

## **Analisis Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Gojek Menggunakan Metode Servqual**

<sup>1</sup>Yusliana Iskantika, <sup>2</sup>Nuryuliani

Fakultas Magister Manajemen Sistem Informasi, Universitas Gunadarma  
Jl. Mrgonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

<sup>1</sup>[iskantika@gmail.com](mailto:iskantika@gmail.com), <sup>2</sup>[nryulia@staff.gunadarma.ac.id](mailto:nryulia@staff.gunadarma.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara indikator service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) dalam servqual terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek. Penelitian ini hanya untuk menganalisis pengaruh service quality terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek. Sumber data primer dari penelitian ini diperoleh dari hasil kuisisioner terhadap 200 responden (online user) yang berdomisili di DKI Jakarta. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode SEM (Structural Equation Modeling) dengan menggunakan software IBM AMOS. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan Gojek untuk dijadikan bahan pertimbangan serta dapat dijadikan pedoman dalam melakukan evaluasi maupun audit saat ini maupun masa yang akan datang untuk meningkatkan kualitas service yang diberikan kepada pengguna. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa indikator tangibles memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna. Indikator lain seperti reliability, responsiveness, assurance, dan empathy tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.

**Kata Kunci:** Analisis, Kepuasan, Service, Servqual, Quality

### **Abstract**

This study aims to analyze the effect of service quality indicators (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) in servqual of user satisfaction on Gojek application. This study analyze the effect of service quality on the satisfaction of Gojek application's users. The primary data source was obtained from the online questionnaires of 200 respondents (online users) who live in DKI Jakarta. Testing in this study using the SEM method (Structural Equation Modeling) and IBM AMOS software. The results of this study are expected to be useful for Gojek companies and used as guidelines in conducting evaluations and audits to improve the quality of services to users. The results of this study, it can be concluded that the tangibles indicator has a positive influence on user satisfaction. While the indicators of reliability, responsiveness, assurance, and empathy do not have a significant influence on the satisfaction of Gojek application users.

**Key Words:** Analysis, Satisfaction, Service, Servqual, Quality

## Latar Belakang

Salah satu penyedia transportasi *online* yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah Gojek. Gojek menjadi pionir layanan ojek berbasis aplikasi *mobile* melalui layanan GoRide-nya. Dengan ini, pengguna aplikasi Gojek cukup memesan ojek melalui aplikasi *mobile* secara *online* dan nantinya akan dijemput oleh supir ojek yang merespon pesanan pengguna atau calon penumpang. Transaksi pembayaran dilakukan saat pengguna sampai ke tujuan kepada supir ojek. Tarif yang dikenakan bervariasi berdasarkan jarak yang ditempuh atau berdasarkan *flat rate* yang diberlakukan. Beberapa perusahaan yang menjadi pesaing Gojek adalah GrabTaxi, dengan GrabBike-nya, dan Blu-Jek. Kedua perusahaan ini memiliki layanan yang serupa dengan layanan GoRide dari Gojek (Atika, 2017:3).

Kepuasan pengguna menjadi salah satu faktor penting dalam perkembangan bisnis suatu perusahaan. Hal tersebut dikarenakan semakin puas konsumen terhadap suatu produk maka semakin berarti baik kualitas dari produk tersebut. Menurut Engel, et al., (1990) dalam Tjiptono (2002: 146), kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Atika (2017), dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online*”, kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul **Analisis Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Gojek Menggunakan Metode Servqual**, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh faktor (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) dari *service quality* terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.

## Tujuan

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh antara indikator *tangibles* dalam *servqual* terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.
2. Untuk menganalisis pengaruh antara indikator *reliability* dalam *servqual* terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.
3. Untuk menganalisis pengaruh antara indikator *responsiveness* dalam *servqual* terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.

4. Untuk menganalisis pengaruh antara indikator *assurance* dalam *servqual* terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.
5. Untuk menganalisis pengaruh antara indikator *empathy* dalam *servqual* terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.

#### **Batasan Masalah**

Begitu luasnya cakupan bidang yang dibicarakan dalam penelitian ini, maka penulis membatasi masalah pada terhadap penelitian dengan judul **Analisis Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Gojek Menggunakan Metode Servqual** ini diantaranya adalah:

1. Penelitian ini hanya untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.
2. Sumber data primer dari penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner terhadap 200 responden (*online user*).
3. Responden dari penelitian ini adalah pengguna aktif aplikasi Gojek yang berdomisili di DKI Jakarta.
4. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan *software* IBM AMOS.
5. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada indikator dalam *servqual*.

#### **TELAAH PUSTAKA**

##### **Gojek**

Gojek didirikan oleh Nadiem Makarim, warga negara Indonesia lulusan Master of Business Administration dari Harvard Business School. Ide mendirikan Gojek muncul dari pengalaman pribadi Nadiem Makarim menggunakan transportasi ojek hampir setiap hari ke tempat kerjanya untuk menembus kemacetan di Jakarta. Saat itu, Nadiem masih bekerja sebagai *co-founder* dan *managing director* Zalora Indonesia dan *chief innovation officer* Kartuku (Media, Kompas Cyber, 2015).

