyak adegan dan pengulangan dalam mengirimkan pesan – pesan ke pasar mereka. Unikny meskipun sebagian besar pemasar mengkhawatirkan apakah tawaran mereka akan diterima oleh konsumen, beberapa konsumen justru khawatir bahwa mereka akan dipengaruhi oleh pesan – pesan pemasaran tanpa mereka sadari.

D. Tinjauan Empiris

Untuk menjaga keaslian penelitian ini, maka dapat dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan variable penelitian ini, yaitu dapat dilihat dalam tabel 1.1 berikut ini

Tabel 2.1

HASIL PENELITIAN TERDAHULU

NO	Nama, Tahun dan Judul	Permasalahan	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Steven Gunawan (2017) Persepsi Konsumen atas Layanan Grab Car di Surabaya	Persepsi Konsumen atas Layanan Grab Car di Surabaya	Kuantitatif	Kinerja karyawan dapat diketahui bahwa responden merasa driver Grab Car telah mengemudi dengan aman, responden merasa interaksi yang dilakukan oleh responden mudah dimengerti oleh aplikasi Grab Car, responden merasakan kemudahan dalam

				segala hal setelah menggunakan aplikasi Grab Car, responden merasa senang dengan perhatian yang diberikan oleh Grab Car.
2.	Edriana Pangestuti, dkk (2018) Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Go – Ride (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan Universitas Brawijaya Angkatan	Pengaruh citra merek, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Go – Ride (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2016/2017 dan 2017/2018)	Kuantitatif	Citra Merek, Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

	2016/2017 dan 2017/2018)			
3.	Chriswardana Bayu Dewa (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta)	Kuantitatif	Kualitas pelayanan dan promosi penjualan yang dilakukan oleh GrabCar Yogyakarta mampu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan
4.	I Made Adi Juniantara, dkk (2018) Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan	Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Dampaknya	Kuantitatif	Persepsi harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, dan kepuasan konsumen

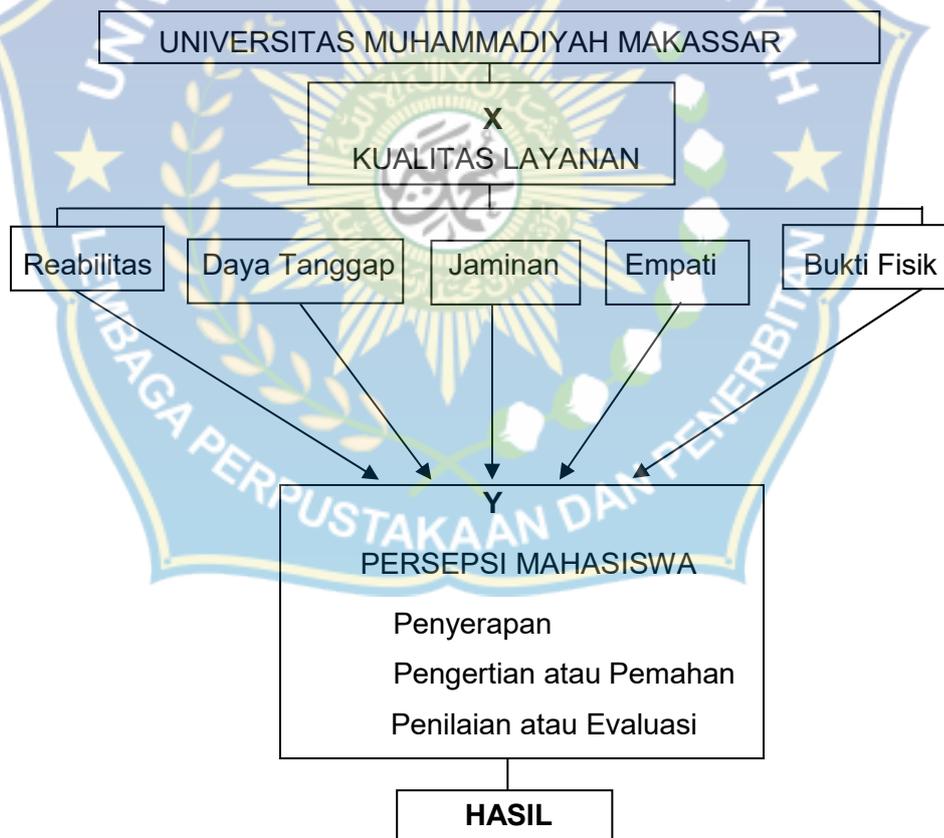
	terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan	terhadap Loyalitas Pelanggan		berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan
5.	Ratna Tri Hardaningtyas, (2018) Persepsi Masyarakat terhadap Penggunaan Transportasi Online (Grab) di Malang	Persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi online (Grab) di Malang	Kualitatif	Persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi online (GRAB) berpengaruh signifikan dan positif. Hasil ini menunjukkan bahwa Persepsi masyarakat terbukti dapat mempengaruhi pandangan terhadap transportasi online.

Dari beberapa penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang dapat dilihat perbedaannya dari segi variabel dependen dan independen, beberapa permasalahan yang ditemukan, metode dan hasil penelitian.

E. Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah suatu metode yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor – faktor penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Kerangka konseptual adalah pondasi utama dimana proyek penelitian itu ditujukan, dimana kerangka konseptual menghubungkan secara teoritis antara variabel bebas dan variabel terikat.

Penelitian ini melihat kualitas layanan jasa Grab mengenai persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar, maka yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah kualitas layanan dan persepsi mahasiswa.



Gambar 2.1
KERANGKA KONSEP

F. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009: 93) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik.

Berdasarkan kerangka konsep yang dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis: **Diduga kualitas layanan jasa Grab berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar**



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Kuantitatif, yaitu data yang numerik yang memberikan informasi berupa angka yang diperoleh dari laporan – laporan yang berhubungan dengan penelitian

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Makassar jalan Sultan Alauddin No. 259 Kelurahan Gunung Sari Kecamatan Rappocini Makassar.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan dimulai dari bulan Juli – Agustus 2019.

C. Defenisi Operasional Variabel dan Pengukuran

1. Defenisi Operasional Variable

Adapun indikator dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

a. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan orang – orang (individu) yang memiliki kemampuan dalam melaksanakan pekerjaan/ tugas

b. Persepsi

Persepsi adalah tanggapan seseorang tentang sesuatu yang diserap secara langsung melalui pancaindranya berdasarkan pengalaman, pengetahuan dan pemahaman.

c. Kualitas Layanan

Kualitas Layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan keinginan pelanggan.

2. Pengukuran Instrumen

Adapun tolak ukur yang digunakan dalam distribusi untuk pengisian kuesioner telah tersedia alternatif jawaban dari setiap item, sehingga responden dapat memilih satu jawaban sesuai dengan pendapat dan keadaannya sendiri. Pengukuran yang digunakan untuk setiap item pertanyaan terdapat empat alternatif. Adapun untuk perhitungannya adalah:

1. Jawaban Sangat Setuju (SS) : skor 5
2. Jawaban Setuju (S) : skor 4
3. Jawaban Kurang Setuju (KS) : skor 3
4. Jawaban Tidak Setuju (TS) : skor 2
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju : skor 1

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Penelitian ini diperlukan sejumlah orang dalam suatu wilayah yang diteliti (populasi) untuk diberikan kuesioner berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang berisi indikator dari variabel yang diteliti. Menurut (Arikunto, 2005:108), "Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian

yang akan dikenai generalisasi dari penelitian tersebut". Dengan demikian populasi merupakan keseluruhan subyek penelitian yang akan dikenai generalisasi dari hasil suatu penelitian.

Menurut (Sugiyono, 2012:125) mengatakan bahwa teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak member peluang atas kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah jenis *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria dalam penelitian ini, yaitu:

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar.

2. Sampel

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang sama sekali untuk dipilih menjadi sampel. Sampel adalah bagian dari populasi atau wakil populasi yang diteliti, menurut (Arikunto, 2005:102). Karena tidak diketahuinya jumlah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar yang menggunakan jasa Grab, sehingga untuk menentukan sampel digunakan rumus supramono:

$$n = \frac{(Za^2) pq}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z_a = nilai standar normal yang besarnya tergantung a

Bila a = 0,05 maka Z=1,96

Bila a = 0,01 maka Z=1,67

P = proporsi yang diestimasi

q = 1 – p

d = penyimpangan yang ditolerir

Karena tidak diketahui nilai p dari penelitian atau literatur lain, maka dapat dilakukan *maximal estimation* dengan p = 0,5 dan tingkat error yang ditentukan (d) adalah 10%

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

= 96 orang (angka minimal) digenapkan 100 responden

1. Laki – laki dan wanita minimal usia 18 tahun
2. Mahasiswa Muhammadiyah Makassar
3. Mempunyai aplikasi Grab
4. Pernah menggunakan jasa Grab lebih dari 1 kali

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung pada perusahaan

untuk memperoleh data dan informasi. Penelitian ini dilakukan dengan cara:

- a. Penyebaran angket (kuesioner), yaitu pengumpulan data dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan.
 - b. Observasi (*observation*), penulis melakukan pengamatan secara langsung dilokasi penelitian guna memperoleh data dan informasi mengenai objek penelitian.
2. Studi Dokumentasi yaitu penelitian yang dilakukan dengan meneliti dokumen – dokumen dan bahan tulisan dari perusahaan, data dari buku – buku, jurnal, internet, dan sumber data lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

F. Metode Analisis

Hipotesis yang telah dikemukakan oleh penulis, maka dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif.

1. Uji Instrumen

Alat pengukuran yang ilmiah haruslah memenuhi kriteria yang bersifat valid dan reliabel. Teknik pengujian instrumen dapat dilakukan dengan menggunakan uji validasi dan uji reliabilitas. Oleh karena itu, penulis juga akan melakukan uji validasi dan uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian yaitu kuesioner yang ada di dalam penelitian ini.

a. Uji validasi

Uji validasi digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* antara masing-masing skor variabel dengan total skor variabel .Suatu

instrument penelitian dikatakan valid, jika koefisien korelasi *product moment* $> r_{\text{tabel}}(a;n-2)$, n = jumlah sampel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel .

Tujuan dari pengujian reliabilitas ini adalah untuk menguji apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden yang dapat diandalkan sebagai alat pengukur, untuk jika diberikan secara berulang akan didapatkan hasil yang konsisten. Pengujian ini hanya dilakukan pada butir-butir pertanyaan yang sudah diuji validasinya dan telah dinyatakan sebagai butir yang valid.

2. Regresi Linear Sederhana

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis disktritif, dengan alat analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana.

Yaitu,

Rumus :

$$Y = a + bX$$

Keterangan : X = kualitas layanan

Y = persepsi mahasiswa

a = nilai konstanta

b = koefisien regresi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Universitas Muhammadiyah Makassar

a. Sejarah Singkat Universitas Muhammadiyah Makassar

Universitas Muhammadiyah Makassar didirikan pada tanggal 19 Juni 1963 sebagai cabang dari Universitas Muhammadiyah Jakarta. Pendirian Perguruan Tinggi ini adalah realisasi dari hasil Musyawarah Wilayah Muhammadiyah Sulawesi Selatan dan Tenggara ke-21 di Kabupaten Bantaeng.

Pendirian tersebut didukung oleh Persyarikatan Muhammadiyah sebagai organisasi yang bergerak dibidang pendidikan dan pengajaran dakwah amar ma'ruf nahi munkar, lewat surat nomor : E-6/098/1963 tertanggal 22 Jumadil Akhir 1394 H/12 Juli 1963 M. Kemudian akte pendiriannya dibuat oleh notaries R. Sinojo Wongsowidjojo berdasarkan akta notaries Nomor : 71 tanggal 19 Juni 1963. Universitas Muhammadiyah Makassar dinyatakan sebagai Perguruan Tinggi Swasta terdaftar sejak 1 Oktober 1965.

