

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pelayanan

2.1.1 Pengertian Pelayanan

Menurut Gronroos dalam Mukarom dan Laksana (2015: 80) menjelaskan bahwa pelayanan adalah aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Priansa (2017: 52) pelayanan berasal dari kata "*layan*" yang dapat dipahami sebagai memberikan pertolongan atau menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia itu sendiri.

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan pegawai atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan pelanggan (Ratminto dan Winarsih dalam Priansa, 2017: 53).

Dari beberapa pengertian pelayanan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau usaha yang tidak terwujud yang berfungsi untuk menyiapkan dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang dapat menawarkan kepuasan pelanggan.

2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Maulana (2016) kualitas pelayanan adalah rangkaian kegiatan unggulan yang diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan yang dilihat dari keseluruhan karakteristik produk. Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar guna memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019 :61) pengertian dari kualitas pelayanan adalah upaya dalam pemenuhan kebutuhan yang diikuti dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan keputusan pelanggan.

Menurut Wyckof dalam Mulyawan (2016: 48) mengemukakan konsepsi kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan penerima layanan).

Dari pengertian kualitas pelayanan di atas, dapat dipahami bahwa pengertian dari kualitas pelayanan adalah segala bentuk perbuatan yang tujuannya adalah untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dapat membuat pelanggan merasa puas dan senang atas layanan yang diberikan kepada pelanggan tersebut.

2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono pengertian dari kualitas pelayanan adalah upaya dalam pemenuhan kebutuhan yang diikuti dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan keputusan pelanggan. Kualitas pelayanan Menurut Tjiptono

dalam Hardiyansyah (2018: 55) menyatakan terdapat beberapa atribut yang menentukan kualitas pelayanan antara lain adalah :

1. Ketepatan waktu pelayanan, berarti bahwa sebuah pelayanan harus cepat dan tepat waktu sesuai dengan waktu yang telah ditentukan yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi pelayanan, berarti berkaitan dengan reliabilitas atau pemberian pelayanan secara akurat dan bebas dari kesalahan serta sesuai dengan apa yang diharapkan, ini berarti pelayanan yang diberikan harus tepat sasaran sesuai dengan aturan yang sudah ditentukan.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, Dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan etika yang diterapkan yaitu sopan dan ramah. Pelayanan yang diberikan harus dengan menerapkan tata krama dan etika yang telah ditentukan dengan memberikan pelayanan secara ramah dan sopan santun.
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, Dalam melayani pelanggan, pemberi pelayanan harus mengutamakan pelayanan yang prima terhadap pelanggan dengan tidak mempersulit dalam melayani pelanggan. Contoh dari kemudahan dalam mendapatkan pelayanan misalnya banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung.
5. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, hal ini berkaitan dengan memberikan informasi, kemudahan dalam proses administrasi, dan sebagainya. Dalam hal ini, pelayanan yang diberikan harus dapat memberikan rasa puas dan memberikan kemudahan terhadap pelanggan dalam hal informasi dan administrasi dalam suatu pelayanan. Contoh dari kenyamanan dalam memperoleh pelayanan adalah berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi dan lain-lain.

6. Atribut pendukung pelayanan lainnya merupakan atribut atau fasilitas pelengkap suatu pelayanan demi kenyamanan pelanggan, seperti ruang tunggu ber-AC, kebersihan dan lain-lain.

2.3 Keputusan Pembelian

Menurut Sudaryono (2016: 99) semua peneliti rata-rata mengartikan keputusan adalah sebuah pemilihan tindakan dari dua atau lebih alternatif pilihan. Artinya, orang yang mengambil keputusan harus memiliki sebuah pilihan dari banyak alternatif yang tersedia. Menurut Firmansyah (2018: 27) keputusan membeli atau keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternative perilaku yang sesuai dari dua alternative perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahap proses pengambilan keputusan. Sedangkan, Menurut Peter dan Olson dalam Indrasari (2019: 70) keputusan pembelian adalah proses inegresi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan memilih satu diantaranya.

