



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2026) pp: 14191-14205

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek: Studi pada Generasi Z di Kota Bandung

Hafidz Hidayat, Ridho Riadi Akbar, Andhika Mochamad Sisddiq

Program Studi Manajemen, Fakultas ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia Membangun

hafidzhidayat@student.inaba.ac.id, ridho.riadi@inaba.ac.id, andhika.mochamad@inaba.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan aplikasi Gojek terhadap tingkat kepuasan pelanggan dari kalangan Generasi Z di Kota Bandung. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pesatnya perkembangan layanan transportasi dan jasa berbasis aplikasi digital, khususnya Gojek, yang menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik survei. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan pengguna aktif aplikasi Gojek dari Generasi Z. Instrumen penelitian disusun berdasarkan model E-Service Quality (E-SERVQUAL) yang mencakup tujuh dimensi, yaitu efficiency, system availability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, dan contact. Analisis data dilakukan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengidentifikasi kesenjangan antara tingkat harapan (importance) dan tingkat kinerja (performance) dari setiap atribut pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata tingkat kesesuaian kualitas pelayanan Gojek masih berada di bawah nilai ideal, yang menandakan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan Generasi Z. Beberapa atribut yang berada pada Kuadran I (prioritas utama) didominasi oleh aspek stabilitas sistem aplikasi serta responsivitas layanan pelanggan, sehingga memerlukan perhatian dan perbaikan segera. Sementara itu, atribut yang berada pada Kuadran II menunjukkan kinerja pelayanan yang telah sesuai dengan harapan pelanggan dan perlu dipertahankan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan strategis bagi pihak Gojek dalam meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan Generasi Z.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Importance Performance Analysis, Gojek, Generasi Z











1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi dan perilaku mobilitas masyarakat, terutama di kalangan Generasi Z yang dikenal sebagai kelompok paling adaptif terhadap inovasi digital. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang sangat terhubung dengan internet dan layanan berbasis aplikasi, termasuk transportasi daring. Di Indonesia, Gojek menjadi salah satu platform terpopuler dengan lebih dari 957 ribu unduhan bulanan dan 2,7 juta mitra pengemudi aktif pada tahun 2023 (Santika, 2024; Sutarna, 2023). Namun, di balik popularitasnya, kualitas pelayanan aplikasi Gojek masih menuai kritik dari pengguna muda. Menurut survei Ningsih et al. (2024), 41% pengguna Gojek di kalangan mahasiswa menyatakan ketidakpuasan terhadap kecepatan layanan, sementara 33% menilai respons aplikasi dan fitur bantuan masih belum memadai. Hal ini menandakan bahwa kualitas pelayanan tetap menjadi faktor penentu utama bagi kepuasan pengguna digital, terutama di segmen Generasi Z yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap pengalaman layanan.

Fenomena serupa juga terlihat pada penelitian e-commerce dan layanan digital lainnya. Rizal Triady & Arie Hendra Saputro (2023) menemukan bahwa kualitas produk, digital marketing, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Lazada. Penelitian Ade Ramadan & Siti Sarah (2024) juga menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berkontribusi nyata terhadap kepuasan pelanggan Lazada di Kota Bandung. Sementara itu, dalam konteks industri makanan dan farmasi, Agrivina Nurdianingrum & Siti Sarah (2025) serta Muhammad Bayu et al. (2024) menegaskan bahwa kualitas produk, harga, dan pelayanan merupakan determinan utama kepuasan konsumen.

Hasil penelitian Sri Meilani & Arie Hendra Saputro (2025) bahkan memperkuat temuan bahwa pengalaman pelanggan dan kepuasan berperan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan di marketplace Lazada. Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan elemen fundamental dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan di era digital lintas sektor, baik e-commerce maupun layanan transportasi daring seperti Gojek.

Tabel 1 Ulasan Pelanggan Di Google Play Store

No	Rating	Ulasan
1		parah gocar sekarang, di aplikasi tertulis akan sampai 8 menit.. tapi realitanya sejam kemudian sopirnya baru sampe.. lelet bgt pdhal uda yg gocar prioritas, apalagi pake gocar biasa, bisa2 tahun depan baru sampe
2		Lapor karna pesanan di selesaikan driver, tapi penumpang gak dijemput,, malah gak bisa diproses dong balasannya mana bayar pake gopay lagi,, 2x dapat driver Gocar kya bgni modelan nya..bobrok banget ni aplikasi nya padahal harus konsumen lebih di prioritaskan.. kecewa banget,, sorry ya Aplikasi lo w Uninstall
3		driver gojek terlalu pemilih. banyak yang deket gak mau diambil. mau pake promo/gak pake promo tetep aja pilih-pilih. saya punya beberapa foto buktinya, sampai gak ada yang mau pick up sama sekali. mau itu motor/mobil.
4		penurunan kualitas, sekarang kalo pesen makanan harus nunggu 1 jam dulu, woi developer, gua pesen makanan karena laper oiii, pengen buru2 makan malah nunggu 1 jam baru dikirim, gabisa diandalkan ni gofood sekarang, mending app oren
5		pesen dari set 8 baru dapet jam 7.57 mana titiknya jauh. lebih mahal dr grab. padahal udah ambil langganan 3 bulann.... nyesel sumpah... promo nya serebu aja lagi itupun harganya masih lebih mahal dr grab grab 12.500, gojek masih 16.500
6		lamaa respon kalo ada bantuan, kalo ada gangguan yang info ke customer jgn order atau minimal apps nya tutup dulu sedang maintenance, gajelass bangeett, kecewa banget sumpah, padahal gak pake aplikasi lain selain gojek dan gopay, tpi customer care nya lambat banget! minimal yah nihh maintenance dulu apps nya jgn ksh org pke klo error dasar udh kek mau nipu org kalian
7		Top Up dari ewallet sebelah, tapi ga masuk. udah chat cs, bilang 2 hari kerja. parah sih ini. Emang maling. ga nyangka aja bisa bisanya saldo ga masuk, top up hari ini harus nunggu 2 hari kerja ???... emang harus kaya gitu ya ??... ulasan ga akan saya hapus sebelum saldo masuk. Gojek apk kadang kadang suka jadi Maling. Untung ngga top up gede. ULASAN GA AKAN DIHAPUS SEBELUM SALDO MASUK.
8		Tolong beri perlindungan untuk nasabah yang pesan goride atau gocar yang dirugikan oleh driver, sudah lama menunggu driver tapi drivernya gak bergerak sama sekali, dibatalkan tapi tarifnya naik, mau komplek ke cs tapi gak bisa ketik pesan sendiri hanya ada pesan template, TOLONG PERBAIKI, MERUGIKAN PENGGUNA, DRIVERNYA TOLONG DIPERBAIKI !!
9		PELAYANAN BURUK! sudah cancel orderan tapi saldo ga balik². WTH? akan dikembalikan dalam 14 hari kerja??? gaada call center or customer service yang bisa dihubungi pada aplikasi! udah bertahun² pakai GOJEK dan ternyata MENGECEWAKAN. Narik saldo cepat! gilaran balikin lama!
10		Fitur gofood nya kyk sampah, dikasih opsi pengantaran secara cepet, sedeng, lambat, tpi kualitas pengantaran nya sama semua, mana perbedaan harganya lumayan. Giliran ngadu ke customer care pun sama aja, penyelesaian masalah yg opsinya terbatas, gk bisa ngetik dan menjelaskan secara langsung.