Universitas Muhammadiyah Makassar (Unismuh Makassar) sebagai Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM) mengemban tugas dan peran yang sangat besar bagi agama, bangsa dan negara, baik di masa sekarang maupun di masa depan. Selain posisinya sebagai salah satu PTM/PTS di Kawasan Timur Indonesia yang tergolong besar, juga padanya tertanam kultur pendidikan yang diwariskan sebagai amal usaha Muhammadiyah. Nama

Muhammadiyah yang terintegrasi dengan nama makassar memberikan harapan terpadunya budaya, keilmuan dan nafas keagamaan.

Pada awal berdirinya, Universitas Muhammadiyah Makassar membina dua fakultas yakni fakultas keguruan dan seni jurusan bahasa Indonesia, dan fakultas keguruan dan ilmu pendidikan jurusan pendidikan umum (PU), dan pendidikan sosial (PS) yang dipimpin oleh rektor Dr. H. Sudan. Pada tahun yang sama (1963) Universitas Muhammadiyah Makassar telah berdiri sendiri dan dipimpin oleh rektor Drs. H. Abdul Watif Masri.

Perkembangan berikutnya Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 1965 membuka fakultas baru yaitu: fakultas ilmu agama dan dakwah (FIAD), fakultas ekonomi (Fekon), fakultas sosial politik, fakultas kesejahteraan sosial, dan akademi pertanian. Selanjutnya tahun 1987 membuka fakultas teknik, tahun 1994 fakultas pertanian, tahun 2002 membuka program pascasarjana, dan tahun 2008 membuka fakultas kedokteran, dan sampai saat ini, Universitas Muhammadiyah Makassar telah memiliki tujuh Fakultas 34 Program Studi dan Program Pascasarjana yang telah terakreditasi BAN-PT.

Universitas Muhammadiyah Makassar pada Tahun 2003 mengalami tahapan transisi sejarah perkembangan, berupa perubahan formasi kepemimpinan dengan bergabungnya generasi muda dan generasi tua. Pimpinan dan seluruh civitas akademika Universitas Muhammadiyah Makassar bertekad untuk memelihara

hasil capaian para pendahulu dan mengembangkannya kepada capaian yang lebih baik, serta berkomitmen:

1. Memelihara kepercayaan masyarakat,
2. Mencapai keunggulan dalam kompetisi yang semakin ketat, dan
3. Mewujudkan kemandirian dalam pengelolaan dan pengembangan diri.

Dari ke tiga komitmen tersebut diharapkan dapat mengantarkan Universitas Muhammadiyah Makassar untuk menjadi Perguruan Tinggi Islam Terkemuka.

b. Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Makassar

1. Visi Universitas Muhammadiyah Makassar:

“Menjadi Perguruan Tinggi Islam Terkemuka, Unggul, Terpercaya, dan Mandiri pada Tahun 2024”

Pengertian:

Visi ini menjadi pedoman dalam penyelenggaraan Catur Dharma Perguruan Tinggi Muhammadiyah di Universitas Muhammadiyah Makassar untuk kurun waktu hingga 2024.

Dengan penjelasan sebagai berikut:

Perguruan Tinggi Islam dimaknai sebagai amal usaha muhammadiyah yang bergerak di bidang dakwah dan amar maruf nahi munkar. Dengan demikian Universitas Muhammadiyah Makassar sebagai lembaga pendidikan tinggi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni senantiasa berorientasi pada pengembangan nilai-nilai Islam

dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

a. Terpercaya

Sebagai perguruan tinggi yang bernaung dibawah perserikatan Muhammadiyah, maka Universitas Muhammadiyah Makassar selalu berusaha memelihara citra Muhammadiyah khususnya dibidang pendidikan yaitu menunaikan amanah masyarakat dalam penyelenggaraan Catur Dharma Perguruan Tinggi Muhammadiyah sehingga Universitas Muhammadiyah Makassar menjadi pilihan utama masyarakat.

b. Unggul

Pengertian unggul memiliki makna substansif yang bernilai kompetitif tinggi. Keunggulan Universitas Muhammadiyah Makassar akan dibangun melalui kegiatan-kegiatan akademik yang bersifat substansial yang dapat dikompetisikan baik dalam ranah nasional maupun internasional. Keunggulan yang dikembangkan mengarah kepada enam bidang keunggulan yaitu; Pendidikan, Penelitian, Pengabdian kepada Masyarakat, Kemahasiswaan, Kelembagaan, dan Al Islam Kemuhammadiyah. Masing-masing bidang didorong untuk memiliki keunggulan spesifik berupa kemampuan mengimplementasikan nilai-nilai Islam ke dalam seluruh

bidang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan budaya sehingga mempunyai nilai kompetitif yang tinggi.

c. Mandiri

Kepercayaan masyarakat dan keunggulan diberbagai bidang merupakan modal utama dalam menggapai kemandirian. Ada dua kemandirian yang dimaksud yaitu; Universitas Muhammadiyah Makassar sebagai lembaga yang mampu mandiri dalam pengelolaan dan pengembangan diri/institusi, dan mandiri dalam mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh civitas akademika, alumni, masyarakat, bangsa dan negara.

d. Terkemuka

Visi terkemuka bagi Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki makna sebagai cita-cita mulia yang terencana dan terarah untuk memelihara kepercayaan civitas akademika Universitas Muhammadiyah Makassar, alumni, dan masyarakat luas bahwa Universitas Muhammadiyah Makassar adalah tempat yang tepat untuk: menuntut ilmu, mengembangkan, dan menyebarkan, sekaligus sebagai tempat mengabdikan dan beribadah kepada Allah SWT.

Meraih keunggulan dalam proses pelaksanaan Catur Dharma Perguruan Tinggi Muhammadiyah, dan mewujudkan kemandirian dalam pengelolaan dan pengembangan diri, serta mampu mensejahterakan seluruh civitas akademika Universitas Muhammadiyah Makassar, alumni, masyarakat, bangsa, dan negara.

2. Misi Universitas Muhammadiyah Makassar:

- a. Menyelenggarakan proses pendidikan untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaan;
- b. Menyelenggarakan dan mengembangkan proses pembelajaran yang kreatif, inovatif, efektif, dan menyenangkan;
- c. Menumbuhkembangkan dan menyebarluaskan penelitian yang inovatif, unggul dan berdaya saing;
- d. Menumbuhkembangkan kewirausahaan berbasis kemitraan dan ukhuwah;
- e. Meningkatkan kualitas hidup dan kehidupan civitas akademika, alumni, dan masyarakat.

3. Pernyataan Tujuan

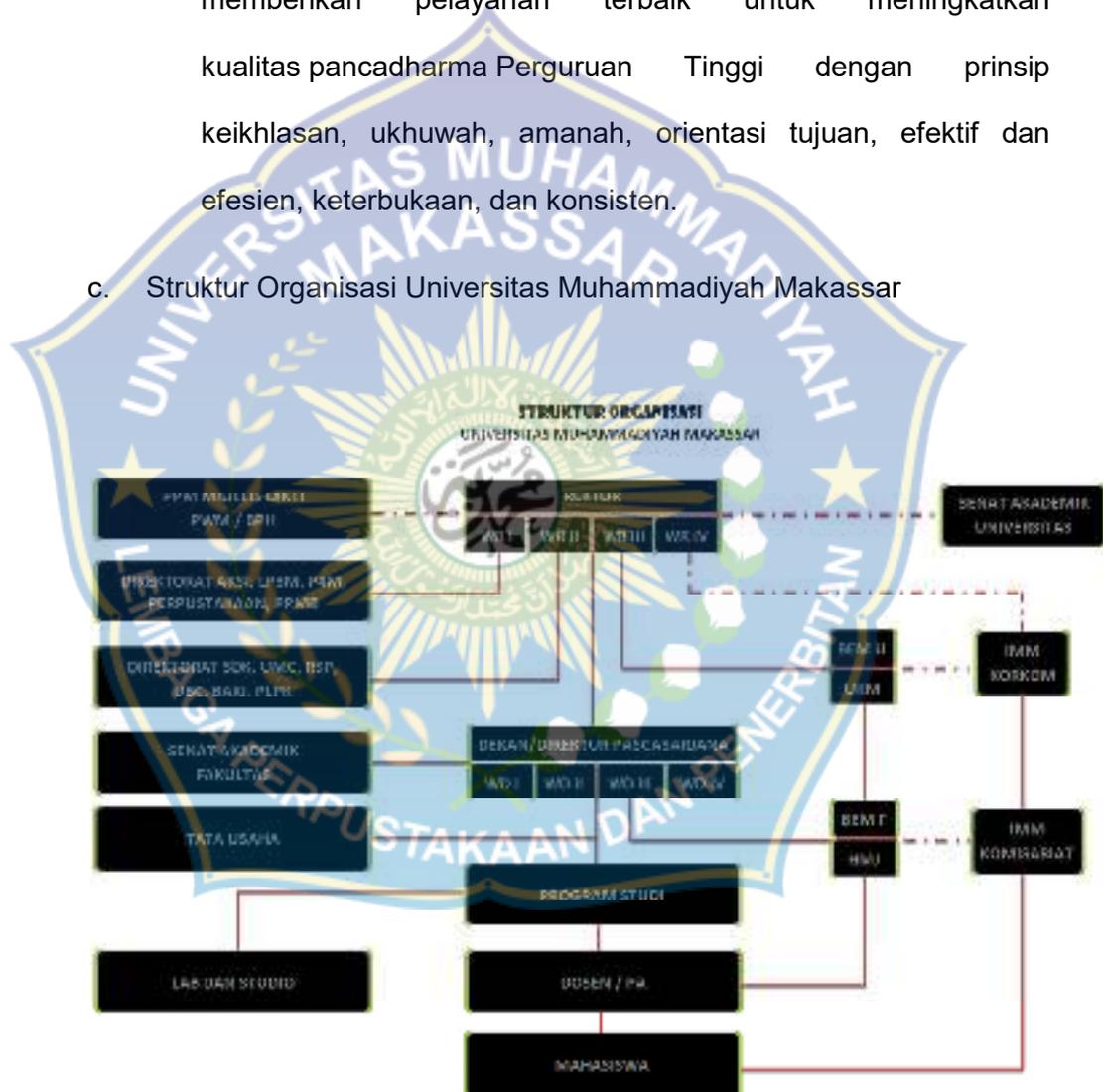
Mengacu pada Visi dan Misi di atas, maka tujuan Universitas Muhammadiyah Makassar dirumuskan sebagai berikut:

- a. Menghasilkan lulusan yang berakhlak mulia, cakap, profesional, bertanggung jawab dan mandiri;
- b. Meningkatnya mutu proses dan hasil pembelajaran yang bermuara pada kualitas lulusan;
- c. Meningkatnya kuantitas dan kualitas hasil penelitian;
- d. Terwujudnya unit-unit usaha yang berbasis ekonomi syariah;
- e. Meningkatnya kuantitas dan kualitas pengabdian dan pelayanan pada masyarakat untuk mencapai kesejahteraan

4. Strategi dan Nilai Dasar

Dalam kiprahnya sebagai Perguruan Tinggi, strategi dasar dalam mencapai visi dan misi adalah menciptakan suasana kondusif dalam melaksanakan aktivitas pengabdian di Universitas Muhammadiyah Makassar sebagai upaya memberikan pelayanan terbaik untuk meningkatkan kualitas pancadharna Perguruan Tinggi dengan prinsip keikhlasan, ukhuwah, amanah, orientasi tujuan, efektif dan efisien, keterbukaan, dan konsisten.

c. Struktur Organisasi Universitas Muhammadiyah Makassar



Gambar 4.1

STRUKTUR UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

d. Pimpinan Universitas Muhammadiyah Makassar

Pimpinan Universitas Muhammadiyah Makassar Periode 2016 – 2020:

1. Dr. Ir. H. M. Saiful Saleh, M.Si. selaku ketua badan pelaksana harian (BPH)
2. Prof. Dr. H. Abd. Rahman Rahim, S.E., M.M. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Dr. Ir. H. Abdul Rahim Nanda, M.T. selaku wakil rektor I Universitas Muhammadiyah Makassar
4. Dr. H. Andi Sukri Syamsuri, M.Hum. selaku wakil rektor II Universitas Muhammadiyah Makassar
5. Dr. Muhammad Tahir, M.Si selaku wakil rektor III Universitas Muhammadiyah Makassar
6. Ir. H. Muh. Saleh Molla, M.M. selaku wakil rektor IV Universitas Muhammadiyah Makassar

2. Grab

a. Sejarah Singkat Grab

Grab didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan yang merupakan warga negara Malaysia, mereka melihat adanya dampak negatif dari tidak efisiennya sistem transportasi yang ada pada saat itu. Merekapun memiliki ide untuk membuat aplikasi pemesanan transportasi, khususnya taksi, yang kemudian menobatkan mereka sebagai finalis dalam Kontes *Harvard Business School's 2011 Business Plan*.