2.3.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Malau (2017: 235-238) mengungkapkan bahwa proses dari pengambilan keputusan pembelian timbul karena adanya banyaknya pertimbangan dan tahapan, yakni sebagai berikut:

- a. Membutuhkan Pengakuan

Proses pembelian dimuali dari pengenalan kebutuhan, pembeli mengakui terdapat masalah atau kebutuhan.

- b. Pencarian Informasi

Konsumen yang berminat kepada sebuah produk, akan mencari informasi yang lebih dalam yang terkait dengan produk yang diminatinya.

c. Mengevaluasi Alternatif

Konsumen menggunakan informasi yang sudah diperolehnya untuk mengevaluasi alternatif pembelian produk yang dipilih.

d. Keputusan Pembelian

Konsumen dapat melakukan keputusan pembelian dengan memilih salah satu dari banyak pilihan alternatif yang ada dan memilih produk yang paling diminati.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah konsumen membeli produknya, konsumen dapat merasa puas ataupun tidak tergantung dengan kesesuaian terhadap harapan konsumen dengan apa yang dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan produknya.

2.3.2 Pihak-Pihak dalam Keputusan Pembelian

Abdullah dan Tantri dalam Sudaryono (2016: 104) menuturkan bahwa terdapat lima peran yang dimainkan orang dalam suatu keputusan pembelian, yakni:

- a. Pencetus Ide: orang yang pertama kali mengusulkan ide untuk melakukan pembelian sebuah produk atau jasa.
- b. Pemberi Pengaruh: orang yang pandangannya dapat memengaruhikeputusan pembelian sebuah produk.
- c. Pengambilan Keputusan: orang yang menentukan setiap elemen dalamkeputusan pembelian, apakah jadi untuk membeli, produk apa yangdibeli, bagaimana membeli produknya, dimana melakukanpembeliannya.
- d. Pembeli: orang yang melakukan pembelian sebuah produk yang sebenarnya.
- e. Pemakai: orang yang mengkonsumsi atau memakai produk atau jasa yang telah dibeli.

2.3.3 Dimensi Keputusan Pembelian *Online*

Menurut Hardiawan dalam Nurmadina (2016: 49) Keputusan Pembelian online dipengaruhi oleh :

- a. Efisiensi untuk pencarian (waktu cepat, mudah dalam penggunaan, dan usaha pencarian mudah).
- b. Value (harga bersaing dan kualitas baik).
- c. Interaksi (informasi, keamanan, load time dan navigasi).

2.4 Transportasi *Online*

2.4.1 Pengertian Transportasi *Online*

Menurut Pratama (2016: 2-3) pengertian transportasi *online* adalah pelayanan jasa transportasi berbasis internet dalam setiap kegiatannya, mulai dari pemesanan, pemantauan jalur, pembayaran dan penilaian terhadap pelayanan jasa itu sendiri. Transportasi online adalah salah satu bentuk penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi).

Menurut Anindhita (2016: 728) transportasi *online* merupakan inovasi dalam penerapan penggabungan bisnis penyedia jasa transportasi dengan teknologi komunikasi yang berbasis internet. Transportasi *online* merupakan fenomena yang hadir di masyarakat dalam beberapa tahun terakhir.

Dari beberapa pengertian transportasi *online*.tersebut, dapat dipahami pengertian dari transportasi *online* adalah transportasi yang berinovasi yang mana semua kegiatan transaksinya dilakukan secara online mulai dari pemesanan sampai pembayaran yang dihubungkan dengan teknologi komunikasi internet.