Pada tanggal 13 Oktober 2010, Gojek resmi berdiri dengan 20 orang pengemudi. Pada saat itu, Gojek masih mengandalkan *call center* untuk menghubungkan penumpang dengan pengemudi ojek. Pada pertengahan 2014, berkat popularitas Uber kala itu, Nadiem Makarim mulai mendapatkan tawaran investasi. Pada tanggal 7 Januari 2015, Gojek akhirnya meluncurkan aplikasi berbasis Android dan iOS untuk menggantikan sistem pemesanan menggunakan *call center* (Techinasia, 2016).

Dalam upaya melakukan pengembangan aplikasinya, Gojek mengakuisisi beberapa perusahaan di India dan membuka kantor di Bengaluru, sebuah daerah yang terkenal sebagai *Silicon Valley*-nya India. Hubungan Gojek dengan India bermula pada April 2015, saat Gojek menyewa C42 Engineering, sebuah perusahaan rekayasa perangkat lunak selama dua bulan di Jakarta untuk membereskan kekutu (*bug*) dalam aplikasi mereka. Hubungan ini tercipta berkat Sequoia Capital yang merupakan salah satu investor Gojek (Mohan, 2018).

##### **Structural Equation Modeling (SEM) AMOS**

Menurut Santoso (2016), Program *Analysis Moment of Structural* (AMOS) adalah salah satu program yang dirancang khusus untuk menyelesaikan *Structural Equation Modeling* (SEM). Dengan menggunakan AMOS, sebuah model yang kompleks

dapat dengan mudah diuji, baik hubungan indikator-indikator dengan konstruksinya, atau hubungan antar konstruk. Pada awalnya AMOS berdiri sendiri, dan akhirnya dibeli oleh perusahaan statistik raksasa yaitu *Statistic Package for Service Solution* (SPSS). Kelebihan dari program AMOS adalah *user friendly* meskipun sebenarnya AMOS menggunakan notasi yang dikembangkan oleh LISREL. AMOS tidak mempunyai *spreadsheet* untuk tabulasi data, sehingga harus mengakses dari program lain, misalnya SPSS itu sendiri, Microsoft Excel atau ASCII. AMOS juga tidak dapat digunakan untuk uji statistik lain yang sebenarnya sederhana, misalnya analisis deskriptif. Beberapa analisis SEM memang masih memerlukan uji seperti itu, misalnya untuk uji *outliers*. Belakangan, perusahaan raksasa di bidang statistik yaitu SPSS dibeli oleh IBM, perusahaan yang jauh lebih besar dan bergerak di bidang komputer secara umum.

### **Service Quality (Servqual)**

Metode *servqual* adalah suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Cara ini mulai dikembangkan pada tahun 1980-an oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry, dan telah digunakan dalam mengukur berbagai kualitas jasa. Dengan kuesioner ini, kita bisa mengetahui seberapa besar celah (*gap*) yang ada di antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa. Kuesioner *servqual* dapat diubah-ubah (d disesuaikan) agar cocok dengan industri jasa yang berbeda-beda pula (misalnya bank, restoran, atau perusahaan telekomunikasi).

Dalam model *servqual*, kualitas jasa didefinisikan sebagai penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa (Parasuraman, et al, 1985). Definisi pada tiga landasan konseptual utama, yakni:

1. Kualitas jasa lebih sukar dievaluasi konsumen daripada kualitas barang.
2. Persepsi terhadap kualitas jasa merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual jasa.
3. Evaluasi kualitas tidak hanya dilakukan atas hasil jasa, tetapi juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian jasa.

## **METODE PENELITIAN**

### **Objek Penelitian**

Menurut Sugiyono dalam Hamdani (2018:64), objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid* dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu).

Menurut Supranto (2000:21), objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas (Anto Dayan 1986: 21), objek penelitian, adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah.

Dengan kata lain objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti, dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek penelitian pada penelitian ini adalah sistem informasi dari aplikasi Gojek.

### **Model Penelitian**

Model yang digunakan pada penelitian ini adalah model penelitian mengenai *service quality* karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas dari sebuah *website* karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan

dari aplikasi Gojek terhadap kepuasan pengguna. Untuk dapat melakukan pengukuran kualitas-kualitas pelayanan maka digunakan instrumen penelitian berdasarkan instrumen dari *servqual* yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

### Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek benda-benda alam lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut (Sugiyono, 2017:80).

Menurut Morissan (2012: 19), populasi adalah sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Setiap anggota populasi dapat diteliti untuk mengetahui sifat populasi yang bersangkutan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Gojek.

### Sampel

Menurut Sekaran & Bougie dalam Rizaldi (2017:41), hanya beberapa bagian dari populasi yang diambil namun tidak semua, dan dengan pengambilan sampel tersebut peneliti dapat menarik kesimpulan yang digeneralisasikan dari penelitiannya. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*.

Menurut Sugiyono (2015:84), pengertian *non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah jenis *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2015:84), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah ditentukan, oleh karena itu dipilih teknik *purposive sampling* dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Karena penelitian ini menggunakan metode SEM maka kriteria yang digunakan dalam menentukan sampel harus memenuhi kriteria ukuran minimal sampel pada SEM seperti yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Ukuran Sampel Minimal SEM

| Banyak Variabel | Ukuran Sampel Minimal |
|-----------------|-----------------------|
| 3               | 200                   |
| 5               | 200                   |
| 10              | 200                   |
| 15              | 360                   |
| 20              | 630                   |
| 25              | 975                   |
|                 | 1395                  |

Pada penelitian ini digunakan sampel sebanyak 200 responden, hal ini dilakukan untuk mengurangi *error* pada kuesioner yang telah terkumpul dan hasil data analisis yang lebih akurat.