Grab merupakan aplikasi layanan transportasi terpopuler di Asia Tenggara yang kini telah berada di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam, menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah Asia Tenggara. Layanan Grab ditujukan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan, dan kepastian.

Grab sendiri telah hadir di Indonesia pada bulan Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi dan sejak itu telah memberikan beragam pilihan transportasi seperti mobil dan ojek. Selain itu, Grab menekankan komitmen yaitu menyediakan kebebasan untuk mencapai tempat yang aman dan nyaman, kebebasan memilih moda transportasi terbaik, dan kebebasan untuk meraih kehidupan yang layak.

Tanggal 14 Juli 2016, Grab memaparkan perkembangan bisnisnya dimana Grab mencatat pertumbuhan layanan *GrabCar* dan *GrabBike* yang luar biasa, terutama di Indonesia, pada semester pertama 2016 sejak Grab melakukan *rebrand* sebagai *platform* penyedia layanan pemesanan kendaraan terlengkap di bulan Januari.

Grab menawarkan pilihan layanan pemesanan kendaraan terbanyak di sebagian besar pasar di Asia Tenggara, yang telah diunduh di lebih dari 17 juta perangkat dan 320.000 pengemudi di 30 kota di seluruh Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam.

b. Visi dan Misi Grab

Visi dan Misi PT Grab Indonesia sebagai berikut:

1. Visi Grab

Menjadi yang terdepan di Asia Tenggara

2. Misi Grab

a. Menjadi penyedia layanan paling aman di Asia Tenggara

b. Memberikan layanan yang mudah diakses oleh semua orang

c. Meningkatkan kehidupan para mitra, baik pengemudi maupun penumpang

c. Bidang Usaha Grab

Aplikasi Grab menawarkan lima pilihan layanan jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan mulai dari taksi, mobil pribadi, sepeda motor, pengiriman paket, hingga pemesanan makanan dan minuman yaitu meliputi:

1. *GrabTaxi* (taksi): Layanan taksi premium dengan jaringan terluas di Asia Tenggara.

2. *GrabCar* (mobil): Layanan transportasi untuk mereka yang memilih kenyamanan berkendara layaknya menggunakan mobil pribadi.

3. *GrabBike* (motor): Sebuah alternatif layanan transportasi untuk mereka yang ingin lebih cepat dan aman sampai ke tujuan.

4. *GrabExpress* (pengantaran barang): Layanan pengiriman paket yang cepat, aman dan terpercaya.

5. *GrabFood* (pemesanan makanan): Layanan pemesanan makanan ataupun minuman yang diantar cepat dengan kualitas yang diantar tetap terjaga.

d. Struktur Organisasi Grab

Berikut ialah gambar struktur organisasi PT Grab



Gambar 4.2

STRUKTUR ORGANISASI GRAB

e. Deskripsi Pekerjaan

1. Super Administrator:

a. Mengelola dan menangani secara nyata untuk membantu keterlibatan administrasi dengan bisnis; mendukung untuk divisi terkait, serta dapat membuat komunikasi terlibat dan berkoordinasi dengan divisi terkait

- b. Bantu sepenuhnya memasukkan data jika perlu
 - c. Pemecah masalah yang luar biasa
 - d. Berkolaborasi dengan grabber untuk berkoordinasi dan administrasi dengan jobdesk yang terlibat
2. Admnistrator:
- a. Membantu pengoperasian administrasi
 - b. Mengelolah data dari akses super administrator
3. Operation:
- a. Bekerja dalam perekrutan anggota atau pengemudi
 - b. Memantau juga memastikan setiap kendaraan dan pengemudi bahwa siap untuk beroperasi,
 - c. Merancang jadwal dan rute perjalanan dari kendaraan sesuai dengan kebutuhan
 - d. Memerintahkan pengemudi dan kendaraan untuk menuju suatu tempat sesuai dengan kebutuhan
 - e. Membuat laporan dan evaluasi terhadap aktivitas pulang pergi dari pengemudi dan kendaraan.
4. Driver:
- a. Penerima pekerjaan yang dipesan pelanggan sesuai kebutuhan,
 - b. pihak ketiga independen penyedia layanan yang telah menginstall Aplikasi Grab pada perangkat cellulernya dan telah melaksanakan proses registrasi untuk membuat akun Grab, dan diberi wewenang serta disetujui oleh Grab dan/atau Afiliasinya untuk menyediakan Layanan.

B. Hasil Penelitian

Penelitian ini menguraikan mengenai pengaruh kualitas layanan jasa Grab terhadap persepsi mahasiswa (studi kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar). Pada tahun 2012 Grab hadir di Indonesia dan mulai terkenal tahun 2016 di kota Makassar, sekarang tercatat aplikasi Grab yang telah diunduh lebih dari 17 juta perangkat dan 320.000 pengemudi yang tersebar dengan menyediakan pelayanan jasa yaitu Grab taksi, mobil pribadi, sepeda motor, pengantaran paket, hingga pemesanan makanan ataupun minuman.

Perilaku pelayanan pada Grab untuk konsep tingkat kepuasan sesuai dengan indikator kualitas layanan, yaitu memberikan kepuasan optimal pada pelanggan dengan memberikan fasilitas yang aman, nyaman dan cepat, menyediakan program layanan yang menjamin kualitas produk yang ditawarkan sehingga pelanggan merasa puas, dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu serta jaminan keamanan sampai ke tempat yang dituju.

Nilai dari sesuatu yang dihasilkan didasarkan pada pandangan dan perspektif pelanggan yang merujuk pada QCDS (*Quality, Cost, Delivery, dan Service*). Dilihat pada segi *quality*, PT Grab memberikan jasa pada pelanggan harus disertai dengan kualitas dan konsistensi agar mendapatkan hasil yang optimal. Segi *cost*, PT Grab Tekan harga serendah mungkin agar menarik pelanggan karena jika dikaitkan dengan kualitas maka ada sebuah tantangan untuk membuat sesuatu yang bermutu tapi dengan biaya yang seefisien mungkin. Segi *delivery*, ini sangat terkait dalam hal pelayanan jasa Grab, artinya suatu produk yang murah dan berkualitas akan menjadi sia -

sia jika pelayanan serta distribusinya tidak berjalan dengan benar sehingga pada PT Grab terlebih dahulu menyeleksi *driver* sesuai dengan persyaratan yang ada karena *driver* yang akan turun langsung di lapangan bertindak menghadapi pelanggan sebagai pembeli pelayanan. Sedangkan pada segi *service* tidak jauh berbedah dengan *driver*, *service* dan *driver* sangat berkaitan sehingga pada segi *service* ini PT Grab selalu berusaha memberikan *service* layanan yang maksimal, baik secara layanan jasa langsung maupun fasilitas yang diberikan secara langsung oleh yang berhadapan di lapangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan atau untuk membedakannya dari pesaing.

Manfaat kualitas layanan untuk pengembangan jasa Grab tentunya sangat berpengaruh, kualitas layanan dapat mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap jasa yang diberikan. Penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan cenderung menitikberatkan kepada pelayanan yang diberikan oleh pengemudi. Oleh karena itu, semakin baik kualitas layanan yang disediakan maka akan mempengaruhi jumlah pelanggan yang menjadi pendukung dalam pengembangan jasa Grab.

Berdasarkan tinjauan peneliti, terlihat dengan adanya Grab memberikan manfaat bagi mahasiswa, namun mahasiswa sebagai pelanggan yang menikmati jasa Grab juga memiliki keluhan atas layanan yang diperoleh dari Grab, karena terkadang pemberi jasa (*driver* Grab) memberikan layanan yang kurang maksimal, seperti ketepatan waktu pengemudi, kecakapan komunikasi yang kurang baik, cuek dalam mengoperasikan pekejaannya dan memiliki tatakrama yang kurang baik. Tidak hanya itu, penyediaan transaksi seperti uang kembalian dan pengisian saldo ovo yang terbatas,

penggunaan atribut yang kurang lengkap, hingga kesadaran *driver* menolong pelanggannya yang kesulitan juga merupakan hal negative yang terkandung pada layanan jasa Grab sebagaimana peneliti dapatkan dari hasil persepsi mahasiswa.

Di dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer dengan melalui penyebaran kuesioner untuk mengetahui persepsi atau tanggapan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar terhadap kualitas layanan jasa Grab dalam hubungannya dengan kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan jasa Grab. Berikut jumlah data mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar dari angkatan 2012 sampai angkatan 2018

Tabel 4.1

DATA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

JURUSAN	ANGKATAN							Total
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Perpajakan	0	0	0	0	49	32	40	121
Pendidikan Biologi	0	0	0	131	105	67	53	356
Pendidikan Matematika	9	158	46	162	19	85	13	683
Pendidikan Fisika	4	16	51	112	82	31	16	312
Teknologi Pendidikan	1	6	23	121	81	56	68	356
PGSD	6	27	54	195	206	222	354	1064

Agribisnis	14	18	86	219	226	175	162	900
Agroteknologi	0	0	0	0	0	12	22	34
Budidaya Perairan	4	0	19	53	23	15	24	138
Kehutanan	8	11	43	81	63	38	81	325
Pend. Dokter	3	10	10	31	42	105	88	289
Profesi Dokter	0	0	0	0	4	63	92	159
Komunikasi dan Penyiaran Islam	0	0	0	118	51	41	88	298
Hukum Keluarga	0	0	0	50	32	41	73	196
Hukum Ekonomi Syari'ah	0	2	7	96	93	68	95	361
Pend. Agama Islam	4	10	29	199	115	87	92	536
Pend. Bahasa Arab	1	0	4	28	29	32	46	140
Pendidikan Dasar	0	0	0	0	49	78	75	202
Pend. Bhs dan sastra Indonesia	0	0	1	5	21	26	55	108
Pend. Bahasa Inggris	0	0	0	0	35	9	16	60
Magister Manajemen	0	0	1	26	31	38	56	152

Magister Ilmu Admn. Publik	0	0	1	10	23	19	18	71
Magister Agribisnis	0	0	0	0	22	21	12	55
Magister Pend. Islam	0	0	0	21	30	11	18	80
Pend. Agama Islam	0	0	0	0	0	15	0	15
Total	195	482	1416	4568	4140	3754	3924	18479

Dapat dilihat jumlah data mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar yang terhitung dari angkatan 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 dan 2018 dari tabel 4.1 ialah sebanyak 18.479 mahasiswa, namun karena tidak diketahuinya secara pasti berapa jumlah mahasiswa yang menggunakan jasa Grab, maka sesuai pada pencarian sampel menggunakan teknik sampling yaitu non probability sampling dengan obyek penelitian pada kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, dengan hasil yang ditemukan berdasarkan rumus menghasilkan jumlah responden mahasiswa 100 orang. Jadi, penyebaran kuesioner dilakukan untuk 100 responden menjadi sampel penelitian. Responden yang dianggap dapat mewakili mahasiswa sebagai pelanggan yang menggunakan jasa Grab di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Karakteristik responden yaitu menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan dengan deskripsi karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang

menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik responden dikelompokkan menurut jenis kelamin, jurusan dan fakultas. Uraian mengenai karakteristik responden dapat dilihat sebagai berikut:

1. Respon Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, berikut ini merupakan data responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.2

RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki – laki	34	34%
Perempuan	66	66%
Total Responden	100	100%

Sumber: Data primer diolah, tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan responden berjenis kelamin laki – laki sebanyak 34 orang atau sebesar 34% (dari total responden), sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 66 orang atau sebesar 66% (dari total responden). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki – laki, hal ini sangat memungkinkan karena mayoritas perempuan lebih memilih menaiki transportasi umum yang praktis dan mudah, baik dikarenakan ketidakmampuan perempuan dalam berkendara ataupun dari sisi psikologis perempuan itu sendiri.