Sumber: Rating Ulasan Gojek di Google Play Store

Analisis terhadap ulasan pelanggan Gojek di Google Play Store (2025) juga memperkuat gambaran tersebut. Dari sepuluh ulasan terbaru yang ditelaah, sebagian besar berisi keluhan tentang keterlambatan pengemudi, ketidakakuratan estimasi waktu, driver yang selektif, serta lambatnya respon layanan pelanggan. Beberapa ulasan bahkan menyoroti masalah teknis dan keamanan transaksi, seperti saldo Gopay yang tidak kembali setelah pembatalan pesanan dan ketidakterbukaan sistem saat terjadi gangguan. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi reliability, responsiveness, dan assurance dalam model E-Servqual masih menjadi titik lemah dalam persepsi pelanggan.

Secara teoretis, kualitas pelayanan digital (*E-Service Quality*) terdiri atas beberapa dimensi penting seperti efisiensi, keandalan, pemenuhan, privasi, dan responsivitas, yang seluruhnya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pengguna (Isalman, 2024). Dalam penelitian ini, metode E-Servqual digunakan untuk mengukur kesenjangan antara harapan (*importance*) dan persepsi aktual (*performance*) pelanggan terhadap atribut layanan. Selanjutnya, metode *Importance Performance Analysis* (IPA) diaplikasikan untuk mengidentifikasi atribut yang paling membutuhkan perbaikan, yaitu yang dianggap penting tetapi berkinerja rendah (Saputra & Gürbüz, 2021). Kombinasi kedua metode ini telah terbukti efektif dalam berbagai konteks digital, tetapi kajian khusus mengenai persepsi Generasi Z pengguna Gojek di Kota Bandung masih jarang dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan gambaran empiris mengenai kesenjangan kualitas layanan yang dialami oleh kelompok pengguna paling kritis di era digital.

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, penulis akan melakukan penelitian mengenai “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek: Studi Pada Generasi Z di Kota Bandung.”

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei, yang bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan aplikasi Gojek terhadap kepuasan pelanggan Generasi Z di Kota Bandung. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur berbasis E-Service Quality (E-SERVQUAL) yang dikombinasikan dengan Importance Performance Analysis (IPA) sebagai teknik analisis utama.

Responden penelitian berjumlah 100 orang, ditentukan menggunakan teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling, dengan kriteria: berusia 18–27 tahun (Generasi Z), berdomisili di Kota Bandung, dan pernah menggunakan aplikasi Gojek minimal tiga kali dalam tiga bulan terakhir. Jumlah sampel ditetapkan berdasarkan perhitungan rumus Lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui secara pasti.

Instrumen penelitian terdiri dari 28 indikator kualitas pelayanan yang mencakup tujuh dimensi E-SERVQUAL, yaitu efficiency, system availability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, dan contact. Setiap indikator diukur menggunakan skala Likert 1–5 dengan dua penilaian, yaitu tingkat harapan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*).

Data yang terkumpul diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan uji korelasi Pearson dan Cronbach’s Alpha. Selanjutnya, analisis dilakukan dengan menghitung tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja, kemudian dipetakan ke dalam diagram kuadran IPA untuk mengidentifikasi atribut layanan yang menjadi prioritas perbaikan dan yang perlu dipertahankan.

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Spesifikasi

a. Uji Validitas

Tabel 2 Uji Validasi Tingkat Kenyataan Pelanggan

NO	ATRIBUT PERNYATAAN	KENYATAAN		
		r hitung	r tabel	Status
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)				
1	Navigasi aplikasi mudah dipahami	0,795	0,195	Valid
2	Aplikasi cepat saat memproses pencarian layanan	0,814	0,195	Valid
3	Pemesanan layanan dapat dilakukan dengan cepat	0,761	0,195	Valid
4	Fitur-fitur mudah ditemukan dan digunakan	0,759	0,195	Valid
Ketersediaan Sistem (<i>System Availability</i>)				
5	Aplikasi jarang mengalami gangguan teknis	0,714	0,195	Valid
6	Fitur berjalan stabil tanpa hambatan	0,770	0,195	Valid
7	Saat memesan, aplikasi tidak mudah crash	0,734	0,195	Valid
8	Sistem tersedia setiap saat	0,708	0,195	Valid

Pemenuhan (<i>Fulfillment</i>)				
9	Pesanan sesuai dengan yang ditampilkan di aplikasi	0,704	0,195	Valid
10	Tarif yang muncul sesuai dengan biaya akhir	0,733	0,195	Valid
11	Estimasi waktu sesuai realita	0,702	0,195	Valid
12	Driver datang sesuai lokasi dan waktu	0,725	0,195	Valid
Privasi (<i>Privacy</i>)				
13	Data pribadi dilindungi dengan baik	0,782	0,195	Valid
14	Metode pembayaran aman	0,779	0,195	Valid
15	Aplikasi tidak menyalahgunakan data	0,762	0,195	Valid
16	Transaksi digital berjalan aman	0,782	0,195	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
17	Aplikasi cepat menanggapi keluhan	0,796	0,195	Valid
18	Fitur bantuan mudah ditemukan	0,812	0,195	Valid
19	Komunikasi dengan driver/CS mudah	0,758	0,195	Valid
20	Informasi penyelesaian masalah jelas	0,763	0,195	Valid
Kompensasi (<i>Compensation</i>)				
21	Refund mudah diajukan	0,667	0,195	Valid
22	Kompensasi diberikan ketika terjadi masalah	0,662	0,195	Valid
23	Solusi yang diberikan adil	0,738	0,195	Valid
24	Bantuan yang diberikan memuaskan	0,623	0,195	Valid
Kontak (<i>Contact</i>)				
25	CS mudah dihubungi apabila ada masalah	0,589	0,195	Valid
26	CS merespons dengan cepat	0,618	0,195	Valid
27	Jawaban CS jelas dan mudah dipahami	0,680	0,195	Valid
28	Bantuan diberikan secara sigap	0,672	0,195	Valid

(Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan hasil dari tabel 2 diatas pengujian yang ditunjukkan pada tabel diatas dengan menggunakan *r tabel* sebesar 0,195 pada taraf signifikansi 5%, tidak terdapat nilai koefisien korelasi yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai *r tabel*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner yang mengukur kenyataan pelanggan dinyatakan valid.

Tabel 3 Uji Validasi Tingkat Harapan Pelanggan

NO	ATRIBUT PERNYATAAN	HARAPAN		
		r hitung	r tabel	Status
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)				
1	Navigasi aplikasi mudah dipahami	0.441	0,195	Valid
2	Aplikasi cepat saat memproses pencarian layanan	0.531	0,195	Valid
3	Pemesanan layanan dapat dilakukan dengan cepat	0.456	0,195	Valid
4	Fitur-fitur mudah ditemukan dan digunakan	0.424	0,195	Valid
Ketersediaan Sistem (<i>System Availability</i>)				
5	Aplikasi jarang mengalami gangguan teknis	0.379	0,195	Valid
6	Fitur berjalan stabil tanpa hambatan	0.374	0,195	Valid
7	Saat memesan, aplikasi tidak mudah crash	0.468	0,195	Valid
8	Sistem tersedia setiap saat	0.470	0,195	Valid
Pemenuhan (<i>Fulfillment</i>)				
9	Pesanan sesuai dengan yang ditampilkan di aplikasi	0.324	0,195	Valid
10	Tarif yang muncul sesuai dengan biaya akhir	0.325	0,195	Valid

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5711>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

11	Estimasi waktu sesuai realita	0.450	0,195	Valid
12	Driver datang sesuai lokasi dan waktu	0.355	0,195	Valid
Privasi (<i>Privacy</i>)				
13	Data pribadi dilindungi dengan baik	0.439	0,195	Valid
14	Metode pembayaran aman	0.331	0,195	Valid
15	Aplikasi tidak menyalahgunakan data	0.363	0,195	Valid
16	Transaksi digital berjalan aman	0.510	0,195	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
17	Aplikasi cepat menanggapi keluhan	0.416	0,195	Valid
18	Fitur bantuan mudah ditemukan	0.382	0,195	Valid
19	Komunikasi dengan driver/CS mudah	0.405	0,195	Valid
20	Informasi penyelesaian masalah jelas	0.519	0,195	Valid
Kompensasi (<i>Compensation</i>)				
21	Refund mudah diajukan	0.412	0,195	Valid
22	Kompensasi diberikan ketika terjadi masalah	0.398	0,195	Valid
23	Solusi yang diberikan adil	0.411	0,195	Valid
24	Bantuan yang diberikan memuaskan	0.372	0,195	Valid
Kontak (<i>Contact</i>)				
25	CS mudah dihubungi apabila ada masalah	0.338	0,195	Valid
26	CS merespons dengan cepat	0.310	0,195	Valid
27	Jawaban CS jelas dan mudah dipahami	0.353	0,195	Valid
28	Bantuan diberikan secara sigap	0.249	0,195	Valid

(Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan hasil dari tabel 3 diatas pengujian yang ditunjukkan pada tabel diatas dengan menggunakan *r tabel* sebesar 0,195 pada taraf signifikansi 5%, tidak terdapat nilai koefisien korelasi yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai *r tabel*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner yang mengukur persepsi pelanggan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4 Uji Reabilitas Tingkat Kenyataan Pelanggan

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	78,0900	431,780	0,775	0,966
P2	78,1000	431,970	0,795	0,966
P3	78,0500	433,018	0,738	0,966
P4	78,0300	433,060	0,735	0,966
P5	78,0600	436,037	0,687	0,966
P6	78,0800	434,519	0,749	0,966
P7	78,1700	435,294	0,708	0,966
P8	78,1500	437,967	0,682	0,966
P9	78,0800	437,145	0,677	0,967
P10	78,0000	438,545	0,710	0,966
P11	78,1400	440,263	0,677	0,966
P12	78,0400	439,332	0,702	0,966
P13	77,9500	434,876	0,762	0,966
P14	77,9100	434,709	0,758	0,966
P15	77,9700	435,262	0,740	0,966

P16	78,0200	432,282	0,760	0,966
P17	78,3300	435,435	0,777	0,966
P18	78,2000	433,697	0,795	0,966
P19	78,1800	435,139	0,736	0,966
P20	78,2100	434,471	0,740	0,966
P21	77,8500	444,654	0,644	0,967
P22	77,8800	440,026	0,633	0,967
P23	77,8400	438,600	0,715	0,966
P24	77,8600	443,071	0,593	0,967
P25	77,9000	446,475	0,560	0,967
P26	77,8700	445,448	0,590	0,967
P27	77,8600	441,637	0,654	0,967
P28	77,7500	441,604	0,646	0,967

(Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil pengolahan data kuesioner kenyataan pelanggan menunjukkan nilai Cronbach's Alpha pada setiap atribut pernyataan berada di atas 0,6. Dengan demikian, seluruh item dalam kuesioner dinyatakan reliabel dan konsisten untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 5 Uji Reabilitas Tingkat Harapan Pelanggan