### Variabel Penelitian

Identifikasi variabel dalam penelitian ini digunakan untuk membantu dalam menentukan alat pengumpulan data dan teknis.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel independen atau biasa juga disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor* atau variabel penyebab. Dikatakan penyebab karena variabel ini merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat (*dependen*). Dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti adalah variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen atau biasa disebut dengan variabel *output* atau variabel akibat. Dikatakan akibat karena variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (*independen*). Dalam penelitian ini variabel terikat (*dependent variable*) adalah *user* kepuasan pelanggan.

### Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam pengukuran. Metode uji reabilitas yang digunakan dalam penelitian adalah validitas diskriminan dilakukan untuk menguji apakah dua atau lebih konstruk yang diuji merupakan sebuah konstruk yang independen (bebas). Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan konstrain pada parameter korelasi antar kedua konstruk yang diestimasi ( $\Phi_{ij}$ ) sebesar 1,0 dan selanjutnya dilakukan perbandingan antara *chi-square* yang diperoleh dari model yang dikonstrainsikan dengan *chi-square* yang diperoleh dari model yang tidak dikonstrainsikan.

Validitas diskriminan dilakukan secara terpisah yaitu antara konstruk eksogen dengan konstruk eksogen atau antara konstruk endogen dengan konstruk endogen. Gambar di bawah ini adalah contoh melakukan validitas diskriminan. Uji validitas diskriminan dapat dilakukan dengan menguji dua konstruk dengan melihat angka korelasinya. Hubungan kausalitas antar dua variabel terjadi bila kedua variabel tersebut mempunyai hubungan atau angka korelasi antar dua variabel tersebut besar. Sedangkan antar variabel independen harus tidak mempunyai hubungan atau angka korelasi antar kedua variabel tersebut harus kecil atau tidak signifikan. Nilai *chi-square* yang lebih rendah pada model yang tidak dikonstrainsikan (*free model*) menunjukkan bahwa kedua konstruk tidak berkorelasi secara sempurna karena itu validitas diskriminan dapat dicapai.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam penelitian ini nilai reliabilitas suatu indikator dinyatakan *reliabel* apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,600. Reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai di mana masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah konstruk yang umum dengan kata lain bagaimana hal-hal yang spesifik saling membantu dalam menjelaskan sebuah fenomena yang umum. Penggunaan ukuran reliabilitas seperti  $\alpha$ -*cronbach* tidak mengukur unidimensionalitas melainkan mengasumsikan bahwa unidimensionalitas itu sudah ada pada waktu  $\alpha$ -*cronbach* dihitung, dalam teknik SEM reliabilitas konstruk dinilai dengan menghitung indeks reliabilitas instrumen yang digunakan dari model.

### Uji Keseuaian Model

Untuk membangun model penelitian harus berpijak pada justifikasi teoritis atau proses nalar yang kuat sehingga analisis faktor yang berlaku di dalam SEM adalah analisis faktor konfirmatori Confirmatory Factor Analysis (CFA) karena bertujuan untuk mengkonfirmasi apakah indikator yang digunakan harus mempunyai pijakan teori sehingga dapat mengkonfirmasi konstruk atau variabelnya (Minto, 2011).

Berikut ini nilai-nilai indeks kecocokan model yang digunakan dalam SEM, diantaranya:

1. Semakin kecil maka model semakin sesuai antara model teori dan data sampel. Nilai-nilai *chi-square* ideal sebesar  $< 3$ .
2. Rasio deviasi tertentu dari nilai rata-rata standar rasio kritis (*critical ratio*) dari deviasi. Nilai ini diperoleh dari estimasi parameter dibagi dengan *standard error*. Besar nilai CR adalah 1,96 untuk pembobotan regresi dengan *significance* sebesar 0,05 untuk koefisien jalurnya.
3. Jika nilai  $CR > 1,96$  maka kovarian-kovarian faktor mempunyai hubungan signifikan.
4. Probabilitas sebaiknya  $< 0.05$  *significance level*.
5. Nilai indeks keselarasan *Goodness of Fit Index* (GFI): mengukur jumlah relatif varian dan kovarian yang besarnya berkisar dari 0-1. Jika nilai besarnya mendekati 0 maka model mempunyai kecocokan yang rendah sedang nilai mendekati 1 maka model mempunyai kecocokan yang baik
6. Nilai indeks keselarasan yang disesuaikan *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI): Fungsi sama dengan GFI perbedaan terletak pada penyesuaian nilai DF terhadap model yang dispesifikasi. Nilai AGFI sama dengan atau lebih besar dari 0,9. Jika nilai lebih besar dari 0,9 maka model mempunyai kesesuaian model keseluruhan yang baik.
7. *Indeks Tucker Lewis (Tucker Lewis Index (TLI))* dengan ketentuan sebagai penerimaan sebuah model sebesar sama dengan atau lebih besar dari 0,95. Jika nilai mendekati 1 maka model tersebut menunjukkan kecocokan yang sangat tinggi.
8. Indeks Kecocokan Komparatif (*Comparative Fit Index* (CFI)) dengan nilai antara 0-1 dengan ketentuan jika nilai mendekati angka 1 maka model yang dibuat mempunyai kecocokan yang sangat tinggi sedang jika nilai mendekati 0, maka model tidak mempunyai kecocokan yang baik.
9. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA): berfungsi sebagai kriteria untuk pemodelan struktur kovarian dengan mempertimbangkan kesalahan yang mendekati populasi. Kecocokan model yang cocok dengan matriks kovarian populasi. Model baik jika nilainya lebih kecil atau sama dengan 0,05; cukup baik sebesar atau lebih kecil dari 0,08.