2. Respon Berdasarkan Jurusan

Klarifikasi responden berikutnya ialah berdasarkan jurusan. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan jurusan.

Tabel 4.3

RESPONDEN BERDASARKAN JURUSAN

Jurusan	Jumlah	Persentase (%)
Manajemen	22	22%
Pendidikan Guru Sekolah Dasar	17	17%
Akuntansi	10	10%
Ilmu Pemerintahan	8	8%
Teknik Elektro	7	7%
Teknik Sipil	5	5%
Budidaya Perairan	4	4%
Agribisnis	3	3%
Ilmu Komunikasi	3	3%
Pendidikan Bahasa Inggris	3	3%
Pendidikan Bahasa Indonesia	3	3%
Teknik Arsitektur	2	2%
Administrasi Negara	2	2%
Pendidikan Bahasa Arab	2	2%
Ekonomi Islam	2	2%
Pendidikan Biologi	2	2%
Pendidikan Agama Islam	1	1%
Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan	1	1%

Pendidikan Kewarganegaraan	1	1%
Pendidikan Fisika	1	1%
Pendidikan Sosiologi	1	1%
Total responden	100	100%

Sumber: Data primer diolah, tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa klarifikasi responden berasal dari mahasiswa sebanyak 21 jurusan yaitu jurusan manajemen, akuntansi, ilmu ekonomi studi pembangunan, ekonomi islam, teknik sipil, teknik elektro, teknik arsitektur, ilmu komunikasi, ilmu pemerintahan, administrasi negara, pendidikan bahasa Arab, pendidikan agama islam, budidaya perairan, agribisnis, pendidikan guru sekolah dasar, pendidikan biologi, pendidikan kewarganegaraan, pendidikan bahasa Indonesia, pendidikan bahasa Inggris, pendidikan fisika dan pendidikan sosiologi.

Responden yang berasal dari jurusan manajemen sebanyak 22 orang atau sebesar 22%, jurusan akuntansi sebanyak 10 orang atau sebesar 10%, jurusan ilmu ekonomi studi pembangunan sebanyak satu orang atau sebesar 1%, jurusan ekonomi islam sebanyak dua orang atau sebesar 2%, jurusan teknik sipil sebanyak lima orang atau sebesar 5%, jurusan teknik elektro sebanyak tujuh orang atau sebesar 7%, jurusan teknik arsitektur sebanyak dua orang atau sebesar 2%, jurusan ilmu komunikasi sebanyak tiga orang atau sebesar 3%, jurusan ilmu pemerintahan sebanyak delapan orang atau sebesar 8%, jurusan administrasi negara sebanyak dua orang atau sebesar 2%, jurusan budidaya perairan sebanyak empat orang atau sebesar 4%, jurusan

agribisnis sebanyak tiga orang atau sebesar 3%, jurusan pendidikan guru sekolah dasar sebanyak 17 orang atau sebesar 17%, jurusan pendidikan bahasa Arab sebanyak dua orang atau sebesar 2%, jurusan pendidikan agama islam sebanyak satu orang atau sebesar 1%, jurusan pendidikan biologi sebanyak dua orang atau sebesar 2%, jurusan pendidikan kewarganegaraan sebanyak satu orang atau sebesar 1%, jurusan pendidikan bahasa Inggris sebanyak tiga orang atau sebesar 3%, jurusan pendidikan bahasa Indonesia sebanyak tiga orang atau sebesar 3%, jurusan pendidikan fisika sebanyak satu orang atau sebesar 1%, dan jurusan pendidikan sosiologi sebanyak satu orang atau sebesar 1%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah responden terbanyak berasal dari jurusan manajemen sebanyak 22 orang atau sebesar 22% (dari jumlah responden).

3. Respon Berdasarkan Fakultas

Klarifikasi responden berikutnya ialah berdasarkan fakultas. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan fakultas.

Tabel 4.4

RESPONDEN BERDASARKAN FAKULTAS

Fakultas	Jumlah	Persentase (%)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis	35	35%
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	28	28%
Fakultas Teknik	14	14%
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	13	13%

Fakultas Pertanian	7	7%
Fakultas Agama Islam	3	3%
Total responden	100	100%

Sumber: Data primer diolah, tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa klarifikasi responden berasal dari enam fakultas yaitu fakultas ekonomi dan bisnis, fakultas keguruan ilmu pendidikan, fakultas teknik, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, fakultas pertanian, dan fakultas agama islam. Responden yang berasal dari fakultas ekonomi dan bisnis sebanyak 35 orang atau sebesar 35%, fakultas keguruan dan ilmu pendidikan sebanyak 28 orang atau sebesar 28%, fakultas teknik sebanyak 14 orang atau sebesar 14%, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik sebanyak 13 orang atau sebesar 13%, fakultas pertanian sebanyak tujuh orang atau sebesar 7%, dan fakultas agama islam sebanyak tiga orang atau sebesar 3%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah responden terbanyak berasal dari fakultas ekonomi dan bisnis sebanyak 35 orang atau sebesar 35% (dari jumlah responden).

4. Deskripsi Variabel Penelitian

Dari uraian mengenai kualitas layanan jasa Grab yang dilakukan oleh tanggapan responden yaitu persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar, dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kualitas Layanan (X)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai kualitas layanan jasa Grab, maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.5

TANGGAPAN MENGENAI KUALITAS LAYANAN

No.	Pernyataan	Skor					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	x.1	22	63	12	1	2	100
		22%	63%	12%	1%	2%	100%
2.	x.2	42	28	30	0	0	100
		42%	28%	30%	0%	0%	100%
3.	x.3	37	37	23	2	1	100
		37%	37%	23%	2%	1%	100%
4.	x.4	18	34	38	5	5	100
		18%	34%	38%	5%	5%	100%
5.	X.5	37	44	15	2	2	100
		37%	44%	15%	2%	2%	100%
6.	x.6	31	57	9	2	1	100
		31%	57%	9%	2%	1%	100%
7.	x.7	37	51	10	2	0	100
		37%	51%	10%	2%	0%	100%
8.	x.8	35	47	13	4	1	100
		35%	47%	13%	4%	1%	100%

9.	x.9	47	41	7	4	1	100
		47%	41%	7%	4%	1%	100%
10.	x.10	39	38	23	0	0	100
		39%	38%	23%	0%	0%	100%
11.	x.11	41	28	29	2	0	100
		41%	28%	29%	2%	0%	100%
12.	x.12	25	44	31	0	0	100
		25%	44%	31%	0%	0%	100%
13.	x.13	37	49	10	2	2	100
		37%	49%	10%	2%	2%	100%
14.	x.14	25	36	28	10	1	100
		25%	36%	28%	10%	1%	100%
15.	x.15	28	48	17	4	3	100
		28%	48%	17%	4%	3%	100%
16.	x.16	34	42	19	3	2	100
		34%	42%	19%	3%	2%	100%
Jumlah		535	687	314	43	21	1.600
Persentase		33,44	42,94	19,62	2,69	1,31	100%

Sumber: data primer diolah, tahun 2019

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan – pernyataan mengenai kualitas layanan. Pada pernyataan pertama ditunjukkan oleh responden bahwa “Driver Grab cepat pada saat menjemput dan mengantar pelanggan”. Hasil yang ditunjukkan 22% jawaban yang sangat setuju, 63% jawaban

setuju, 12% jawaban kurang setuju, 1% tidak setuju, dan 2% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan kedua “Driver Grab tidak ugal – ugalan dalam berkendara, misalnya tidak balap – balap dan mematuhi rambu lalu lintas”. Hasil yang ditunjukkan 42% jawaban yang sangat setuju, 28% jawaban setuju, dan 30% jawaban kurang setuju.

Pernyataan ketiga “Driver Grab mengantar pelanggan ketempat tujuan dengan tepat”. Hasil yang ditunjukkan 37% jawaban yang sangat setuju, 37% jawaban setuju, 23% jawaban kurang setuju, 2% tidak setuju, dan 1% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan keempat “Mampu mengoperasikan GPS dengan baik”. Hasil yang ditunjukkan 18% jawaban yang sangat setuju, 34% jawaban setuju, 38% jawaban kurang setuju, 5% tidak setuju, dan 5% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan kelima “Driver Grab selalu mendengarkan keinginan dan keluhan pelanggan”. Hasil yang ditunjukkan 37% jawaban yang sangat setuju, 44% jawaban setuju, 15% jawaban kurang setuju, 2% tidak setuju, dan 2% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan keenam “Driver Grab tidak keberatan dalam menceritakan aplikasi Grab dan layanan yang diberikan Grab bagi pelanggan yang masih awam”. Hasil yang ditunjukkan 31% jawaban yang sangat setuju, 57% jawaban setuju, 9% jawaban kurang setuju, 2% tidak setuju, dan 1% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan ketujuh “Driver Grab bertanggung jawab dalam menjaga kerahasiaan data pribadi pelanggan”. Hasil yang

ditunjukkan 37% jawaban yang sangat setuju, 51% jawaban setuju, 10% jawaban kurang setuju, dan 2% tidak setuju.

Pernyataan kedelapan “Driver Grab memiliki keramahan/tidak cuek saat menyapa konsumen”. Hasil yang ditunjukkan 35% jawaban yang sangat setuju, 47% jawaban setuju, 13% jawaban kurang setuju, 4% tidak setuju, dan 1% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan kesembilan “Driver Grab memiliki tatakrama dan tutur kata yang baik dalam bersosialisasi kepada pelanggan”. Hasil yang ditunjukkan 47% jawaban yang sangat setuju, 41% jawaban setuju, 7% jawaban kurang setuju, 4% tidak setuju, dan 1% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan kesepuluh “Driver Grab memanfaatkan media sosial menghubungi pelanggan yang tidak memiliki nomor seluler”. Hasil yang ditunjukkan 39% jawaban yang sangat setuju, 38% jawaban setuju, dan 23% jawaban kurang setuju.

Pernyataan kesebelas “Driver Grab memberikan respon yang positif bagi pelanggan yang salah titik tujuan”. Hasil yang ditunjukkan 41% jawaban yang sangat setuju, 28% jawaban setuju, 29% jawaban kurang setuju, dan 2% tidak setuju.

Pernyataan keduabelas “Driver Grab selalu cepat memberikan konfirmasi terhadap pemesanan makanan yang tidak tersedia”. Hasil yang ditunjukkan 25% jawaban yang sangat setuju, 44% jawaban setuju, dan 31% jawaban kurang setuju.

Pernyataan ketigabelas “Driver Grab bertanggung jawab terhadap barang yang ketinggalan”. Hasil yang ditunjukkan 37%

jawaban yang sangat setuju, 49% jawaban setuju, 10% jawaban kurang setuju, 2% tidak setuju, dan 2% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan keempatbelas “Penyediaan transaksi Driver Grab selalu tersedia, misalnya dalam memberikan uang kembalian atau pengisian saldo ovo yang selalu mencukupi”. Hasil yang ditunjukkan 25% jawaban yang sangat setuju, 36% jawaban setuju, 28% jawaban kurang setuju, 10% tidak setuju, dan 1% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan kelimabelas “Driver Grab selalu menggunakan atribut, seperti helm, jaket, kaca spion, mantel dan lain – lain”. Hasil yang ditunjukkan 28% jawaban yang sangat setuju, 48% jawaban setuju, 17% jawaban kurang setuju, 4% tidak setuju, dan 3% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan keenambelas “Driver Grab memiliki kesadaran dalam menolong pelanggan yang kesulitan dalam mengangkat barang”. Hasil yang ditunjukkan 34% jawaban yang sangat setuju, 42% jawaban setuju, 19% jawaban kurang setuju, 3% tidak setuju, dan 2% jawaban sangat tidak setuju.

b. Persepsi Mahasiswa

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai persepsi mahasiswa pada layanan jasa Grab, maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.6

TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PERSEPSI MAHASISWA

No.	Pernyataan	Skor					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Y.1	47	39	8	5	1	100
		47%	39%	8%	5%	1%	100%
2.	Y.2	19	35	36	5	5	100
		19%	35%	36%	5%	5%	100%
3.	Y.3	25	43	24	6	2	100
		25%	43%	24%	6%	2%	100%
4.	Y.4	38	40	15	6	1	100
		38%	40%	15%	6%	1%	100%
	Jumlah	129	157	83	22	9	400
	Persentase	32,25	39,25	20,75	5,5	2,25	100%

Sumber: Data primer diolah, tahun 2019

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan – pernyataan mengenai kualitas layanan. Pada pernyataan pertama ditujukan oleh responden bahwa “Mahasiswa melihat layanan jasa Grab sebagai salah satu kebutuhan”. Hasil yang ditunjukkan 47% jawaban yang sangat setuju, 39% jawaban setuju, 8% jawaban kurang setuju, 5% tidak setuju, dan 1% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan kedua “Mahasiswa mengetahui bahwa layanan jasa Grab dapat dipercaya”. Hasil yang ditunjukkan 19% jawaban

yang sangat setuju, 35% jawaban setuju, 36% jawaban kurang setuju, 5% tidak setuju, dan 5% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga “Menurut mahasiswa kendaraan yang digunakan driver Grab tidak mengurangi minat pelanggan dalam pemakaian jasa Grab”. Hasil yang ditunjukkan 25% jawaban yang sangat setuju, 43% jawaban setuju, 24% jawaban kurang setuju, 6% tidak setuju, dan 2% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan keempat “Mahasiswa menilai dengan adanya layanan jasa Grab mempermudah segalanya”. Hasil yang ditunjukkan 38% jawaban yang sangat setuju, 40% jawaban setuju, 15% jawaban kurang setuju, 6% tidak setuju, dan 1% jawaban sangat tidak setuju.