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	113,4200	198,286	0,601	0,941
P2	113,3300	196,850	0,597	0,941
P3	113,3400	199,742	0,592	0,941
P4	113,3300	203,395	0,475	0,942
P5	113,2500	199,442	0,586	0,941
P6	113,2100	200,026	0,559	0,941
P7	113,1800	200,088	0,601	0,941
P8	113,2100	197,945	0,613	0,941
P9	113,3800	199,248	0,580	0,941
P10	113,3300	199,011	0,540	0,941
P11	113,3600	199,142	0,587	0,941
P12	113,3400	202,045	0,485	0,942
P13	113,1800	195,442	0,694	0,940
P14	113,2100	202,349	0,510	0,942
P15	113,2100	198,996	0,663	0,940
P16	113,3300	193,920	0,695	0,940
P17	113,1800	198,291	0,652	0,940
P18	113,1100	200,099	0,587	0,941
P19	113,2300	199,088	0,596	0,941
P20	113,2600	198,033	0,603	0,941
P21	113,3700	195,488	0,616	0,941
P22	113,4100	197,578	0,627	0,940
P23	113,3900	197,897	0,644	0,940
P24	113,2600	196,841	0,602	0,941
P25	113,2500	198,492	0,590	0,941
P26	113,1700	202,789	0,535	0,941

P27	113,2200	199,264	0,577	0,941
P28	113,2300	201,250	0,537	0,941

(Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel 5, dapat disimpulkan bahwa hasil pengolahan data kuesioner harapan pelanggan menunjukkan nilai Cronbach's Alpha pada setiap atribut pernyataan berada di atas 0,6. Dengan demikian, seluruh item dalam kuesioner harapan pelanggan dinyatakan reliabel dan konsisten untuk digunakan dalam penelitian.

c. Tingkat Harapan (*Importance*) Pelanggan Gojek

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan, diperoleh informasi mengenai tingkat harapan terhadap kualitas pelayanan Gojek. Penilaian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana ekspektasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Gojek. Proses pengolahan dilakukan dengan menjumlahkan skor harapan seluruh customer pada setiap pernyataan, kemudian membaginya dengan jumlah customer. Dengan menggunakan rumus seperti berikut:

$$Y = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Tabel 6 Perhitungan Tingkat Harapan Pelanggan

No.	Atribut	$\sum Y$	n	Y	Keterangan
1	X1	405	100	4,05	Tinggi
2	X2	414	100	4,14	Tinggi
3	X3	413	100	4,13	Tinggi
4	X4	414	100	4,14	Tinggi
5	X5	422	100	4,22	Sangat Tinggi
6	X6	426	100	4,26	Sangat Tinggi
7	X7	429	100	4,29	Sangat Tinggi
8	X8	426	100	4,26	Sangat Tinggi
9	X9	409	100	4,09	Tinggi
10	X10	414	100	4,14	Tinggi
11	X11	411	100	4,11	Tinggi
12	X12	413	100	4,13	Tinggi
13	X13	429	100	4,29	Sangat Tinggi
14	X14	426	100	4,26	Sangat Tinggi
15	X15	426	100	4,26	Sangat Tinggi
16	X16	414	100	4,14	Tinggi
17	X17	429	100	4,29	Sangat Tinggi
18	X18	436	100	4,36	Sangat Tinggi
19	X19	424	100	4,24	Sangat Tinggi
20	X20	421	100	4,21	Sangat Tinggi
21	X21	410	100	4,10	Tinggi
22	X22	406	100	4,06	Tinggi
23	X23	408	100	4,08	Tinggi
24	X24	421	100	4,21	Sangat Tinggi
25	X25	422	100	4,22	Sangat Tinggi
26	X26	430	100	4,30	Sangat Tinggi
27	X27	425	100	4,25	Sangat Tinggi
28	X28	424	100	4,24	Sangat Tinggi
Rata-rata Keseluruhan				4,20	Tinggi

(Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel 6 diatas, perhitungan tingkat harapan pelanggan, dapat diketahui bahwa secara umum pelanggan Gojek memiliki harapan yang tinggi hingga sangat tinggi terhadap layanan yang diberikan. Secara keseluruhan, nilai rata-rata tingkat harapan pelanggan sebesar 4,20, yang berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menaruh ekspektasi besar terhadap kualitas layanan Gojek pada berbagai atribut yang diukur, baik dari aspek keandalan, kenyamanan, kecepatan, maupun profesionalisme layanan.

d. Tingkat Kenyataan (*Performance*) Pelanggan Gojek

Selain mengukur Tingkat harapan, penelitian ini juga mengidentifikasi Tingkat kenyataan atau persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Gojek. Penilaian ini penting untuk mengetahui sejauh mana kinerja kualitas pelayanan telah memenuhi ekspektasi para pelanggan Gojek. Proses pengolahan dilakukan dengan menjumlahkan skor kenyataan seluruh customer pada setiap pernyataan, kemudian membaginya dengan jumlah customer. Dengan menggunakan rumus seperti berikut:

$$Y = \frac{\sum Xi}{n}$$

Tabel 7 Perhitungan Tingkat Kenyataan Pelanggan

No.	Atribut	$\sum X$	n	X	Keterangan
1	X1	282	100	2,82	Cukup
2	X2	281	100	2,81	Cukup
3	X3	286	100	2,86	Cukup
4	X4	288	100	2,88	Cukup
5	X5	285	100	2,85	Cukup
6	X6	283	100	2,83	Cukup
7	X7	274	100	2,74	Cukup
8	X8	276	100	2,76	Cukup
9	X9	283	100	2,83	Cukup
10	X10	291	100	2,91	Cukup
11	X11	277	100	2,77	Cukup
12	X12	287	100	2,87	Cukup
13	X13	296	100	2,96	Cukup
14	X14	300	100	3,00	Cukup
15	X15	294	100	2,94	Cukup
16	X16	289	100	2,89	Cukup
17	X17	258	100	2,58	Rendah
18	X18	271	100	2,71	Cukup
19	X19	273	100	2,73	Cukup
20	X20	270	100	2,70	Cukup
21	X21	306	100	3,06	Cukup
22	X22	303	100	3,03	Cukup
23	X23	307	100	3,07	Cukup
24	X24	305	100	3,05	Cukup
25	X25	301	100	3,01	Cukup
26	X26	304	100	3,04	Cukup
27	X27	305	100	3,05	Cukup
28	X28	316	100	3,16	Cukup
Rata-rata Keseluruhan				2,89	Cukup

(Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel 7 diatas, perhitungan tingkat kenyataan pelanggan, dapat diinterpretasikan bahwa kinerja layanan Gojek sebagaimana dirasakan oleh pelanggan secara umum berada pada kategori cukup. Nilai rata-rata tingkat kenyataan pelanggan sebesar 2,89, yang termasuk dalam klasifikasi cukup. Hal ini menunjukkan bahwa layanan yang diterima pelanggan dinilai telah berjalan dengan cukup baik, namun belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan secara optimal.

e. Perhitungan Tingkat Kesesuaian Importance Performance Analysis

Metode Importance Performance Analysis (IPA) merupakan pendekatan yang mengintegrasikan pengukuran tingkat harapan dan tingkat kinerja suatu faktor ke dalam bentuk grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini, digunakan dua variabel utama yang direpresentasikan oleh sumbu X dan Y, di mana variabel X menunjukkan skor penilaian kinerja perusahaan dalam memenuhi kepuasan konsumen, sedangkan variabel Y merepresentasikan skor penilaian harapan konsumen.