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). Dalam statistik sebuah hasil bisa dikatakan signifikan secara statistik jika kejadian tersebut hampir tidak mungkin disebabkan oleh faktor yang kebetulan, sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan sebelumnya. Uji hipotesis disebut juga "konfirmasi analisis data". Keputusan dari uji hipotesis hampir selalu dibuat

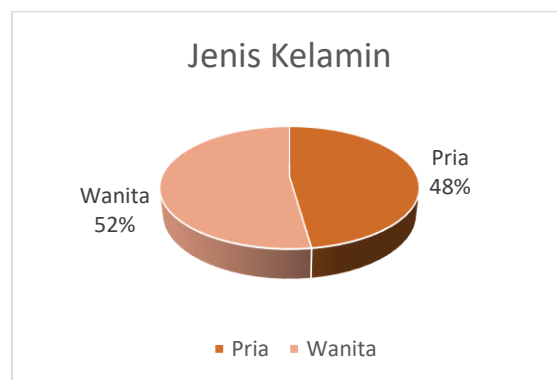
berdasarkan pengujian hipotesis nol. Ini adalah pengujian untuk menjawab pertanyaan yang mengasumsikan hipotesis nol adalah benar.

Analisis dari hipotesa dalam penelitian ini menggunakan perbandingan nilai *Critical Ratio* (CR) dan probabilitas dari hubungan causal. Pada penelitian ini CR diperoleh dari nilai tabel dengan probabilitas 0,05 (5%). Pada pengujian dua sisi diperoleh nilai CR sebesar 1,96. Nilai CR tersebut sebagai nilai batas ditolak atau diterima suatu hipotesis. hasil penelitian diperoleh Apabila nilai CR kuang dari 1,96 maka hipotesis ditolak dan begitu sebaliknya jika nilai CR lebih dari 1,96 maka hipotesis diterima. Apabila pada hasil penelitian diperoleh nilai probabilitas lebih dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

## PEMBAHASAN

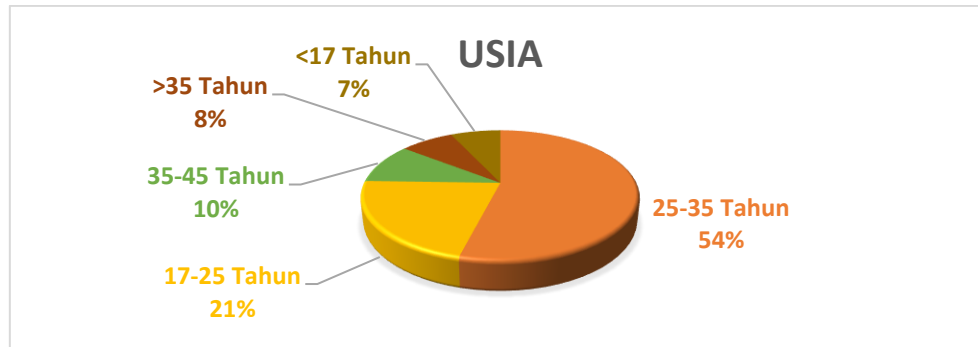
### Deskriptif Profil Responden

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data berupa kuesioner yang sebelumnya sudah disebar. Terdapat 200 responden atau sumber data primer dalam penelitian ini yang mana sebanyak 52% atau sekitar 105 responden berjenis kelamin wanita dan 48% atau sekitar 95 responden berjenis kelamin pria seperti yang dapat dilihat dalam grafik pada gambar 1.



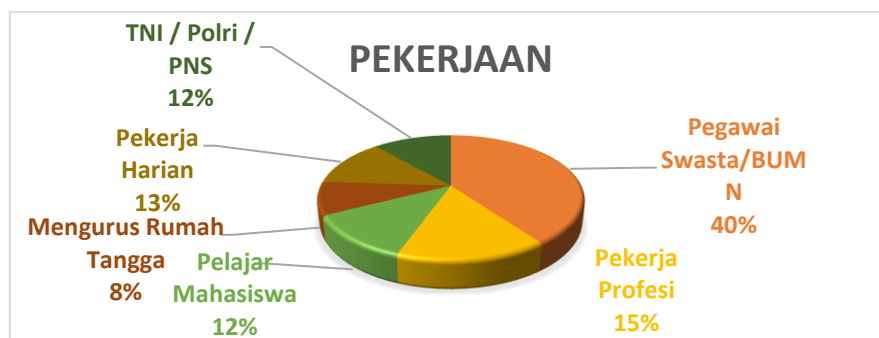
Gambar 1. Grafik Jenis Kelamin Responden

Dari 200 responden sebanyak 54% atau sekitar 108 responden berusia 25-35 tahun, sebanyak 21% atau sekitar 43 responden berusia 17-25 tahun, sebanyak 10% atau sekitar 20 responden berusia 35-45 tahun, sebanyak 8% atau sekitar 15 responden berusia >35 tahun dan sebanyak 7% responden berusia <17 tahun, seperti yang dapat dilihat dalam grafik pada gambar 2.