2.5 Angkutan Wisata

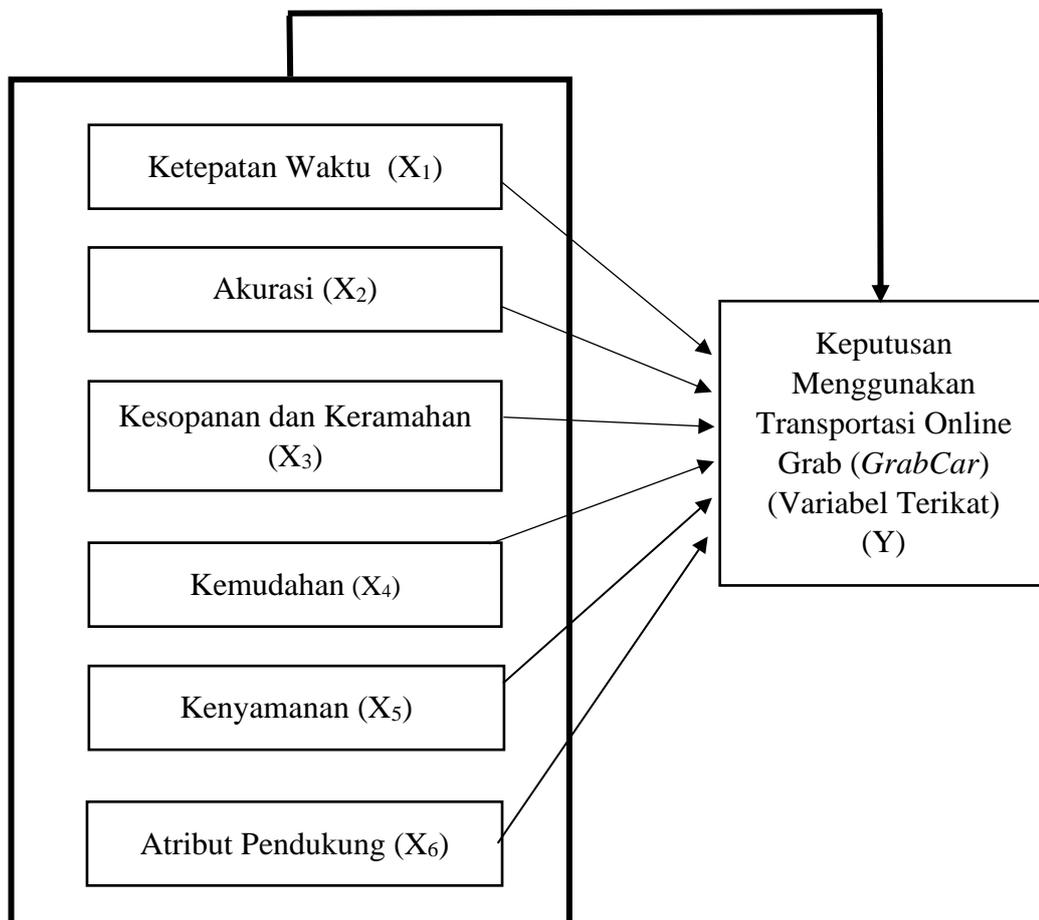
2.5.1 Pengertian Angkutan Wisata

Menurut Lestari (2017: 65) angkutan wisata adalah angkutan umum yang tujuannya khusus untuk mengangkut wisatawan tidak dalam trayek. Berdasarkan UU No. 22 Tahun 2009 tentang lalu lintas dan angkutan jalan menjelaskan bahwa salah satu tujuan diselenggarakannya lalu lintas dan angkutan jalan, yaitu untuk mewujudkan pelayanan lalu lintas dan angkutan jalan yang ramah, aman, selamat, tertib, lancar, dan terpadu dengan moda angkutan lain untuk mendorong perekonomian nasional, memajukan kesejahteraan umum, memperkukuh persatuan dan kesatuan bangsa, serta mampu menjunjung tinggi martabat bangsa. Sedangkan, Menurut Azayra (2017:14) angkutan wisata atau angkutan pariwisata adalah angkutan yang dilengkapi dengan tanda-tanda khusus untuk mengangkut wisatawan dari daerah asalnya menuju ke daerah tujuan wisata ataupun sebaliknya.

Dari pengertian angkutan wisata di atas, dapat disimpulkan pengertian dari angkutan wisata adalah angkutan yang tujuannya untuk mengangkut wisatawan yang biasanya pada angkutannya dilengkapi dengan tanda-tanda tertentu untuk membedakannya dari angkutan yang lain yang berfungsi untuk memindahkan wisatawan dari daerah asalnya menuju ke daerah tujuan wisata dan sebaliknya.