Berdasarkan hasil pengukuran terhadap tingkat harapan dan tingkat kinerja tersebut, diperoleh suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara harapan konsumen dan kinerja yang diberikan oleh perusahaan. Selanjutnya, tingkat kesesuaian tersebut dihitung dengan menggunakan persamaan:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan persamaan tersebut, diperoleh hasil perhitungan sebagaimana disajikan pada tabel berikut.

Tabel 8 Perhitungan Tingkat Kesesuaian IPA

NO	ATRIBUT PERNYATAAN	Tingkat Kesesuaian		
		Kenyataan	Harapan	Tk
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)				
1	Navigasi aplikasi mudah dipahami	282	405	69,63%
2	Aplikasi cepat saat memproses pencarian layanan	281	414	67,87%
3	Pemesanan layanan dapat dilakukan dengan cepat	286	413	69,25%
4	Fitur-fitur mudah ditemukan dan digunakan	288	414	69,57%
Ketersediaan Sistem (<i>System Availability</i>)				
5	Aplikasi jarang mengalami gangguan teknis	285	422	67,54%
6	Fitur berjalan stabil tanpa hambatan	283	426	66,43%
7	Saat memesan, aplikasi tidak mudah crash	274	429	63,87%
8	Sistem tersedia setiap saat	276	426	64,79%
Pemenuhan (<i>Fulfillment</i>)				
9	Pesanan sesuai dengan yang ditampilkan di aplikasi	283	409	69,19%
10	Tarif yang muncul sesuai dengan biaya akhir	291	414	70,29%
11	Estimasi waktu sesuai realita	277	411	67,40%
12	Driver datang sesuai lokasi dan waktu	287	413	69,49%
Privasi (<i>Privacy</i>)				
13	Data pribadi dilindungi dengan baik	296	429	69,00%
14	Metode pembayaran aman	300	426	70,42%
15	Aplikasi tidak menyalahgunakan data	294	426	69,01%
16	Transaksi digital berjalan aman	289	414	69,81%
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
17	Aplikasi cepat menanggapi keluhan	258	429	60,14%
18	Fitur bantuan mudah ditemukan	271	436	62,16%
19	Komunikasi dengan driver/CS mudah	273	424	64,39%
20	Informasi penyelesaian masalah jelas	270	421	64,13%
Kompensasi (<i>Compensation</i>)				
21	Refund mudah diajukan	306	410	74,63%
22	Kompensasi diberikan ketika terjadi masalah	303	406	74,63%
23	Solusi yang diberikan adil	307	408	75,25%
24	Bantuan yang diberikan memuaskan	305	421	72,45%
Kontak (<i>Contact</i>)				
25	CS mudah dihubungi apabila ada masalah	301	422	71,33%
26	CS merespons dengan cepat	304	430	70,70%
27	Jawaban CS jelas dan mudah dipahami	305	425	71,76%
28	Bantuan diberikan secara sigap	316	424	74,53%
Rata - rata		288,96	419,54	68,88%

Berdasarkan tabel 8 diatas, hasil perhitungan tingkat kesesuaian yang ditunjukkan pada Tabel 8, diperoleh nilai rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 68,88%, yang masih berada di bawah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan belum tercapai secara optimal, karena kinerja perusahaan belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan pelanggan.

Setelah tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan konsumen diketahui, langkah selanjutnya adalah menentukan prioritas perbaikan yang perlu dilakukan oleh pihak manajemen guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Penentuan prioritas tersebut dilakukan melalui interpretasi pada diagram Kartesius Importance Performance Analysis (IPA). Diagram IPA dibagi ke dalam empat kuadran, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.1, yang masing-masing kuadran memberikan gambaran mengenai posisi setiap atribut layanan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerjanya.

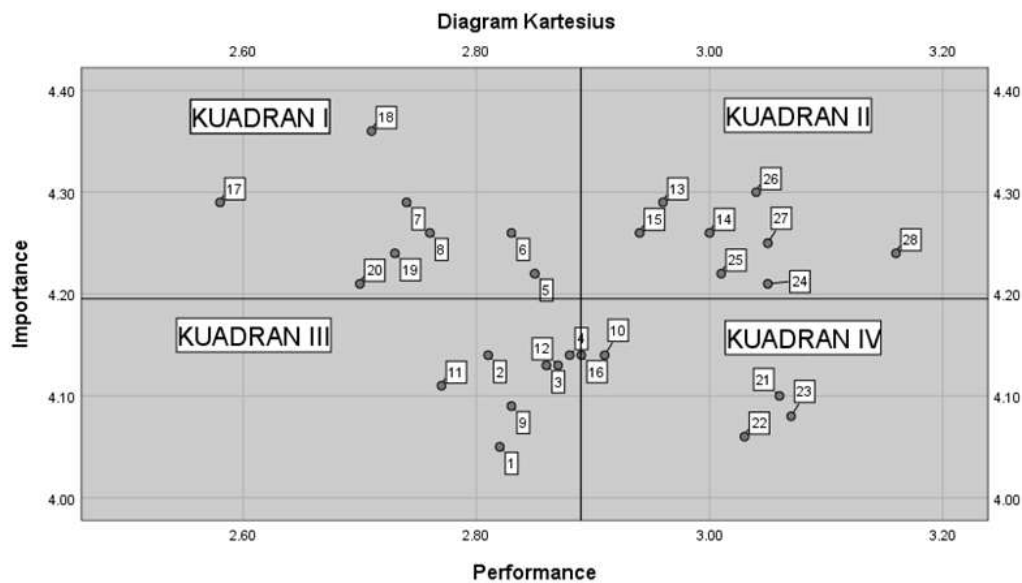
Data yang digunakan dalam analisis ini berupa nilai rata-rata tingkat kinerja dan nilai rata-rata tingkat harapan yang diperoleh dari penilaian responden konsumen Gojek. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, nilai rata-rata tingkat kinerja dan tingkat harapan untuk setiap atribut pelayanan disajikan pada Tabel 9 berikut,