Gambar 2. Grafik Usia Responden

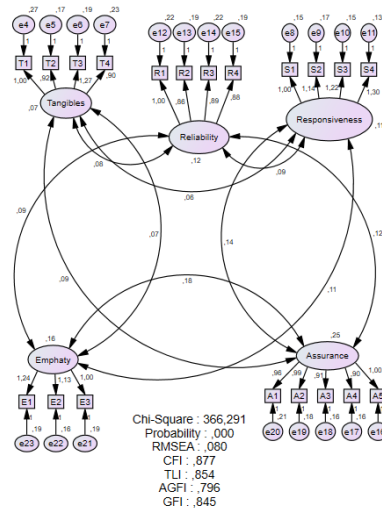
Selain itu pekerjaan dari 200 responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 40% atau sekitar 80 responden adalah pegawai swasta/BUMN, sebanyak 15% atau sekitar 31 responden adalah pekerja profesi, 13% atau sekitar 25 responden pekerja harian, 12% atau sekitar 24 responden adalah pelajar/mahasiswa, sebanyak 12% atau sekitar 23 responden adalah PNS/TNI/Polri dan 8% atau sekitar 17 responden bekerja mengurus rumah tangga seperti yang dapat dilihat pada grafik dalam gambar 3.



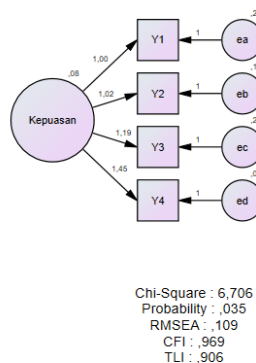
Gambar 3. Grafik Pekerjaan Responden

### Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan *Confirmation Factor Analysis* (CFA)

*Confirmatory Factor Analysis* (CFA) adalah metode yang digunakan untuk menguji seberapa baik variabel yang diukur dapat mewakili *construct* atau faktor yang terbentuk sebelumnya dengan syarat *loading factor* >0.5. Analisis validitas dilakukan pengukuran dengan cara melihat nilai *z value* dan *standardized loading factor*. Batas nilai *z value* sebaiknya <1,96 dengan signifikansi 5%. Atau dengan kriteria yang disarankan oleh iqbaria.ef al (1997) dalam Haryono, S dan Wardoyo, P (2012), menyatakan bahwa muatan faktor standar > atau = 0,5 adalah *very significant* apabila terdapat variabel yang nilainya tidak memenuhi maka akan dihilangkan dari model. Pada penelitian ini proses penilainya uji validitas dan reliabilitas dengan CFA menggunakan program IBM SPSS Amos 26.

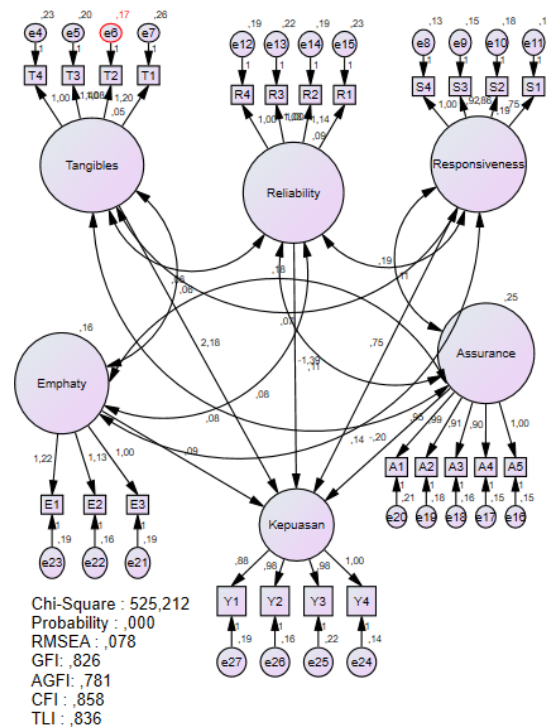
Gambar 4. *Confirmatory Factor Analysis* Variabel Independen

Pada gambar 4 yaitu *Confirmatory Factor Analysis* Variabel Independen yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* dapat dilihat bahwa setiap indikator variabel independen sudah memenuhi syarat *loading factor* diatas 0.5, sehingga semua indikator dapat diterima.

Gambar 5. *Confirmatory Factor Analysis* Variabel Dependen

### Analisis Keseluruhan Struktur Equal Modelling

Setelah sebelumnya variabel penelitian telah memenuhi kriteria dari uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) selanjutnya dilakukan analisis model secara keseluruhan. Analisis *Struktur Equal Modelling* (SEM) dilakukan dengan menggunakan program Amos 26 dan didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 6. Struktur Equal Modelling (SEM)