5. Uji Instrument

a. Uji Validitas

Tabel 4.7

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL X (KUALITAS LAYANAN)

Variabel	Pernyataan	r – hitung	r – tabel	Keterangan
	1	0,218	0,195	Valid
	2	0,315	0,195	Valid
	3	0,400	0,195	Valid
	4	0,516	0,195	Valid
	5	0,738	0,195	Valid
	6	0,792	0,195	Valid
	7	0,756	0,195	Valid

Kualitas Layanan	8	0,546	0,195	Valid
	9	0,732	0,195	Valid
	10	0,338	0,195	Valid
	11	0,302	0,195	Valid
	12	0,293	0,195	Valid
	13	0,630	0,195	Valid
	14	0,666	0,195	Valid
	15	0,596	0,195	Valid
	16	0,588	0,195	Valid

Berdasarkan table hasil uji validitas di atas, dapat dinyatakan bahwa diketahui seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur pada variabel kualitas layanan telah valid, yang ditunjukkan dengan nilai dari masing – masing item pernyataan berdasarkan kolom *corrected item-total correlation* memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari pada nilai r – tabel 0,195.

Tabel 4.8

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y (PERSEPSI MAHASISWA)

Variabel	Pernyataan	r – hitung	r – tabel	Keterangan
Persepsi	1	0,629	0,195	Valid
	2	0,529	0,195	Valid
	3	0,596	0,195	Valid
	4	0,568	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah, tahun 2019

Berdasarkan tabel di atas, hasil perhitungan dari setiap pernyataan pada variabel dependen dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan telah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Reliabilitas suatu kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien alpha *cronbach's alpha* 0,60. Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka disajikan hasil olahan data mengenai uji reliabilitas pada variabel penelitian.

Tabel 4.9

RELIABILITY STATISTICS

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.903	.903	20

Dari tabel di atas diketahui banyaknya item atau butir pernyataan angket ada 20 buah item dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,903. Karena nilai *Cronbach Alpha* 0,903 > 0,60, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji realibilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa ke – 20 atau semua item pernyataan angket “Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Grab terhadap Persepsi Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)” adalah reliabel atau konsisten,

sehingga variabel ini layak untuk menjadi alat ukur instrument dalam penelitian ini.

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil olahan regresi dengan menggunakan program komputer SPSS versi 25, maka dapat disajikan persamaan regresi linear sederhana yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.10

HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.864	1.585		-.545	.587
kualitas layanan	.257	.024	.730	10.564	.000

a. Dependent Variable: persepsi mahasiswa

$$Y = a + bx$$

$$Y = -0,864 + 0,257x$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi dapat dijelaskan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta diperoleh -0,864 artinya apabila kualitas layanan sama dengan nol maka persepsi mahasiswa adalah positif.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan yaitu 0,257. Hal ini berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa.

Artinya, setiap peningkatan kualitas layanan 0,257 maka akan terjadi peningkatan pula terhadap persepsi mahasiswa sebesar satu tingkatan. Selanjutnya, akan dilakukan pengujian hipotesis yang telah ditentukan dalam penelitian ini yaitu “diduga bahwa kualitas layanan jasa Grab berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar”. Hasil pengolahan data analisis regresi sederhana diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel kualitas layanan adalah sebesar 0,257. Nilai signifikan dari variabel kualitas layanan adalah 0,000. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini α (0,05) maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari pada tingkat signifikan yang digunakan ($0,000 < 0,05$) hal ini berarti “kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar”. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

Output SPSS di atas memberikan nilai standar dized beta kualitas layanan sebesar 0,730 dan signifikan pada 0,000 yang berarti kualitas layanan mempengaruhi persepsi mahasiswa.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas layanan jasa Grab yang diberikan pada pelanggan maka semakin baik pula persepsi mahasiswa.

7. Uji Hipotesis

a. Uji T

Untuk menguji hipotesis digunakan uji T yaitu untuk menguji secara parsial variabel bebas terkait variabel terikat. Untuk menguji

pengaruh kualitas layanan jasa Grab terhadap persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar, maka akan dikemukakan hipotesis berdasarkan data tabel hasil dideskripsikan sebagai berikut, nilai t hitung pada variabel kualitas layanan sebesar 10.564, sedangkan t tabel dengan $\alpha = 0,05$ sebesar 1.660 maka diperoleh t hitung lebih besar dari t tabel ($10.564 > 1.660$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan apakah perubahan variabel bebas kualitas layanan akan diikuti oleh variabel terikat persepsi mahasiswa pada proporsi yang sama. Untuk memastikan tipe hubungan antar variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11

HASIL UJI REGRESI (KOEFSIEN DETERMINASI)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.532	.528	1.957
a. Predictors: (Constant), kualitas layanan				

Berdasarkan tabel di atas, ditemukan data pada koefisien determinasi pada tabel ditemukan nilai R Square sebesar 0,532, nilai ini menunjukkan besaran sumbangan kontribusi variabel bebas

terhadap variabel terikat dalam penelitian ini. Nilai ini menunjukkan bahwa sumbangan efektif variabel kualitas layanan terhadap persepsi mahasiswa sebesar 53,2%. Sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk bahasan dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil uji persial menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel kualitas layanan adalah dan nilai t tabel

1. Realibily

Hal ini diindikasikan ketepatan waktu pelayanan dan ketepatan driver, serta kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan handal untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pengguna jasa melalui 4 pernyataan sebagai berikut:

- a. *Driver* Grab cepat pada saat menjemput dan mengantar pelanggan
- b. *Driver* Grab tidak ugal – ugalan dalam berkendara, misalnya tidak balap – balap dan mematuhi rambu lalu lintas
- c. *Driver* Grab mengantar pelanggan ketempat tujuan dengan tepat
- d. Mampu mengoprasionalkan GPS dengan baik

Pernyataan pertama ditujukan oleh responden bahwa “*Driver* Grab cepat pada saat menjemput dan mengantar pelanggan”. Hasil yang ditunjukkan 22% jawaban yang sangat setuju, 63% jawaban setuju, 12% jawaban kurang setuju, 1% tidak setuju, dan 2% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan kedua “*Driver* Grab tidak ugal – ugalan dalam berkendara, misalnya tidak balap – balap dan mematuhi rambu lalu

lintas”. Hasil yang ditunjukkan 42% jawaban yang sangat setuju, 28% jawaban setuju, dan 30% jawaban kurang setuju.

Pernyataan ketiga “*Driver* Grab mengantar pelanggan ketempat tujuan dengan tepat”. Hasil yang ditunjukkan 37% jawaban yang sangat setuju, 37% jawaban setuju, 23% jawaban kurang setuju, 2% tidak setuju, dan 1% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan keempat “Mampu mengoperasikan GPS dengan baik”. Hasil yang ditunjukkan 18% jawaban yang sangat setuju, 34% jawaban setuju, 38% jawaban kurang setuju, 5% tidak setuju, dan 5% jawaban sangat tidak setuju.

2. Daya Tanggap

Hal ini diindikasikan dengan kemampuan *Driver* untuk memberikan penjelasan yang benar atas pelayanan yang diberikan dan kesediaan untuk membantu para pelanggan melalui 2 pernyataan sebagai berikut:

- a. *Driver* Grab selalu mendengarkan keinginan dan keluhan pelanggan
- b. *Driver* Grab tidak keberatan dalam menceritakan aplikasi Grab dan layanan yang diberikan Grab bagi pelanggan yang masih awam

Pernyataan pertama “*Driver* Grab selalu mendengarkan keinginan dan keluhan pelanggan”. Hasil yang ditunjukkan 37% jawaban yang sangat setuju, 44% jawaban setuju, 15% jawaban kurang setuju, 2% tidak setuju, dan 2% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan kedua “*Driver* Grab tidak keberatan dalam menceritakan aplikasi Grab dan layanan yang diberikan Grab bagi pelanggan yang

masih awam”. Hasil yang ditunjukkan 31% jawaban yang sangat setuju, 57% jawaban setuju, 9% jawaban kurang setuju, 2% tidak setuju, dan 1% jawaban sangat tidak setuju.

3. Jaminan

Hal ini diindikasikan dengan pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki driver, bebas dari bahaya, resiko atau keraguraguan melalui 3 pernyataan sebagai berikut:

- a. *Driver* Grab bertanggung jawab dalam menjaga kerahasiaan data pribadi pelanggan
- b. *Driver* Grab memiliki keramahan/tidak cuek saat menyapa konsumen
- c. *Driver* Grab memiliki tatakrma dan tutur kata yang baik dalam bersosialisasi kepada pelanggan

Pernyataan pertama “*Driver* Grab bertanggung jawab dalam menjaga kerahasiaan data pribadi pelanggan”. Hasil yang ditunjukkan 37% jawaban yang sangat setuju, 51% jawaban setuju, 10% jawaban kurang setuju, dan 2% tidak setuju.

Pernyataan kedua “*Driver* Grab memiliki keramahan/tidak cuek saat menyapa konsumen”. Hasil yang ditunjukkan 35% jawaban yang sangat setuju, 47% jawaban setuju, 13% jawaban kurang setuju, 4% tidak setuju, dan 1% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga “*Driver* Grab memiliki tatakrma dan tutur kata yang baik dalam bersosialisasi kepada pelanggan”. Hasil yang ditunjukkan 47% jawaban yang sangat setuju, 41% jawaban setuju, 7%

jawaban kurang setuju, 4% tidak setuju, dan 1% jawaban sangat tidak setuju.

4. Empati

Hal ini diindikasikan dengan kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan permasalahan atas kebutuhan individu para pelanggan melalui 4 pernyataan sebagai berikut:

- a. *Driver* Grab memanfaatkan media sosial menghubungi pelanggan yang tidak memiliki nomor seluler
- b. *Driver* Grab memberikan respon yang positif bagi pelanggan yang salah titik tujuan
- c. *Driver* Grab selalu cepat memberikan konfirmasi terhadap pemesanan makanan yang tidak tersedia
- d. *Driver* Grab bertanggung jawab terhadap barang yang ketinggalan

Pernyataan pertama "*Driver* Grab memanfaatkan media sosial menghubungi pelanggan yang tidak memiliki nomor seluler". Hasil yang ditunjukkan 39% jawaban yang sangat setuju, 38% jawaban setuju, dan 23% jawaban kurang setuju.

Pernyataan kedua "*Driver* Grab memberikan respon yang positif bagi pelanggan yang salah titik tujuan". Hasil yang ditunjukkan 41% jawaban yang sangat setuju, 28% jawaban setuju, 29% jawaban kurang setuju, dan 2% tidak setuju.