Tabel 9 Hasil Rata-rata Kenyataan dan Harapan Pelanggan

NO	ATRIBUT PERNYATAAN	Rata-rata	
		Kenyataan	Harapan
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)			
1	Navigasi aplikasi mudah dipahami	2,82	4,05
2	Aplikasi cepat saat memproses pencarian layanan	2,81	4,14
3	Pemesanan layanan dapat dilakukan dengan cepat	2,86	4,13
4	Fitur-fitur mudah ditemukan dan digunakan	2,88	4,14
Ketersediaan Sistem (<i>System Availability</i>)			
5	Aplikasi jarang mengalami gangguan teknis	2,85	4,22
6	Fitur berjalan stabil tanpa hambatan	2,83	4,26
7	Saat memesan, aplikasi tidak mudah crash	2,74	4,29
8	Sistem tersedia setiap saat	2,76	4,26
Pemenuhan (<i>Fulfillment</i>)			
9	Pesanan sesuai dengan yang ditampilkan di aplikasi	2,83	4,09
10	Tarif yang muncul sesuai dengan biaya akhir	2,91	4,14
11	Estimasi waktu sesuai realita	2,77	4,11
12	Driver datang sesuai lokasi dan waktu	2,87	4,13
Privasi (<i>Privacy</i>)			
13	Data pribadi dilindungi dengan baik	2,96	4,29
14	Metode pembayaran aman	3,00	4,26
15	Aplikasi tidak menyalahgunakan data	2,94	4,26
16	Transaksi digital berjalan aman	2,89	4,14
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
17	Aplikasi cepat menanggapi keluhan	2,58	4,29
18	Fitur bantuan mudah ditemukan	2,71	4,36
19	Komunikasi dengan driver/CS mudah	2,73	4,24
20	Informasi penyelesaian masalah jelas	2,70	4,21
Kompensasi (<i>Compensation</i>)			
21	Refund mudah diajukan	3,06	4,10
22	Kompensasi diberikan ketika terjadi masalah	3,03	4,06
23	Solusi yang diberikan adil	3,07	4,08
24	Bantuan yang diberikan memuaskan	3,05	4,21

Kontak (Contact)			
25	CS mudah dihubungi apabila ada masalah	3,01	4,22
26	CS merespons dengan cepat	3,04	4,30
27	Jawaban CS jelas dan mudah dipahami	3,05	4,25
28	Bantuan diberikan secara sigap	3,16	4,24
Rata - rata		2,8896	4,1954

Setelah diperoleh nilai rata-rata persepsi dan harapan berdasarkan Tabel 9, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis menggunakan diagram Kartesius Importance Performance Analysis (IPA) yang diolah dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil pengolahan tersebut menghasilkan output sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1 Posisi Atribut Pada Diagram Kartesius

f. Analisa Pengolahan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Analisis Importance Performance Analysis (IPA) dilakukan dengan menggunakan nilai rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat harapan pelanggan pada setiap atribut pelayanan. Nilai rata-rata kepuasan diposisikan sebagai sumbu X, sedangkan nilai rata-rata harapan ditempatkan sebagai sumbu Y dalam diagram Kartesius IPA. Diagram tersebut terbagi ke dalam empat kuadran, yaitu Kuadran I (Concentrate Here) sebagai prioritas utama perbaikan, Kuadran II (Keep Up the Good Work) sebagai atribut yang perlu dipertahankan kinerjanya, Kuadran III (Low Priority) sebagai prioritas rendah, dan Kuadran IV (Possible Overkill) sebagai prioritas sangat rendah. Berikut pemetaan posisi masing-masing atribut pelayanan dalam diagram Kartesius IPA berdasarkan pada Gambar 1.

1) Kuadran I

Atribut atau dimensi layanan yang berada pada Kuadran I menunjukkan tingkat harapan pelanggan yang tinggi, namun memiliki tingkat kepuasan yang rendah. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan yang signifikan antara harapan dan kinerja layanan, sehingga berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, atribut-atribut yang berada pada kuadran ini memerlukan perbaikan segera dan menjadi prioritas utama dalam upaya peningkatan kualitas layanan. Adapun atribut yang termasuk dalam Kuadran I disajikan pada Tabel 10 berikut

Tabel 10 Atribut Kualitas Pelayanan pada Kuadran I (Prioritas Utama) IPA

NO	ATRIBUT	DIMENSI
1	Aplikasi jarang mengalami gangguan teknis	System Availability
2	Fitur berjalan stabil tanpa hambatan	System Availability
3	Saat memesan, aplikasi tidak mudah crash	System Availability
4	Sistem tersedia setiap saat	System Availability
5	Aplikasi cepat menanggapi keluhan	Responsiveness
6	Fitur bantuan mudah ditemukan	Responsiveness
7	Komunikasi dengan driver/CS mudah	Responsiveness
8	Informasi penyelesaian masalah jelas	Responsiveness

2) Kuadran II

Atribut yang berada pada Kuadran II merupakan aspek layanan yang perlu dipertahankan kinerjanya oleh Gojek, karena memiliki tingkat harapan dan kinerja yang sama-sama tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa atribut yang dinilai sangat penting oleh pelanggan telah dilaksanakan dengan baik, sehingga mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Pada kuadran ini terdapat lima atribut, yang sekaligus menjadi kekuatan kompetitif Gojek dalam menghadapi persaingan dengan kompetitornya. Adapun atribut yang termasuk dalam Kuadran II disajikan pada Tabel 11 berikut.