Keseluruhan model pada gambar 6 tidak ada estimasi koefisien dalam *structural* model maupun model pengukuran yang nilainya diatas batas yang diterima. Selanjutnya dilakukan analisa penilaian *overall model fit* dengan menilai pada *goodness of fit*. Proses ini dilakukan untuk mengetahui apakah model diterima atau tidak dengan membandingkan *output goodness of fit* dari program AMOS 26 dengan kriteria *goodness of fit* seperti yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Uji Keseuaian Keseluruhan Model

| <i>Goodnees of Fit Indicates</i> | <i>Nilai Cut Off</i>      | <i>Nilai Hasil</i> | <i>Kesimpulan</i>   |
|----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|
| <i>Chi-square</i>                | Positif                   | 525,212            | Memenuhi            |
| CMIN/DF                          | <2.0                      | 2.207              | <i>Marginal fit</i> |
| RMSEA                            | <0.08                     | 0,078              | <i>Good Fit</i>     |
| GFI                              | 0 - 1.0                   | 0,826              | Good Fit            |
| AGFI                             | 0.90 - 0.95               | 0,781              | <i>Marginal fit</i> |
| TLI                              | >0.95                     | 0,836              | <i>Marginal fit</i> |
| CFI                              | >0.95                     | 0,858              | <i>Marginal fit</i> |
| PGFI                             | <i>Parsimony &gt; 0,5</i> | 0.65               | <i>Good Fit</i>     |
| NFI                              | >0,90                     | 0.772              | <i>Marginal Fit</i> |
| CAIC                             | < <i>Saturated Model</i>  | 915,708 < 1889,495 | <i>Good Fit</i>     |

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Dalam *goodness of fit* pada penelitian ini terdapat indikator *chi-square* ( $X^2$ ). *Chi-square* merupakan alat ukur yang fundamental untuk mengukur *overall fit*. Uji *chi-square*

(X<sub>2</sub>) bertujuan untuk menguji sebuah model dan mengembangkannya, yang sesuai atau fit dengan data. Maka yang dibutuhkan adalah sebuah nilai X<sub>2</sub> yang tidak signifikan yang menguji hipotesa nol bahwa *estimated population covariance* tidak sama dengan *sample covariance*. Pada penelitian ini nilai *cut off* dari *chi-square* adalah positif dengan nilai hasil 525,212 yang mana nilai *chi-square* pada model ini sudah memenuhi uji kesesuaian model. CMIN/DF merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat *fit* sebuah model, dihasilkan dari statistik *chi-square* (CMIN) dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF). CMIN/DF yang diharapkan adalah sebesar  $\leq 2,0$  yang menunjukkan adanya penerimaan dari model. Pada penelitian ini nilai CMIN/DF yang didapat pada model ini adalah 2.207 yang mana artinya CMIN/DF masuk dalam kategori *marginal fit*.

GFI dapat *diadjust* terhadap *degrees of freedom* untuk menguji diterima atau tidaknya model. Proporsi tertimbang dari indeks kesesuaian untuk menghitung varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang terestimasi. Ukuran non-statistik dari GFI mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah *better fit*. GFI yang diharapkan adalah sebesar 0,90. Pada penelitian ini nilai GFI adalah 0,826 yang mana hal ini berarti GFI masuk dalam kriteria *good fit*. Tingkat penerimaan yang direkomendasikan apabila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90. Nilai sebesar 0,95 dapat diinterpretasikan sebagai tingkatan yang baik (*good overall model fit*) sedangkan nilai antara 0,90-0,95 menunjukkan tingkatan cukup (*adequate model fit*). Pada penelitian ini nilai AGFI yang didapat adalah 0,781 yang mana hal ini berarti AGFI pada penelitian ini masuk dalam kategori *marginal fit*.

Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model. Indeks RMSEA dapat digunakan untuk mengkompensasi statistik *chi-square* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Pada model ini nilai RMSEA yang didapat adalah 0,078 yang mana hal ini berarti RSMSE masuk dalam kategori *good fit*. Besaran indeks CFI berada pada rentang 0-1, di mana semakin mendekati 1 mengindikasikan tingkat penerimaan model yang paling tinggi. CFI tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Nilai CFI yang diharapkan adalah sebesar  $\geq 0,95$ . Pada penelitian ini nilai CFI dari model ini adalah 0,858 yang mana hal ini berarti nilai CFI masuk dalam kategori *marginal fit*.

Nilai indeks TLI merupakan perbandingan dari sebuah model yang diuji dengan sebuah baseline model (Baumgartner & Homburg, 1996). Nilai TLI yang diharapkan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah sebesar  $\geq 0,95$  dan nilai yang mendekati 1,0 menunjukkan *a very good fit*. Pada penelitian ini nilai TLI yang didapatkan pada model adalah 0,858 yang mana hal ini berarti nilai index TLI masuk dalam kategori *marginal fit*.

CAIC yang memiliki nilai positif atau lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik digunakan untuk perbandingan antar model, pada model ini CAIC bernilai 915,708 < 1889,495 maka dapat dikategorikan kedalam kategori *good fit*. Nilai NFI merupakan besarnya ketidakcocokan antara model target dan model dasar. Nilai NFI berkisar antara 0 – 1.  $NFI \geq 0,9$  adalah *good fit*, sedangkan  $0,8 \leq NFI < 0,9$  adalah *marginal fit*, pada model ini nilai NFI adalah 0.77 yang berarti NFI masuk dalam kategori *marginal fit*. Nilai PGFI merupakan modifikasi dari GFI, dimana nilai yang tinggi menunjukkan model lebih baik digunakan untuk perbandingan antarmodel, pada model ini nilai PGFI adalah 0.65 yang mana hal ini berarti PGFI masuk dalam kategori *good fit*.