2.6 Kerangka Berpikir

Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa layanan transportasi *online* Grab (*GrabCar*) adalah faktor yang dapat menggerakkan dan membuat ketertarikan wisatawan Amanzi *Water Park* untuk menggunakan transportasi *online* Grab (*GrabCar*) sebagai angkutan wisata maka kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa layanan transportasi *online* Grab (*GrabCar*) tersebut akan dapat mempengaruhi keputusan wisatawan Amanzi *Water Park* untuk menggunakan transportasi *online* Grab (*GrabCar*) sebagai angkutan wisata.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Ketepatan Waktu Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan penelitian Ruswinda (2019: 44), ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Penataran. Kemudian, menurut Utomo (2018: 8) bahwa ketepatan waktu pelayanan penerbangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen Batik Air.

H_{01} : Tidak ada pengaruh antara ketepatan waktu pelayanan terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

H_{a1} : Ada pengaruh antara ketepatan waktu pelayanan terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

2. Akurasi Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan

Meinar (2018: 13) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa akurasi berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah pada mobile banking BNI di Surabaya. Sedangkan menurut Ardane (2017: 22) bahwa akurasi pelayanan menjadi salah satu faktor yang berkontribusi dominan dalam mempengaruhi kualitas pelayanan.

H_{02} : Tidak ada pengaruh antara akurasi pelayanan terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

H_{a2} : Ada pengaruh antara akurasi pelayanan terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

3. Kesopanan dan Keramahan Terhadap Keputusan Penggunaan

Menurut Gobel (2018: 181) kesopanan dan keramahan petugas merupakan sikap dan perilaku yang ditunjukkan oleh petugas dalam pemberian pelayanan kepada pelanggan atau masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati. Penelitian Kuingu (2013)

mengungkapkan bahwa kesopanan dan keramahan petugas mempengaruhi keputusan pembelian obat ulang pasien.

H₀₃ : Tidak ada pengaruh antara kesopanan dan keramahan pelayanan terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

H_{a3} : Ada pengaruh antara kesopanan dan keramahan pelayanan terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

4. Kemudahan Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan

Utomo (2018: 9) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kemudahan layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen Batik Air. Sedangkan menurut, Prihatini (2018: 61) bahwa kemudahan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

H₀₄ : Tidak ada pengaruh antara kemudahan pelayanan terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

H_{a4} : Ada pengaruh antara kemudahan pelayanan terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

5. Kenyamanan Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan penelitian Mahkota (2014: 5) bahwa kenyamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Kemudian, menurut Ruswinda (2018: 8) kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Penataran.

H₀₅ : Tidak ada pengaruh antara kenyamanan pelayanan terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

H_{a5} : Ada pengaruh antara kenyamanan pelayanan terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

6. Atribut Pendukung Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan penelitian Ardane (2017: 22) bahwa atribut pendukung merupakan faktor yang berkontribusi dominan besar dalam mempengaruhi kualitas pelayanan wisatawan pengguna jasa penyebrangan *Scoot Fast Cruises* di Bali. Sedangkan menurut Kristanto (2019: 14) mengungkapkan bahwa fasilitas atau atribut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Semakin lengkap dan tersedia fasilitas yang ada maka akan semakin meningkatkan konsumen untuk menginap.

H_{06} : Tidak ada pengaruh antara atribut pendukung pelayanan terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

H_{a6} : Ada pengaruh antara atribut pendukung pelayanan terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

7. Ketepatan Waktu, Akurasi, Kesopanan Dan Keramahan, Kemudahan, Kenyamanan Dan Atribut Pendukung Terhadap Keputusan Penggunaan

Ketepatan waktu menurut Nuriyanto (2018: 436) mengandung arti bahwa pelaksanaan pelayanan di masyarakat dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan. Menurut Undang-undang Nomor 25 tahun 2009 tentang pelayanan publik, ketepatan waktu adalah target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh penyelenggara pelayanan.

Akurasi pelayanan menurut Tjiptono dalam Hardiyansyah (2018: 55) adalah pelayanan yang diberikan harus valid dan reliabel serta harus bebas dari kesalahan. Akurasi dalam memberikan pelayanan yang dimaksud yakni melakukan pelayanan kepada pelanggan terbebas dari kekeliruan-kekeliruan (Purwadi, 2019). Apabila pelayanan yang diberikan akurat maka tidak akan menimbulkan masalah dan kekecewaan bagi pelanggan karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diinginkan.