Pernyataan ketiga "*Driver* Grab selalu cepat memberikan konfirmasi terhadap pemesanan makanan yang tidak tersedia". Hasil yang

ditunjukkan 25% jawaban yang sangat setuju, 44% jawaban setuju, dan 31% jawaban kurang setuju.

Pernyataan ketigabelas “*Driver* Grab bertanggung jawab terhadap barang yang ketinggalan”. Hasil yang ditunjukkan 37% jawaban yang sangat setuju, 49% jawaban setuju, 10% jawaban kurang setuju, 2% tidak setuju, dan 2% jawaban sangat tidak setuju.

5. Bukti fisik

Hal ini diindikasikan dengan penampilan fasilitas fisik, kelengkapan, peralatan, dan kesadaran personil atau sikap melalui 3 pernyataan sebagai berikut:

- a. Penyediaan transaksi *Driver* Grab selalu tersedia, misalnya dalam memberikan uang kembalian atau pengisian saldo ovo yang selalu mencukupi
- b. *Driver* Grab selalu menggunakan atribut, seperti helm, jaket, kaca spion, mantel dan lain – lain
- c. *Driver* Grab memiliki kesadaran dalam menolong pelanggan yang kesulitan dalam mengangkat barang

Pernyataan pertama “Penyediaan transaksi *Driver* Grab selalu tersedia, misalnya dalam memberikan uang kembalian atau pengisian saldo ovo yang selalu mencukupi”. Hasil yang ditunjukkan 25% jawaban yang sangat setuju, 36% jawaban setuju, 28% jawaban kurang setuju, 10% tidak setuju, dan 1% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan kedua “*Driver* Grab selalu menggunakan atribut, seperti helm, jaket, kaca spion, mantel dan lain – lain”. Hasil yang ditunjukkan

28% jawaban yang sangat setuju, 48% jawaban setuju, 17% jawaban kurang setuju, 4% tidak setuju, dan 3% jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga “*Driver* Grab memiliki kesadaran dalam menolong pelanggan yang kesulitan dalam mengangkat barang”. Hasil yang ditunjukkan 34% jawaban yang sangat setuju, 42% jawaban setuju, 19% jawaban kurang setuju, 3% tidak setuju, dan 2% jawaban sangat tidak setuju.

Berdasarkan hasil penelitian yang dihasilkan dari penyebaran kuesioner 100 responden yaitu mahasiswa menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 66 orang dan laki – laki sebanyak 34 orang, hal ini sangat memungkinkan kalau mayoritas perempuan lebih memilih manaiki transportasi umum yang praktis dan mudah, juga dikarenakan ketidakmampuan perempuan dalam berkendara. Jumlah 100 responden berasal dari enam fakultas yaitu fakultas ekonomi dan bisnis sebanyak 35 orang, teknik sebanyak 14 orang, ilmu sosial dan ilmu politik 13 orang, pertanian tujuh orang, agama islam tiga orang dan fakultas keguruan dan ilmu pendidikan sebanyak 28 orang.

Hasil uji validitas dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas layanan telah valid dengan ditunjukkan nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari pada nilai $r - \text{tabel}$ 0,195, begitupun juga pada pernyataan variabel persepsi mahasiswa sebagai variabel dependen. Pada uji reliabilitas menghasilkan *Coefficients* sebesar 0,000 yang menandakan bahwa semua item pernyataan pada angket layak untuk menjadi alat ukur instrument karena $0,000 < 0,05$.

Analisis regresi linear sederhana pada penelitian ini menghasilkan 0,000 nilai signifikan dari kualitas layanan yang berarti kualitas layanan mempengaruhi persepsi mahasiswa, dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Irsansyah Putra, Putiri Bhuana Katili dan Faula Arina (2013) bahwa kualitas layanan (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi pelanggan (Y). Berdasarkan hasil analisa data yang dilakukan, penelitian ini mendapatkan hasil t-value yang dihasilkan adalah 2.07. Artinya, semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka akan semakin positif persepsi yang diterima bagi pemberi layanan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan mengenai pengaruh kualitas layanan jasa Grab terhadap persepsi mahasiswa (studi kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar), maka dapat ditarik kesimpulan akhir dari penelitian ini yaitu:

1. Dari variabel kualitas layanan dapat diketahui bahwa responden merasa jasa Grab telah mengemudi dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh jasa Grab, maka akan semakin baik pula persepsi yang diberikan oleh mahasiswa.
2. Tingkat kepuasan pelanggan dilihat pada QCDS (*Quality, Cost, Delivery, dan Service*) dari tanggapan 100 responden menghasilkan 33,44% sangat setuju, 42,94% setuju, 19,62% kurang setuju, 2,69% tidak setuju dan 1,31% sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar menunjukkan memberi tanggapan bahwa sudah ada kepuasan terhadap jasa Grab.
3. Berdasarkan analisis regresi linear sederhana, bahwa kualitas layanan jasa Grab berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar dengan nilai koefisien sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ketika kualitas layanan Grab baik, maka akan mempengaruhi persepsi mahasiswa. Sedangkan *R Square* dari variabel kualitas layanan terhadap persepsi mahasiswa diolah 53,2% ditentukan oleh variabel terikat, sisanya 46,8 ditentukan oleh variabel bebas yang tidak termasuk bahasan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran:

1. Jasa Grab hendaknya tetap meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan agar kepuasan pelanggan selalu tercapai. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas layanan seperti profesionalisme dalam menangani keluhan pelanggan, melayani dengan baik, ramah, bertutur kata sopan dan memiliki tatakrma saat melakukan pelayanan, harus memiliki jiwa kesabaran karena setiap pelanggan memiliki sifat yang berbeda – beda, serta berhati – hati dalam berkendara.
2. Dari beberapa pernyataan yang peneliti sebar melalui kuesioner, point yang memiliki nilai terendah yaitu *driver* Grab selalu menggunakan atribut, memiliki kesadaran dalam menolong pelanggan, cepat menjemput dan mengantarkan pelanggan, dan bertanggung jawab atas barang yang ketinggalan. Jadi, jasa Grab hendaknya selalu menggunakan atribut yang lengkap sehingga meningkatkan rasa percaya pelanggan, harus memiliki jiwa kesadaran dan tanggung jawab yang tinggi sehingga dengan rendah hati tergerak sendiri menolong pelanggan yang terlihat kesusahan dan selalu memerhatikan barang pelanggan yang ketinggalan, serta memiliki sikap yang cepat tanggap, sigap dan tidak lambat dalam pergerakan melayani pelanggan.
3. Diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai rujukan dalam penelitian berikutnya mengenai pengaruh kualitas layanan jasa Grab terhadap persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar,

dengan menambahkan variabel lain yang menyangkut aspek tersebut untuk lebih mengetahui variabel – variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diluar variabel yang telah diteliti oleh penulis.



BIOGRAFI PENULIS



Nurapni Aulia Sulkipli panggilan Apni, lahir di Pangkep pada tanggal 24 April 1997 dari pasangan suami istri Bapak H. Sulkipli dan Ibu Hj. Munarti. Peneliti adalah anak pertama dari 4 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jln. Sultan Alauddin Lr. 3 No. 1, Gunung Sari, Kec. Rappocini, Kota Makassar.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu SD Negeri 4 Padoang – doangan Kabupaten Pangkep lulus tahun 2009, SMP Swasta Pesantren Modern Putri IMMIM Minasatene Kabupaten Pangkep lulus tahun 2012, SMA Negeri 1 Pangkajene Kabupaten Pangkep lulus tahun 2015, dan mulai tahun 2015 mengikuti Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini, 2005. *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara
- Arina, Faula dkk. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi Dan Kepuasan Pasien dalam Meningkatkan Loyalitas Pasien. *Jurnal Teknik Industri*, (Online). Vol.1, No.1, (<http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jti/article/viewFile/116/77>), diakses 19 Maret 2019)
- Desmita. 2013, *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Dewa, C. B. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif*, (online). Vol.XVI, No.1, (<https://Pengaruh%20Kualis%20Pelayanan%20dan%20Promosi%20Penjualan%20Jasa%200Grabcar%20terhadap%20Kepuasan%20Pelanggan.pdf>), diakses 21 Maret 2019)
- Edison, E., Anwar, Y. dan Komariyah, I. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta
- Gunawan, S. 2017. Persepsi Konsumen Atas Layanan Grab Car di Surabaya. *AGORA*, (Online). Vol.5, No.3, (<https://135108-ID-persepsi-konsumen-atas-layanan-grab-car.pdf>), diakses 21 Maret 2019)
- Hardaningtyas, R. T. 2018. Persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi online (Grab) di Malang. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, (online). Vol. 2, No. 1, ([https://Ratna%20Tri%20Hardaningtyas,%20\(2018\).pdf](https://Ratna%20Tri%20Hardaningtyas,%20(2018).pdf)), diakses 22 Maret 2019)
- Juniantara, I. M. A. dkk. 2018. Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, (Online), Vol.7, No.11, (<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i11.p6>), diakses 21 Maret 2019)
- Kotler, P. and Armstrong, G. 2001. *Manajemen Penjualan*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. and Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Ling, J., and Catling, J. 2012. *Psikologi Kognitif*. Jakarta: PT Glora Aksara Pratama
- Lupiyoadi, R. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: SalembaEmpat
- Moenir, A.S. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara

- Pangestuti, E. dkk. 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Go – Ride (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2016/2017 dan 2017/2018). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, (Online). Vol. 61, No. 2, ([https://Edriana%20Pangestuti%20,%20dkk%20\(2018\).pdf](https://Edriana%20Pangestuti%20,%20dkk%20(2018).pdf), diakses 21 Maret 2019)
- Pratama, dkk. 2014. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Empat
- Rahim, A. R. dan Jusriadi, E. 2015. *Urgensi Manajemen*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar
- Solihin, I. 2014. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutrisno, E. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Tjiptono, F. 2004. *Prinsip – prinsip Total Quality Service (TQA)*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, F. 2017. *Service Management – Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI
- Wirawan. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Indonesia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- <http://www.unismuh.ac.id> sejarah, visi dan misi, struktur organisasi dan pimpinan, diakses pada tanggal 15 Juli 2019.
- <https://visimisi95.blogspot.com/2018/08/visi-misi-profil-grab.html> sejarah dan visi misi Grab, diakses tanggal 15 Juli 2019
- <https://sangajiwicaksono.home.blog/2018/12/04/perkembangan-bisnis-pada-grab-oleh-kelompok-5/> struktur organisasi Grab, diakses pada tanggal 15 Juli 2019

L
A
M
P
I
R
A
N



LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Saudara/saudari Responden

Di Tempat.

Dengan hormat

Saya Nurapni Aulia Sulkipli (NIM:105720562815) selaku mahasiswa program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar yang pada saat ini sedang melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Layanan Driver Grab terhadap Persepsi Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)".

Pengumpulan data ini semata – mata hanya akan digunakan untuk penyusunan proposal dan dijamin kerahasiannya. Jawaban yang Saudara/i berikan juga akan menjadi masukan yang sangat berharga bagi saya maupun bagi perusahaan Grab sebagai obyek dari penelitian.

Bantuan anda sangat besar artinya bagi penelitian saya ini, karna tanpa bantuan saudara/i dalam penelitian dan penulisan proposal ini tidak akan selesai dengan baik. Atas pertispasnya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Nurapni Aulia Sulkipli

DAFTAR KUESIONER

1. Pendahuluan

Sebelumnya saya sampaikan terima kasih atas kesediaan Saudara/Saudari untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Daftar pernyataan ini dibuat dengan maksud mengumpulkan data dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul: Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Grab terhadap Persepsi Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar).

2. Identitas Responden

Petunjuk : berilah tanda (√) pada jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Anda.