Tabel 11 Atribut Kualitas Pelayanan pada Kuadran II (Pertahankan Kinerja) IPA

NO	ATRIBUT	DIMENSI
1	Data pribadi dilindungi dengan baik	Privacy
2	Metode pembayaran aman	Privacy
3	Aplikasi tidak menyalahgunakan data	Privacy
4	Bantuan yang diberikan memuaskan	Compensation
5	CS mudah dihubungi apabila ada masalah	Contact
6	CS merespons dengan cepat	Contact
7	Jawaban CS jelas dan mudah dipahami	Contact
8	Bantuan diberikan secara sigap	Contact

3) Kuadran III

Atribut yang berada pada Kuadran III merupakan aspek layanan dengan prioritas perbaikan yang rendah, karena memiliki tingkat harapan dan kinerja yang sama-sama rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa atribut tersebut dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pelaksanaannya oleh pihak Gojek dinilai masih pada tingkat yang wajar. Jumlah atribut yang termasuk dalam Kuadran III sebanyak enam butir. Meskipun demikian, pihak Gojek tetap perlu memberikan perhatian terhadap atribut-atribut ini, mengingat pada masa mendatang aspek tersebut berpotensi menjadi tuntutan dalam upaya peningkatan kualitas kinerja perusahaan. Adapun atribut yang termasuk dalam Kuadran III disajikan pada Tabel 12 berikut.

Tabel 12 Atribut Kualitas Pelayanan pada Kuadran III (Prioritas Rendah) IPA

NO	ATRIBUT	DIMENSI
1	Navigasi aplikasi mudah dipahami	Efficiency
2	Aplikasi cepat saat memproses pencarian layanan	Efficiency
3	Pemesanan layanan dapat dilakukan dengan cepat	Efficiency
4	Pesanan sesuai dengan yang ditampilkan di aplikasi	Fulfillment
5	Estimasi waktu sesuai realita	Fulfillment
6	Driver datang sesuai lokasi dan waktu	Fulfillment

Berdasarkan Tabel 12, terdapat enam atribut yang termasuk dalam prioritas perbaikan rendah. Atribut-atribut pada Kuadran III merupakan aspek layanan yang tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan dan dinilai tidak memberikan pengaruh besar terhadap tingkat kepuasan. Meskipun demikian, pihak Gojek tetap perlu memberikan perhatian dan melakukan perbaikan secara bertahap. Keenam atribut tersebut tersebar pada dimensi *Efficiency* dan *Fulfillment*.

4) Kuadran IV

Atribut yang berada pada Kuadran IV merupakan aspek layanan yang tergolong berlebihan, di mana tingkat kinerja Gojek dinilai lebih tinggi dibandingkan dengan harapan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan bahwa atribut tersebut relatif kurang dianggap penting oleh pelanggan, namun telah dilaksanakan dengan sangat baik oleh pihak perusahaan. Adapun atribut yang termasuk dalam Kuadran IV disajikan pada Tabel 13 berikut

Tabel 13 Atribut Kualitas Pelayanan pada Kuadran IV (Kinerja Berlebihan) IPA

NO	ATRIBUT	DIMENSI
1	Fitur-fitur mudah ditemukan dan digunakan	Efficiency
2	Tarif yang muncul sesuai dengan biaya akhir	Fulfillment
3	Transaksi digital berjalan aman	Privacy
4	Refund mudah diajukan	Compensation
5	Kompensasi diberikan ketika terjadi masalah	Compensation
6	Solusi yang diberikan adil	Compensation

Berdasarkan Tabel 13, terdapat enam atribut yang termasuk dalam kategori berlebihan. Atribut-atribut tersebut dinilai kurang penting oleh pelanggan, namun telah dilaksanakan dengan tingkat kinerja yang sangat baik oleh pihak perusahaan. Keenam atribut tersebut tersebar pada dimensi *Efficiency*, *Fulfillment*, *Privacy*, dan *Compensation*.

3.2. Diskusi

Berdasarkan hasil analisis Importance Performance Analysis (IPA), diketahui bahwa masih terdapat beberapa atribut pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi, namun kinerja yang dirasakan pelanggan belum optimal, khususnya pada atribut yang berada di Kuadran I (prioritas utama). Oleh karena itu, Gojek perlu melakukan upaya peningkatan kualitas pelayanan secara terfokus dan berkelanjutan. Salah satu langkah strategis yang perlu dilakukan adalah peningkatan stabilitas dan keandalan sistem aplikasi. Gojek perlu meminimalkan gangguan teknis seperti aplikasi yang lambat, error, atau mengalami crash melalui optimalisasi server, pembaruan sistem secara berkala, serta pengujian aplikasi sebelum peluncuran fitur baru. Stabilitas sistem menjadi aspek krusial karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi bagi pelanggan.

Selain itu, peningkatan responsivitas layanan pelanggan juga perlu mendapatkan perhatian khusus. Atribut yang berkaitan dengan kecepatan dan ketepatan penanganan keluhan menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan kinerja layanan yang dirasakan. Oleh karena itu, Gojek dapat meningkatkan kualitas layanan pelanggan dengan mempercepat waktu respons customer service, memperjelas alur pengaduan, serta menyediakan informasi penyelesaian masalah yang transparan. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Optimalisasi fitur bantuan dan komunikasi dalam aplikasi juga menjadi langkah penting dalam peningkatan kualitas pelayanan. Gojek disarankan untuk menyederhanakan dan memperjelas fitur bantuan agar pelanggan dapat dengan mudah menemukan solusi atas permasalahan yang dihadapi. Di samping itu, peningkatan kualitas komunikasi antara pelanggan, driver, dan customer service perlu dilakukan agar informasi dapat tersampaikan secara efektif dan akurat, sehingga mengurangi potensi kesalahpahaman dalam proses layanan.

Di sisi lain, atribut yang berada pada Kuadran II menunjukkan bahwa Gojek telah mampu memenuhi harapan pelanggan dengan baik, khususnya pada aspek keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi. Oleh karena itu, kinerja pada atribut-atribut tersebut perlu dipertahankan melalui pengawasan berkelanjutan dan peningkatan standar keamanan layanan agar tingkat kepuasan pelanggan tetap terjaga.

Sementara itu, atribut yang berada pada Kuadran IV menunjukkan adanya kinerja yang relatif tinggi, namun tingkat kepentingannya rendah bagi pelanggan. Kondisi ini mengindikasikan perlunya evaluasi terhadap efisiensi alokasi sumber daya. Gojek dapat mengalihkan sebagian sumber daya dari atribut yang berkinerja berlebihan ke atribut yang berada pada Kuadran I agar peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien.