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah pengujian terhadap suatu pernyataan dengan menggunakan metode statistik sehingga hasil pengujian tersebut dapat dinyatakan signifikan secara statistik. Pada penelitian ini tingkat *alpha* yang digunakan adalah probabilitas 5% (0,05) dengan Critical Ratio (CR) nilai Z tabel 1,96. Hal ini berarti hasil pengujian SEM pada AMOS 26 berada pada batas nilai P maksimal 0.05 maka hipotesis 0 ditolak dan menerima hipotesis 1, 2, dan 3. Kemudian apabila bersandar pada CR maka apabila CR minimal sama atau lebih besar dari 1.96 maka hipotesis 0 ditolak dan hipotesis 1, 2, 3, 4 dan 5 diterima. Pada tabel 4.12 dapat dilihat ringkasan hipotesis pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pengguna dari aplikasi Gojek.

Tabel 4.12 Uji Hipotesis

| Hip. | Jalur | Est.  | C.R   | P     | Keputusan Hipotesis 0 | Kesimpulan                                                                                           |
|------|-------|-------|-------|-------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| H1   | T-Y   | 2.177 | 2.204 | 0.28  | Ditolak               | <i>Tangibles</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek |
| H2   | R-Y   | 1.395 | 1.354 | 0.176 | Diterima              | <i>Reliability</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek     |
| H3   | S-Y   | 0.747 | 1.291 | 0,197 | Diterima              | <i>Responsiveness</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek  |
| H4   | A-Y   | 1.196 | 0.371 | 0.711 | Diterima              | <i>Assurance</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek       |
| H5   | E-Y   | 0.089 | 0.146 | 0.884 | Diterima              | <i>Empathy</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek         |

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai CR pada variabel *tangibles* adalah 2.204 yang hal tersebut berarti CR lebih besar dari 1.96 dan nilai P adalah 0.28 yang hal ini berarti P lebih besar dari 0.05 berdasarkan nilai tersebut maka keputusan dari hipotesis 0 adalah ditolak yang berarti indikator *tangibles* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek. Pada variabel *reliability* seperti yang dapat dilihat pada tabel 4.12 nilai CR pada variabel *reliability* adalah 1.354 yang hal tersebut berarti CR lebih kecil dari 1.96 dan nilai P adalah 0.176 yang hal ini berarti P lebih besar dari 0.05 berdasarkan nilai tersebut maka keputusan dari hipotesis 0 adalah diterima yang berarti indikator *reliability* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek. Pada variabel *responsiveness* seperti yang dapat dilihat pada tabel 4.12 nilai CR pada variabel *responsiveness* adalah 1.291 yang hal tersebut berarti CR lebih kecil dari 1.96 dan nilai P adalah 0,197 yang hal ini berarti P lebih besar dari 0.05 berdasarkan nilai tersebut maka keputusan dari hipotesis 0 adalah diterima yang berarti indikator *responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.

Pada variabel *assurance* seperti yang dapat dilihat pada tabel 4.12 nilai CR pada variabel *assurance* adalah 0.371 yang hal tersebut berarti CR lebih kecil dari 1.96 dan nilai P adalah 0.711 yang hal ini berarti P lebih besar dari 0.05 berdasarkan nilai tersebut maka keputusan dari hipotesis 0 adalah diterima yang berarti indikator *assurance* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek. Pada variabel *empathy* seperti yang dapat dilihat pada tabel 4.12 nilai CR pada variabel *empathy* adalah 0.146 yang hal tersebut berarti CR lebih kecil dari 1.96 dan nilai P adalah 0.884 yang hal ini berarti P lebih besar dari 0.05 berdasarkan nilai tersebut maka keputusan dari hipotesis 0 adalah diterima yang berarti indikator *empathy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.

### Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan serangkaian pengujian pada model dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa indikator *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pengguna aplikasi gojek dapat dikatakan sudah fit. Hal tersebut berarti model yang digunakan sudah mendekati kenyataan empiris. Berdasarkan hasil dari keseluruhan analisis dan pengujian dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa:

1. *Tangibles* adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik bagi pelanggan dan hal tersebut merupakan hal yang konkret. Artinya, kualitas tersebut dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh pelanggan. Salah satu bentuk *tangibles* dari aplikasi gojek adalah seperti memberikan diskon maupun *cashback* kepada pengguna. Hal ini harus dipertahankan oleh perusahaan Gojek karena memberikan pengaruh yang positif kepada kepuasan pengguna yang berarti kepuasan tersebut juga akan memberikan *feedback* yang baik terhadap perkembangan bisnis Gojek. Pada penelitian ini indikator *tangibles* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna.
2. *Reliability* adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan bagi pelanggan. Meskipun tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna namun pemberian layanan yang terbaik bagi pengguna harus tetap ditingkatkan. Pada penelitian ini indikator *reliability* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.
3. *Responsiveness* berkaitan langsung dengan ketanggapan. Artinya, *responsiveness* adalah tentang bagaimana perusahaan memberikan layanan yang responsif terhadap semua keinginan dan kebutuhan pelanggan. Biasanya *responsiveness* ini juga diikuti dengan penyampaian yang runtut namun tetap mudah dimengerti. Meskipun tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna namun memberikan tanggapan yang terbaik bagi pengguna harus tetap ditingkatkan. Pada penelitian ini indikator *responsiveness* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.
4. *Assurance* berkaitan dengan kepastian, tepatnya kepastian yang didapatkan pelanggan dari perilaku pelaku usaha. *Assurance* ini bisa didapat, misalnya, dari komunikasi yang baik, pengetahuan yang luas, hingga sikap sopan dan santun kepada pelanggan. Dengan adanya *assurance* maka kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan pun akan meningkat. Pada penelitian ini indikator *assurance* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.
5. *Empathy* yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan perhatian yang tulus dan dekat kepada masing-masing pelanggan. *Empathy* akan