- a. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
- b.  Usia : () ≤ 18 tahun
() ≥ 18 tahun
- c. Program Studi :
- d. Fakultas :



3. Daftar Pernyataan

Petunjuk : berilah tanda (√) pada kolom jawaban sesuai dengan keadaan

Anda pada pertanyaan yang telah disediakan berikut ini :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
X	KUALITAS LAYANAN					
Reabilitas						
1.	Driver Grab cepat pada saat menjemput dan mengantar pelanggan					
2.	Driver Grab tidak ugal – ugalan dalam berkendara, misalnya tidak balap – balap dan mematuhi rambu lalu lintas					
3.	Driver Grab mengantar pelanggan ketempat tujuan dengan tepat					
4.	Mampu mengoperasikan GPS dengan baik					
Daya Tanggap						
5.	Driver Grab selalu mendengarkan keinginan dan keluhan pelanggan					
6.	Driver Grab tidak keberatan dalam menceritakan aplikasi Grab dan layanan yang diberikan Grab bagi pelanggan yang masih awam					
Jaminan						
7.	Driver Grab bertanggung jawab dalam menjaga kerahasiaan data pribadi pelanggan					
8.	Driver Grab memiliki keramahan/tidak cuek saat menyapa konsumen					
9.	Driver Grab memiliki tatakrama dan tutur kata yang baik dalam bersosialisasi kepada pelanggan					
Empati						
10.	Driver Grab memiliki tatakrama dan tutur kata yang baik dalam bersosialisasi kepada pelanggan					
11.	Driver Grab memberikan respon yang					

	positif bagi pelanggan yang salah titik tujuan					
12.	Driver Grab selalu cepat memberikan konfirmasi terhadap pemesanan makanan yang tidak tersedia					
13.	Driver Grab bertanggung jawab terhadap barang yang ketinggalan					
Bukti Fisik						
14.	Penyediaan transaksi Driver Grab selalu tersedia, misalnya dalam memberikan uang kembalian atau pengisian saldo ovo yang selalu mencukupi					
15.	Driver Grab selalu menggunakan atribut, seperti helm, jaket, kaca spion, mantel dan lain – lain					
16.	Driver Grab memiliki kesadaran dalam menolong pelanggan yang kesulitan dalam mengangkat barang					
Y	PERSEPSI MAHASISWA					
Menyerap						
17.	Mahasiswa melihat layanan jasa Grab sebagai salah satu kebutuhan					
Memahami						
18.	Mahasiswa mengetahui bahwa layanan jasa Grab dapat dipercaya					
Menilai/evaluasi						
19.	Menurut mahasiswa kendaraan yang digunakan driver Grab tidak mengurangi minat pelanggan dalam pemakaian jasa Grab					
20.	Mahasiswa menilai dengan adanya layanan jasa Grab mempermudah segalanya					
<p>Apabila ada hal-hal yang dianggap kurang dalam penelitian ini dapat di masukkan ke dalam gambar ini.</p>						

Terima kasih atas kesediaan bapak/ibu untuk dapat mengisi kuesioner penelitian ini. Semoga dapat bermanfaat sebagai bahan untuk penelitian yang sedang saya lakukan.

LAMPIRAN 2
KARAKTERISTIK RESPONDEN

jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI - LAKI	34	34,0	34,0	34,0
	PEREMPUAN	66	66,0	66,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fakultas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FEBIS	35	35,0	35,0	35,0
	TEKNIK	14	14,0	14,0	14,0
	SOSPOL	13	13,0	13,0	13,0
	PERTANIAN	7	7,0	7,0	7,0
	FAI	3	3,0	3,0	3,0
	FKIP	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

LAMPIRAN 3
REKAPTULASI SKOR KUESIONER

Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Fakultas	Kualitas Layanan (X)																N	Persepsi (Y)				N
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		17	18	19	20	
Farida	2	ilmu pemerintah	Sospol	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	75	5	4	5	5	19
Muliadi	1	Teknik sipil	Teknik	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	70	5	4	5	5	19
Citra utami	2	PGSD	FKIP	5	3	3	5	5	5	5	3	5	3	3	4	5	4	5	5	68	5	5	5	5	20
Andi Mutia Chaerunnikma	2	PGSD	FKIP	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	71	5	3	3	5	16
Musfira	2	PGSD	FKIP	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	2	4	1	3	4	4	61	5	3	3	3	14
Dewi sartika	2	PGSD	FKIP	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	2	3	5	4	5	5	69	5	5	5	5	20
Kamal	1	Budidaya perairan	Pertanian	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	2	5	71	5	5	5	5	20
Edi Heriawan	1	Budidaya perairan	Pertanian	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	63	4	4	4	4	16
Musfirah	2	PGSD	FKIP	4	5	3	3	4	5	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	68	4	3	4	4	15
Suci Ramadhabi	2	Akuntansi	FEBIS	4	4	2	2	1	1	2	1	2	5	4	4	2	2	2	2	40	2	2	2	2	8
Andi Nuralfiah Rais	2	Budidaya perairan	Pertanian	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	1	4	4	4	65	4	5	3	4	16
nurzahratunnisa	2	manajemen	ekonomi	3	5	4	1	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	60	4	1	1	4	10
Nur Asia	2	Pgsd	FKIP	3	3	5	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	60	4	3	3	4	14
Hijriah tul hikmah	2	Pgsd	Fkip	4	3	3	3	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	61	4	4	4	4	16
Reski Vendi Musa	1	Prodi Arsitektur	Teknik	4	4	2	5	5	4	5	3	4	5	4	4	5	3	3	4	64	5	5	5	5	20
Lilis dwiranti	2	lesp	FEBIS	4	3	5	1	3	3	4	2	2	5	3	5	4	2	5	5	56	5	1	1	5	12

Ilmawati	2	Akuntansi	FEBIS	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	73	5	5	5	5	20
Anggi Suyudi Saputra	1	Akuntansi	FEBIS	4	4	4	5	3	5	3	5	5	4	4	5	3	5	5	4	68	5	5	5	4	19	
Wiwi pratiwi	2	Manajemen	Febis	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	3	69	5	5	3	5	18	
Dewi ratnasari	2	Akuntansi	FEBIS	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	3	67	4	4	4	4	16	
Nur Resky Amaliah	2	Ekonomi Islam	FEBIS	4	5	3	3	4	3	4	5	5	3	5	4	4	3	4	4	63	3	3	4	4	14	
Akbar	1	Ekonomi Islam	FEBIS	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78	5	5	5	5	20	
Aidi	2	Akuntansi	Ekonomi	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	1	3	63	4	4	4	4	16	
Selvianti	2	Akuntansi	Ekonomi	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	63	4	3	4	4	15	
Wahyudin	1	Elektro	Teknik	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	62	4	4	4	3	15	
Nur rezkiyani	2	Manajemen	Ekonomi	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	59	5	4	3	4	16	
Pammi	1	Teknik	Teknik	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	77	5	5	5	5	20		
Hartina	2	Ilmu Komunikasi	SOSPOL	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	73	4	5	5	5	19	
fatmawati	2	manajemen	FEBIS	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	77	5	5	5	5	20	
Nurqalbi Istiqamah	2	Manajemen	Febis	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	62	4	3	4	3	14		
Ahmad Yusron	1	Teknik Elektro	Teknik	4	4	3	3	5	5	5	5	5	3	4	5	5	2	5	5	68	5	3	2	5	15	
A.dewi mustika sari	2	Elektro	Teknik	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	66	4	4	4	4	16	
Reskiani	2	ilmu komunikasi	SOSPOL	4	5	3	2	5	4	4	5	5	3	5	3	4	4	4	4	64	5	2	2	4	13	
Jumardi Tangkelangi'	1	Teknik Elektro	Teknik	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	74	3	4	3	3	13	
Wismayani Suhasti	2	Manajemen	Ekonomi	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	59	4	3	4	4	15	
Nurhaasana	2	Manajemen	Ekonomi	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	77	5	5	5	5	20	

bulqia																									
Hinra	1	Manajemen	Ekonomi	4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	60	4	4	4	4	16
Baso Saipul Akbar	1	Elektro	Teknik	4	5	5	3	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4	4	5	71	5	3	5	5	18
Fhyka	2	Elektro	Teknik	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	58	5	4	4	4	17
Ana	2	Manajemen	Ekonomi	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	59	3	4	4	4	15
Nur anugra wati	2	Manajemen	Ekonomi	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	63	2	2	4	4	12
Rizaldi Rusli	1	Agribisnis	Pertanian	3	5	4	3	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	64	3	3	4	4	14
Nur Afia Awaliya. B	2	Pendidikan Biologi	FKIP	3	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	2	4	4	63	5	4	5	2	16
Marwa	2	Pgsd	Fkip	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	16
Nur ariska	2	Pgsd	Fkip	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	4	4	69	4	4	4	5	17
Nunung Pratiwi	2	PGSD	FKIP	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	67	5	4	2	5	16
MUHAMMADIYAH ASKARI	1	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	FKIP	4	4	5	3	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	70	4	3	4	4	15
Husny	2	Pgsd	Fkip	4	5	3	1	4	4	3	5	5	3	5	3	3	3	3	1	55	1	1	3	3	8
Windi Aprianti	2	PGSD	FKIP	5	4	3	4	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	72	5	4	5	5	19
Sulfiani Supard	2	Ilmu pemerintahan	Fisipol	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	57	4	3	4	4	15
Ratmi Nuryaqli	2	PGSD	FKIP	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	62	4	4	4	4	16
HAIRUDIN	1	PGSD	FKIP	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	53	3	3	3	3	12
Zainuddin	1	PPKn	FKIP	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	70	5	3	5	5	18
Sulistiana Said	2	Pendidikan Bahasa Inggris	FKIP	4	3	5	5	3	4	4	4	4	5	3	3	4	5	5	5	66	5	5	5	5	20
Anjani	2	Pendidikan guru sekolah dasar	FKIP	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	74	5	5	5	5	20
Riskayanti	2	PGSD	FKIP	4	4	5	3	2	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	60	5	3	3	4	15

Nur asipa dewi	2	Ilmu pemerintahan	SOSPOL	4	5	5	3	3	4	3	4	3	5	5	4	3	3	3	3	60	4	3	3	4	14
Nur ain Faizun	2	Pendidikan bahasa Arab	Agama Islam	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	71	5	4	5	5	19
winda gadri	2	PBA	FAI	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	58	4	3	3	4	14
Ghazi Al-Ghifari	1	Bahasa Inggris	FKIP	4	3	3	5	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	60	4	5	4	3	16
Sukma	2	Manajemen	Ekonomi	3	3	3	2	2	2	2	2	1	3	3	4	2	2	2	3	39	2	2	2	2	8
Nur Alfia Nita	2	Ilmu Administrasi Negara	SOSPOL	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	73	5	3	4	5	17
Rahmat Hidayat	1	Ilmu Pemerintahan	SOSPOL	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48	3	3	3	3	12
Risnayanti	2	Manajemen	Ekonomi	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	74	5	3	4	5	17
Firman Syah	1	Budidaya Perairan	Pertanian	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	63	4	4	5	4	17
Riskawati	2	ILMU KOMUNIKASI	FISIPOL	4	5	5	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	69	4	2	3	3	12
Muhammad Tamyiz	1	Manajemen	Ekonomi	5	5	3	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	71	4	4	3	4	15
Reny	2	Manajemen	Ekonomi	4	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	3	5	4	4	4	68	4	4	3	4	15
Nurqalbi	2	manajemen	ekonomi	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	63	5	4	4	5	18
Nurfitriani	2	Pend. Bahasa Inggris	FKIP	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	74	4	4	4	5	17
RAHMAN	1	MANAJEMEN	FEBIS	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	66	4	4	4	5	17
Arif	1	Akuntansi	Ekonomi	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	3	55	4	3	3	2	12
Hasnah	2	Pendidikan biologi	FKIP	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	74	5	4	4	1	14
Al Wildani Ahmad	2	Manajemen	FEBIS	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	60	5	3	4	4	16
Riska	1	Pendidikan Fisika	FKIP	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	75	5	4	4	4	17