Citra pelayanan dari sebuah industry jasa sangat ditentukan oleh orang-orang dari perusahaan yang berada di garis depan dalam melayani langsung pelanggan, sehingga petugas pelayanan haruslah bersikap sopan dan ramah Ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan. Menurut Yunevy Menurut KEP/25/MEN.PAN/2004 kesopanan dan keramahan petugas adalah sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati.

Kemudahan mendapatkan pelayanan adalah akses yang tidak berbelit-belit dengan alur pelayanan yang jelas serta tidak membedakan pelayanan berdasarkan status (Gobel, 2017: 183). Kemudahan mendapatkan pelayanan berkaitan dengan banyaknya petugas pelayanan dan kelengkapan fasilitas, maka semakin banyak petugas pelayanan dan semakin lengkap fasilitas yang ada maka akan semakin mudah pula bagi pelanggan dalam mendapatkan pelayanan.

Kenyamanan menurut Utama (2015: 15) adalah suatu perasaan dari nyaan hingga paling tidak nyaman yang berdasarkan dari persepsi masing-masing individu yang biasanya berbeda untuk hasil setiap individunya. Kenyamanan mendapatkan pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, ketersediaan informasi dan lain sebagainya. Seorang petugas pelayanan harusnya bisa membuat lokasi, ruangan pelayanan dan ketersediaan informasi dengan baik agar dapat membuat pelanggan merasa nyaman.

Atribut pendukung pelayanan yang baik dapat menunjang pemberian pelayanan terhadap pelanggan. Atribut pendukung pelayanan yang baik yakni menyangkut sarana dan prasarana yang ada lengkap dan memadai (Gobel, 2017: 182). Atribut pendukung pelayanan dapat berupa ruang tunggu yang sejuk, kebersihan dan lain sebagainya.

H_0 : Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan (ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan pelayanan, kemudahan pelayanan, kenyamanan pelayanan dan atribut

pendukung pelayanan) terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

H_a : Ada pengaruh antara kualitas pelayanan (ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan pelayanan, kemudahan pelayanan, kenyamanan pelayanan dan atribut pendukung pelayanan) terhadap keputusan penggunaan *GrabCar* ke objek Wisata Amanzi *Water Park*.

2.8 Penelitian Terdahulu

Beberapa peneliti sudah melakukan penelitian mengenai tingkat pelayanan transportasi sebagai salah satu angkutan wisata dengan objek yang berbeda. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu berupa jurnal-jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul dan Tahun	Peneliti	Variabel penelitian	Teknik analisis	Hasil	Research Gap
1	Analisis Pengaruh Harga, Persepsi Ukuran, Persepsi Reputasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Menggunakan Transportasi Online (Studi Kasus : GO-JEK Indonesia) (2018)	Muh. Edo Aprillia Andilala, Fitra A. Bachtiar. Mochamad Chandra Saputra	Independen: 1.Harga 2. Persepsi Ukuran 3.Persepsi Reputasi 4. Kualitas Layanan Dependen: Kepercayaan Konsumen	Uji Asumsi Klasik Dan Analisis Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan harga dan persepsi reputasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Sedangkan persepsi ukuran dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepercayaan.	Persamaan: Variabel Independen Kualitas Layanan Dan Teknik Analisis Yang Digunakan. Perbedaan: Objek Penelitian Dan Subjek Penelitian Serta Periode Pengamatan Penelitian.
2	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Grab (2020)	Siska Farenzia dan Raymond	Independen: 1.Kualitas Pelayanan 2.Citra Merek 3.Promosi Dependen: 1.Keputusan Pembelian	Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Dan Analisis Linear Berganda	Dari hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi online Grab, sedangkan variabel citra merek berpengaruh positif tetapi tidak	Persamaan: Variabel Independen Kualitas Pelayanan, Teknik Analisis (Uji Asumsi Klasik Dan Regresi Linear Berganda) Yang Digunakan, Variabel Dependen Keputusan Penggunaan/Pembelian Dan Objek Penelitian Yang Digunakan.