membantu perusahaan untuk mengetahui kebutuhan serta keinginan dari pelanggan dengan spesifik. Pada penelitian ini indikator *empathy* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini didapati bahwa dari 200 responden sebanyak 52% atau sekitar 105 responden berjenis kelamin wanita dan 48% atau sekitar 95 responden berjenis kelamin pria. Sebanyak 54% atau sekitar 108 responden berusia 25-35 tahun, sebanyak 21% atau sekitar 43 responden berusia 17-25 tahun, sebanyak 10% atau sekitar 20 responden berusia 35-45 tahun, sebanyak 8% atau sekitar 15 responden berusia >35 tahun dan sebanyak 7% responden berusia <17 tahun. Sebanyak 40% atau sekitar 80 responden adalah pegawai swasta / BUMN, sebanyak 15% atau sekitar 31 responden adalah pekerja profesi, 13% atau sekitar 25 responden pekerja harian, 12% atau sekitar 24 responden adalah pelajar/mahasiswa, sebanyak 12% atau sekitar 23 responden adalah PNS/TNI/Polri dan 8% atau sekitar 17 responden bekerja mengurus rumah tangga.

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa indikator *tangibles* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna. *Tangibles* adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik bagi pelanggan dan hal tersebut merupakan hal yang konkret. Artinya, kualitas tersebut dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh pelanggan. Salah satu bentuk *tangibles* dari aplikasi gojek adalah seperti memberikan diskon maupun *cashback* kepada pengguna. Hal ini harus dipertahankan oleh perusahaan Gojek karena memberikan pengaruh yang positif kepada kepuasan pengguna yang berarti kepuasan tersebut juga akan memberikan *feedback* yang baik terhadap perkembangan bisnis Gojek. Indikator *reliability* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek. *Reliability* adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan bagi pelanggan. Meskipun tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna namun pemberian layanan yang terbaik bagi pengguna harus tetap ditingkatkan.

Indikator *responsiveness* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek. *Responsiveness* berkaitan langsung dengan ketanggapan. Artinya, *responsiveness* adalah tentang bagaimana perusahaan memberikan layanan yang responsif terhadap semua keinginan dan kebutuhan pelanggan. Biasanya *responsiveness* ini juga diikuti dengan penyampaian yang runtut namun tetap mudah dimengerti. Meskipun tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna namun memberikan tanggapan yang terbaik bagi pengguna harus tetap ditingkatkan. Indikator *assurance* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek. *Assurance* berkaitan dengan kepastian, tepatnya kepastian yang didapatkan pelanggan dari perilaku pelaku usaha. *Assurance* ini bisa didapat, misalnya, dari komunikasi yang baik, pengetahuan yang luas, hingga sikap sopan dan santun kepada pelanggan. Dengan adanya *assurance* maka kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan pun akan meningkat. Indikator *empathy* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek. *Empathy* yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan perhatian yang tulus dan dekat kepada masing-masing pelanggan. *Empathy* akan membantu perusahaan untuk mengetahui kebutuhan serta keinginan dari pelanggan dengan spesifik.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas maka saran yang dapat diberikan adalah indikator yang digunakan dalam penelitian ini hanya mengacu pada indikator *servqual*, sehingga memungkinkan ada faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap aplikasi Gojek yang tidak ada dalam penelitian ini. Oleh sebab itu penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan indikator lain yang berpengaruh terhadap kualitas dari aplikasi Gojek. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan metode analisis perbandingan lain untuk mengetahui rinci mengenai faktor yang mempengaruhi kualitas layanan dari suatu perusahaan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian selanjutnya juga agar dapat melakukan analisis dengan mengkolaborasikan antara *software* IBM AMOS dengan *software* analisis statistik lain untuk menguji pengolahan data statistik yang lebih valid.

## DAFTAR PUSTAKA

- A., Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Amalia, Ichlasa (2019-06-23). "Melihat Makna Solv, Logo Baru GoJek". Medcom.id. Diakses tanggal 2020-05-10.
- Media, Kompas Cyber (2015). "Nadiem Makarim, Lulusan Harvard yang Jadi Juragan Go-Jek Halaman all - Kompas.com". KOMPAS.com (dalam bahasa Inggris). Diakses tanggal 22-07-2021.
- Mohan, Rohini. "Go-Jek, Karya Anak Bangsa Blasteran India - Tirto.ID". tirto.id. Diakses tanggal 22-07-2021
- Andreas, Damianus. "Evolusi Gojek Sebagai Fintech Lewat Go-Pay - Tirto.ID". tirto.id. Diakses tanggal 22-07-2021.
- Santoso, Singgih. (2016). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sastika, W. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Website (Webqual 4.0) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Website E-Commerce Traveloka, 649-657.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Waluyo, Minto. 2016. Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM). Surabaya. UPN "Veteran" JATIM.