Nur Fitrianti Ihsan	2	Manajemen	FEBIS	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	61	4	3	3	3	13	
Muhammad Akbar Anas	1	Agribisnis	Pertanian Unismuh	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	5	1	63	5	4	4	5	18
Umar	1	Pai	Fai	2	4	3	3	1	2	4	3	2	3	4	4	4	1	1	2	43	2	3	2	3	10
Nurwahida Rahmat	2	bhs dan sastra indonesia	FKIP	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	74	5	5	5	5	20
Harbianti rina	2	Sipil	Teknik	4	3	5	1	5	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	64	5	1	4	5	15
Sitti Arianti	2	Ilmu Pemerintahan	Sospol	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	55	4	3	4	4	15
Arum	2	Akuntansi	Ekonomi	4	5	5	3	4	4	4	2	5	5	5	4	4	2	5	4	65	5	3	4	3	15
Miftahul Jannah	2	Bahasa Indonesia	FKIP	4	4	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	61	4	3	4	5	16
Maya Romantir	2	Manajemen	Ekonomi	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	59	4	4	4	4	16
Desra Alyah	2	teknik sipil	Teknik	4	5	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	62	4	4	3	4	15
ikliansyah	1	Teknik arsitektur	Teknik	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	76	4	4	4	5	17
Ayu Fitriana	2	Manajemen	Ekonomi	5	3	5	3	4	4	4	3	3	5	3	3	4	3	4	2	58	2	3	4	2	11
Doddy al aqsha	1	AGRIBISNIS	Pertanian	4	3	5	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	65	5	3	3	5	16
Muhammad Amar	1	Manajemen	Ekonomi	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	76	5	4	4	5	18
Hasan	1	Manajemen	Ekonomi	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	3	71	4	4	4	2	14
Adi Malik Muh. M	1	Teknik Elektro	Teknik	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	2	1	3	48	3	3	3	4	13
Adi syahraini	1	Teknik sipil	Teknik	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49	3	3	3	3	12
Sinta nuriyanti	2	ilmu administrasi negara	Fisipol	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	68	5	3	4	4	16
Fatur Rahman	1	Ilmu Pemerintahan	Fisipol	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	3	4	71	4	3	3	4	14
Hadija kamsianah	2	Pendidikan sosiologi	FKIP	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	5	5	5	5	20

Muhammad as'ad amin	1	Ilmu Pemerintahan	Fisipol	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	61	4	3	3	4	14
Hartina	2	Ilmu pemerintahan	Sospol	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	74	5	5	5	5	20
Juhardi. M	1	Akuntansi	Ekonomi	5	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	5	56	5	3	4	3	15	
Auliah Nugraha Mursyidah	2	Akuntansi	Febis	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	60	5	4	4	3	16	
Nur Fajria	2	Bahasa Indonesia	FKIP	5	5	5	1	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	70	5	1	5	4	15	



LAMPIRAN 4

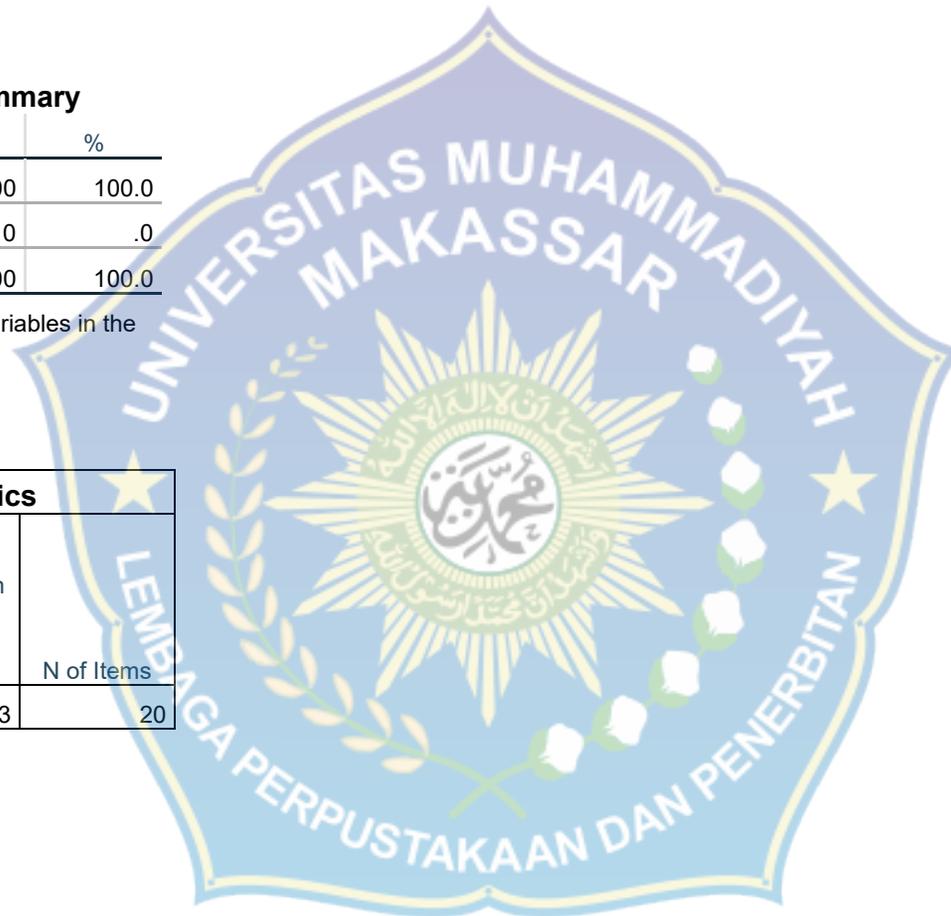
UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	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
.903	.903	20



Inter-item Correlation Matrix

	(X) 1	(X) 2	(X) 3	(X) 4	(X) 5	(X) 6	(X) 7	(X) 8	(X) 9	(X) 10	(X) 11	(X) 12	(X) 13	(X) 14	(X) 15	(X) 16	(Y) 1	(Y) 2	(Y) 3	(Y) 4
(X) 1	1.000	.108	.044	.025	.302	.284	.219	.060	.309	.046	.089	-.105	.186	.226	.187	.146	.144	.024	.133	.128
(X) 2	.108	1.000	.179	.040	.239	.212	.224	.262	.319	.140	.934	.299	.113	.245	.073	.061	.012	.048	.102	.104
(X) 3	.044	.179	1.000	.059	.290	.370	.298	.138	.231	.814	.123	.175	.175	.220	.359	.286	.367	.067	.258	.241
(X) 4	.025	.040	.059	1.000	.312	.427	.401	.258	.344	.080	.041	.138	.305	.442	.259	.321	.371	.976	.566	.308
(X) 5	.302	.239	.290	.312	1.000	.760	.733	.522	.674	.224	.221	.180	.627	.528	.448	.523	.467	.328	.475	.446
(X) 6	.284	.212	.370	.427	.760	1.000	.720	.628	.766	.238	.197	.161	.621	.566	.562	.468	.540	.418	.454	.407
(X) 7	.219	.224	.298	.401	.733	.720	1.000	.510	.647	.245	.212	.197	.865	.465	.445	.441	.501	.416	.392	.509
(X) 8	.060	.262	.138	.258	.522	.628	.510	1.000	.658	-.042	.283	.137	.481	.494	.311	.203	.297	.287	.338	.359
(X) 9	.309	.319	.231	.344	.674	.766	.647	.658	1.000	.129	.266	.155	.527	.507	.505	.433	.494	.367	.468	.395
(X) 10	.046	.140	.814	.080	.224	.238	.245	-.042	.129	1.000	.084	.208	.128	.162	.290	.235	.381	.086	.231	.221
(X) 11	.089	.934	.123	.041	.221	.197	.212	.283	.266	.084	1.000	.297	.226	.257	.054	.047	-.027	.049	.113	.127
(X) 12	-.105	.299	.175	.138	.180	.161	.197	.137	.155	.208	.297	1.00	.160	.171	.224	.341	.283	.139	.057	.152
(X) 13	.186	.113	.175	.305	.627	.621	.865	.481	.527	.128	.226	.160	1.00	.409	.370	.374	.402	.320	.393	.474
(X) 14	.226	.245	.220	.442	.528	.566	.465	.494	.507	.162	.257	.171	.409	1.00	.552	.380	.405	.446	.487	.433
(X) 15	.187	.073	.359	.259	.448	.562	.445	.311	.505	.290	.054	.224	.370	.552	1.00	.542	.517	.216	.353	.456
(X) 16	.146	.061	.286	.321	.523	.468	.441	.203	.433	.235	.047	.341	.374	.380	.542	1.00	.603	.339	.427	.437

(Y) 1	.144	.012	.367	.371	.467	.540	.501	.297	.494	.381	-.027	.283	.402	.405	.517	.603	1.00	.381	.393	.516
(Y) 2	.024	.048	.067	.976	.328	.418	.416	.287	.367	.086	.049	.139	.320	.446	.216	.339	.381	1.00	.588	.325
(Y) 3	.133	.102	.258	.566	.475	.454	.392	.338	.468	.231	.113	.057	.393	.487	.353	.427	.393	.588	1.00	.350
(Y) 4	.128	.104	.241	.308	.446	.407	.509	.359	.395	.221	.127	.152	.474	.433	.456	.437	.516	.325	.350	1.000

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
1. Driver Grab cepat pada saat menjemput dan mengantar pelanggan	76.45	103.361	.218	.225	.906
2. Driver Grab tidak ugal-ugalan dalam berkendara, misalnya tidak balap-balap dan mematuhi rambu lalu lintas	76.35	101.199	.315	.937	.904
3. Driver Grab mengantar pelanggan ketempat tujuan dengan tepat	76.40	99.475	.400	.728	.902
4. Mampu mengoprasionalkan GPS dengan baik	76.92	96.034	.516	.961	.899

5. Driver Grab selalu mendengarkan keinginan dan keluhan pelanggan	76.35	93.907	.738	.719	.893
6. Driver Grab tidak keberatan dalam menceritakan aplikasi Grab dan layanan yang diberikan Grab bagi pelanggan yang masih awam	76.32	95.210	.792	.798	.893
7. Driver Grab bertanggung jawab dalam menjaga kerahasiaan data pribadi pelanggan	76.24	96.245	.756	.897	.894
8. Driver Grab memiliki keramahan/tidak cuek saat menyapa konsumen	76.36	97.364	.546	.621	.898
9. Driver Grab memiliki tatakrma dan tutur kata yang baik dalam bersosialisasi kepada pelanggan	76.18	94.533	.732	.737	.893
10. Driver Grab memanfaatkan media sosial menghubungi pelanggan yang tidak memiliki nomor seluler	76.31	101.388	.338	.724	.903
11. Driver Grab memberikan respon yang positif bagi pelanggan yang salah titik tujuan	76.39	101.109	.302	.935	.905
12. Driver Grab selalu cepat memberikan konfirmasi terhadap pemesanan makanan yang tidak tersedia	76.53	102.252	.293	.299	.904
13. Driver Grab bertanggung jawab terhadap barang yang ketinggalan	76.30	96.152	.630	.879	.896

14. Penyediaan transaksi Driver Grab selalu tersedia, misalnya dalam memberikan uang kembalian atau pengisian saldo ovo yang selalu mencukupi.	76.73	93.654	.666	.553	.895
15. Driver Grab selalu menggunakan atribut, seperti helm, jaket, kaca spion, mantel dan lain-lain.	76.53	95.423	.596	.602	.897
16. Driver Grab memiliki kesadaran dalam menolong pelanggan yang kesulitan dalam mengangkat barang	76.44	95.835	.588	.566	.897
17. Mahasiswa melihat layanan jasa Grab sebagai salah satu kebutuhan	76.21	95.622	.629	.580	.896
18. Mahasiswa mengetahui bahwa layanan jasa Grab dapat dipercaya	76.89	95.695	.529	.963	.899
19. Menurut mahasiswa kendaraan yang digunakan driver Grab tidak mengurangi minat pelanggan dalam pemakaian jasa Grab	76.64	95.384	.596	.557	.897
20. Mahasiswa menilai dengan adanya layanan jasa Grab mempermudah segalanya	76.39	96.058	.568	.438	.898

LAMPIRAN 5
HASIL ANALISIS DATA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kualitas layanan ^b		Enter

a. Dependent Variable: persepsi mahasiswa

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.532	.528	1.957

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	427.406	1	427.406	111.593	.000 ^b
	Residual	375.344	98	3.830		
	Total	802.750	99			

a. Dependent Variable: persepsi mahasiswa

b. Predictors: (Constant), kualitas layanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.864	1.585		-.545	.587
	kualitas layanan	.257	.024	.730	10.564	.000

a. Dependent Variable: persepsi mahasiswa