					signiikan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi online Grab. Kemudian, variabel kualitas pelayanan, citra merek dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa transportasi online Grab.	Perbedaan: Subjek Penelitian, Periode Pengamatan Penelitian, Dan Dimensi Variabel Independen Kualitas Pelayanan Yang Digunakan.
3	Analisis Kualitas Pelayanan Di Kantor Kelurahan Padasuka Kecamatan Cimenyam Kabupaten Bandung (2019)	Purwadi	Independen: 1.Kualitas Pelayanan	Analisis data secara induktif dengan 3 informan pejabat kelurahan padasuka dan masyarakat sebagai sumber utama	<p>pelayanan di kantor kelurahan padasuka secara keseluruhan belum berkualitas, hal ini dilihat dari beberapa aspek yakni :</p> <p>a. Ketepatan waktu pelayanan yang meliputi waktu tunggu.</p> <p>b. Akurasi pelayanan.</p> <p>c. Kemudahan dalam memberikan pelayanan yakni fasilitas pendukung seperti komputer yang masih kurang jumlahnya.</p> <p>d.Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan yang berkaitan dengan tempat pelayanan, tempat parkir,</p>	<p>Persamaan: Variabel Independen Kualitas Pelayanan , Dimensi Variabel Kualitas Pelayanan Yang Digunakan</p> <p>Perbedaan: analisis data yang digunakan, objek penelitian, Subjek Penelitian, Dan Periode Pengamatan.</p>

					<p>ketersediaan informasi dan lain-lain.</p> <p>e. Atribut pendukung lainnya, seperti ruang tunggu yang ber-AC.</p>	
4	<p>Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Ride Dalam Aplikasi Gojek Di Kota Magelang) (2019)</p>	<p>Diah Nissa Prihatini</p>	<p>Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kepercayaan Kemudahan Harga Kualitas Pelayanan <p>Dependen:</p> <ol style="list-style-type: none"> Keputusan Penggunaan 	<p>Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linear Berganda</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kepercayaan, kemudahan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online.</p>	<p>Persamaan: Variabel Independen Kualitas Pelayanan, Teknik Analisis Yang Digunakan Dan Variabel Dependen Keputusan Penggunaan/Pembelian.</p> <p>Perbedaan: Dimensi Variabel Independen Kualitas Pelayanan Yang Digunakan, Objek Penelitian, Subjek Penelitian, Dan Periode Pengamatan.</p>
5	<p>Pengaruh Tarif Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Go-Ride (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Ride</p>	<p>Rina Suci Wulandari</p>	<p>Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> Tarif Kualitas Pelayanan <p>Dependen:</p> <ol style="list-style-type: none"> Keputusan Penggunaan 	<p>Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linier Sederhana, Analisis Regresi</p>	<p>Variabel tarif dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Namun variabel yang memberikan sumbangan terbesar untuk keputusan</p>	<p>Persamaan: Variabel Independen Kualitas Pelayanan, Variabel Dependen Keputusan Penggunaan/Pembelian,</p>

	Di Kota Tangerang Selatan) (2018)			Linier Berganda, Dan Uji Signifikansi (Uji T Dan Uji F)	penggunaan adalah variabel kualitas pelayanan.	Teknik Analisis Yang Digunakan. Perbedaan: Objek Penelitian, Subjek Penelitian, Dan Periode Pengamatan Yang Digunakan.
6	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada Scoot Fast Cruises Di Bali (2017)	Nengah Ardane, Ni Made Sofia Wijaya, Luh Gede Leli Kusuma Dewi	Independen: 1.Kualitas Pelayanan	Analisis factor, uji validitas, dan uji reliabilitas	Berdasarkan hasil analisis faktor menunjukkan bahwa faktor Kelengkapan Fasilitas dan kemudahan mendapatkan pelayanan memiliki nilai variance yang paling besar diantara faktor-faktor lainnya yaitu dengan nilai eigen value sebesar 7,390 sehingga faktor Kelengkapan Fasilitas dan Kemudahan Mendapatkan Pelayanan merupakan faktor yang berkontribusi dominan besar dalam mempengaruhi kualitas pelayanan wisatawan pengguna jasa penyebrangan Scoot Fast Cruises di Bali	Persamaan: Variabel Independen Kualitas Pelayanan, dimensi variable kualitas pelayanan yang digunakan. Perbedaan: objek penelitian, Subjek Penelitian, Periode Pengamatan, Dan Teknik Analisis Yang Digunakan.