Sebagai langkah keberlanjutan, Gojek perlu melakukan monitoring dan evaluasi kepuasan pelanggan secara berkala melalui survei lanjutan. Upaya ini penting untuk memantau efektivitas perbaikan yang telah dilakukan serta menyesuaikan strategi pelayanan dengan perubahan kebutuhan dan harapan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, upaya peningkatan kualitas pelayanan Gojek sebaiknya difokuskan pada perbaikan stabilitas sistem aplikasi dan responsivitas layanan pelanggan, tanpa mengabaikan pemeliharaan atribut yang telah berkinerja baik. Pendekatan ini diharapkan mampu memperkecil kesenjangan antara harapan dan kinerja, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas pelayanan Gojek dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA), dapat disimpulkan bahwa masih terdapat perbedaan antara tingkat harapan dan tingkat kinerja (kenyataan) yang dirasakan oleh pelanggan Gojek. Nilai rata-rata tingkat kesesuaian yang diperoleh masih berada di bawah nilai ideal, sehingga mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan Gojek belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan pelanggan. Pemetaan atribut pelayanan ke dalam diagram Kartesius IPA menghasilkan empat kuadran dengan karakteristik yang berbeda. Atribut yang berada pada Kuadran I (Concentrate Here) merupakan atribut dengan tingkat kepentingan yang tinggi namun memiliki kinerja yang relatif rendah, sehingga menjadi prioritas utama perbaikan. Atribut-atribut pada kuadran ini umumnya berkaitan dengan stabilitas sistem aplikasi dan responsivitas layanan, yang sangat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Atribut yang berada pada Kuadran II (Keep Up the Good Work) menunjukkan bahwa tingkat harapan dan kinerja berada pada kategori yang sama-sama tinggi. Kondisi ini menandakan bahwa Gojek telah mampu memenuhi ekspektasi pelanggan pada atribut-atribut tersebut, sehingga kinerjanya perlu dipertahankan secara konsisten karena menjadi kekuatan utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Sementara itu, atribut yang termasuk dalam Kuadran III (Low Priority) memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang relatif rendah, sehingga tidak menjadi fokus utama perbaikan. Meskipun demikian, atribut-atribut ini tetap perlu dipantau agar kualitas layanan tidak mengalami penurunan di masa mendatang. Adapun atribut yang berada pada Kuadran IV (Possible Overkill) menunjukkan kinerja yang relatif tinggi, namun tingkat kepentingannya rendah. Kondisi ini mengindikasikan adanya potensi ketidakefisienan dalam alokasi sumber daya, sehingga perusahaan dapat melakukan evaluasi dan pengalihan sumber daya ke atribut-atribut yang memiliki tingkat kepentingan lebih tinggi.

Referensi

1. Agrivina, N., & Sarah, S. (2025). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Fore Coffee Kota Bandung. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2). <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/1469>
2. Aicher, T. J., Heere, B., & Odio, M. A. (2023). Looking beyond performance: Understanding service quality through the importance–performance analysis. *Sport Management Review*, 26(4), 589–603. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14413523.2022.2119722>
3. Bayu, M., Saputro, A. H., & Mubarak, D. A. A. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Apotek Mega Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(3). <https://www.lembagakita.org/journal/index.php/jemsi/article/view/2488>
4. Besterfield, D. H. (1998). *Quality control* (7th ed.). Prentice Hall.
5. Dewi, N. P., & Setiawan, I. (2022). The influence of service quality on customer satisfaction and loyalty in Grab application. *International Journal of Digital Business*, 4(3), 45–53.
6. Isalman, I. (2024). Evaluasi e-service quality BRI Mobile: Pengaruh terhadap e-customer trust dan e-customer satisfaction. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1). <https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/4550>
7. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
8. Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77–79. <https://doi.org/10.1177/002224297704100112>
9. Meilani, S., & Saputro, A. H. (2025). Pengaruh kualitas produk, pengalaman pelanggan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan marketplace Lazada). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(1). <https://journal.lembagakita.org/index.php/jemsi/article/download/3466/2669/12464>
10. Na'im, H. R., & Wiyadi. (2024). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, citra merek, dan word of mouth terhadap kepuasan pelanggan transportasi online (Gojek). *Fonduri de Investiții (Jurnal Riset Lab)*, 13(3). <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1223>
11. Ningsih, T. S., Putra Nasution, M. D., & Robain, W. (2024). Brand experience and service quality: Key drivers of customer satisfaction in Gojek apps. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(2). <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i2.801>
12. Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
13. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
14. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233.

15. Ramadan, A., & Sarah, S. (2024). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada e-commerce Lazada di Kota Bandung). *eCo-Buss: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1). <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/eb/article/view/1510/816>
16. Sampurno, H. R., & Sharif, O. O. (2020). Penerapan customer satisfaction index (CSI) dan importance performance analysis (IPA) pada kualitas pelayanan Gojek (studi pelanggan di Kota Bandung). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(6), 856–870.
17. Santika, E. F. (2024, January 23). Most downloaded online transportation app in Indonesia 2023: Gojek takes the lead. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/en/technology-telecommunications/statistics/4e49e3af7a225fe/most-downloaded-online-transportation-app-in-indonesia-2023-gojek-takes-the-lead>
18. Saputra, D., & Gürbüz, B. (2021). Implementation of technology acceptance model (TAM) and importance–performance analysis (IPA) in testing the ease and usability of e-wallet applications. *arXiv preprint*. <https://arxiv.org/abs/2103.09049>
19. Sugiyono. (2018a). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. CV Alfabeta.
20. Sutarna, A. (2023, September 21). Gojek business report 2023: Digitalisasi operasi bisnis kunci tingkatkan produktivitas karyawan dan efisiensi perusahaan. *Gojek News*. <https://www.gojek.com/news/gocorp-business-report-2023-digitalisasi-operasi-bisnis-kunci-tingkatkan-produktivitas-karyawan-dan-efisiensi-perusahaan>
21. Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality & satisfaction* (4th ed.). Andi Offset.
22. Triady, R., & Saputro, A. H. (2023). Pengaruh kualitas produk, digital marketing, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Lazada. *Journal of Psychology*, 1(2). <https://journals.inaba.ac.id/index.php/ijop/article/view/382>
23. Umami, N., Wahyuni, N., & Apriadi, I. (2021). Analysis of service quality on customer satisfaction through importance–performance analysis and KANO model. *Jurnal Ilmiah Sistem dan Strategi*, 2(1), 32–41. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jiss/article/view/62013>
24. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill.
25. Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375.