

Hubungan Kelayakan Kendaraan Sepeda Motor Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Muhammad Fhareza Deri^{1*}, Annio Indah Lestari Nasution², dan Juliana Nasution³
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, Medan, Indonesia

Email Address:

*sujakreza@gmail.com**, *annio.indahlestari@uinsu.ac.id*, *juliananasution@uinsu.ac.id*

*Corresponding Author

Submitted 12-05-2025 Reviewed 22-07-2025 Revised 23-07-2025 Accepted 28-07-2025 Published 05-08-2025

Abstract: This study aims to analyze the relationship between motorcycle roadworthiness and service quality on the level of satisfaction of inDrive online motorcycle taxi users in Medan. In the midst of the advancement of the digital era, online transportation services such as inDrive have become a vital element in supporting urban mobility. Customer satisfaction is a crucial aspect for service providers in maintaining sustainability and driving business growth. A quantitative approach with a cross-sectional research design was used in this study, involving 96 participants who have used inDrive services in Medan. The research findings show that both aspects of vehicle roadworthiness and service quality have a significant relationship with customer satisfaction. Based on these results, it is recommended that inDrive pay more attention to regular vehicle maintenance to enhance the user experience, improve driver service quality, and listen to customer feedback. These steps are expected to increase customer satisfaction, strengthen loyalty, and ultimately, expand inDrive's market share amidst increasingly fierce industry competition.

Keywords: Vehicle Feasibility; Service Quality; Customer Satisfaction; inDrive Online Ojek.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterkaitan antara kondisi kelayakan sepeda motor dan mutu pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa ojek online inDrive di wilayah Kota Medan. Di tengah kemajuan era digital, layanan transportasi daring seperti inDrive telah menjadi elemen vital dalam menunjang mobilitas masyarakat perkotaan. Tingkat kepuasan pelanggan menjadi aspek krusial bagi penyedia layanan dalam menjaga keberlangsungan serta mendorong pertumbuhan usaha. Pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian potong lintang (cross-sectional) digunakan dalam studi ini, melibatkan 96 partisipan yang telah menggunakan layanan inDrive di Medan. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa baik aspek kelayakan kendaraan maupun kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar pihak inDrive lebih memperhatikan aspek pemeliharaan kendaraan secara berkala guna meningkatkan pengalaman pengguna, peningkatan kualitas pelayanan pengemudi, serta mendengarkan umpan balik dari konsumen. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, memperkuat loyalitas, dan pada akhirnya, memperluas pangsa pasar inDrive di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

Kata Kunci: Kelayakan Kendaraan; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen; Ojek Online inDrive.

PENDAHULUAN

Di tengah laju globalisasi yang kian meningkat, kemajuan teknologi telah menjelma menjadi kebutuhan esensial bagi perusahaan di berbagai bidang industri, tak terkecuali dalam sektor transportasi. Inovasi teknologi menjadi salah satu kunci utama bagi perusahaan transportasi untuk bersaing di pasar yang persaingan di sektor ini pun semakin ketat, sebagaimana tercermin dari bertambahnya jumlah perusahaan transportasi yang bermunculan yang mengembangkan layanan berbasis aplikasi digital guna memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mobilitas

sehari-hari. Salah satu bentuk nyata dari perkembangan teknologi di bidang transportasi adalah hadirnya layanan transportasi berbasis aplikasi, seperti ojek online, yang kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat urban.

Konsumen tidak hanya mengutamakan kemudahan dalam memesan layanan, tetapi juga mengharapkan kenyamanan dan kualitas pelayanan yang memuaskan. Data dari (Sempurno et al., 2022) menunjukkan bahwa kenyamanan kendaraan dan layanan pelanggan menjadi faktor kunci dalam memengaruhi kepuasan konsumen. Namun, masih banyak keluhan yang muncul dari pengguna terkait kondisi kendaraan yang kurang terawat serta sikap pengemudi yang tidak profesional, seperti terlambat menjemput atau berkomunikasi dengan kurang sopan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun inovasi teknologi terus berkembang, penyedia layanan masih perlu memperbaiki aspek pelayanan untuk memenuhi ekspektasi konsumen.

Di tengah kemajuan teknologi tersebut, persaingan di antara penyedia layanan transportasi terus memuncak, sehingga setiap perusahaan berupaya meluncurkan inovasi baru untuk mempertahankan daya saing, guna menarik minat konsumen dan memperluas pangsa pasar mereka. Namun, secanggih apapun teknologi yang diterapkan, jika tidak diimbangi dengan strategi pemasaran yang efektif dan pelayanan yang prima, maka perusahaan akan kesulitan dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Konsumen masa kini tidak hanya mencari kemudahan dalam memesan layanan transportasi, tetapi juga mengharapkan kualitas pelayanan yang mampu memberikan rasa aman, nyaman, dan memuaskan sepanjang perjalanan mereka. Dengan demikian, mutu pelayanan menjadi faktor strategis yang harus mendapatkan perhatian serius dari setiap penyedia jasa transportasi.

Menurut (Sempurno et al., 2022), terdapat beberapa aspek penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam layanan transportasi, antara lain kenyamanan (comfort) dan layanan pelanggan (customer service). Aspek kenyamanan dalam konteks transportasi ojek online tidak hanya berkaitan dengan kebersihan kendaraan, tetapi juga menyangkut kelayakan kendaraan secara keseluruhan, termasuk kondisi mesin, kelengkapan alat keselamatan, dan kenyamanan tempat duduk. Kendaraan yang tidak layak atau dalam kondisi kotor dapat menurunkan persepsi konsumen terhadap keamanan dan kenyamanan layanan, sehingga berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Tjiptono, 2024). Di sisi lain, kualitas pelayanan pengemudi juga memiliki peran yang sangat signifikan. Sikap pengemudi, keramahan dalam berinteraksi, ketepatan waktu, serta komunikasi yang efektif merupakan bagian dari kualitas pelayanan yang dapat membentuk pengalaman positif konsumen (Zeithaml et al., 2023).

Fenomena ini semakin relevan dalam konteks layanan ojek online di Indonesia. Konsumen tidak hanya menilai layanan berdasarkan tarif yang terjangkau atau estimasi waktu tempuh yang efisien, tetapi juga memperhatikan bagaimana pengemudi memperlakukan mereka selama perjalanan, serta kondisi kendaraan yang digunakan. Sering kali dijumpai berbagai keluhan dari pengguna ojek online terkait kendaraan yang kurang terawat, motor yang kotor atau tidak nyaman, hingga pengemudi yang bersikap tidak profesional, seperti terlambat menjemput, tidak ramah, atau berkomunikasi secara kurang sopan. Keluhan-keluhan Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat elemen pelayanan yang masih memerlukan perbaikan oleh penyedia layanan ojek online, agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen secara optimal.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah membahas berkaitan dengan berbagai variabel yang memengaruhi persepsi kepuasan pengguna terhadap layanan transportasi,

namun masih terdapat kesenjangan penelitian dalam mengkaji pengaruh kelayakan fisik kendaraan dan kualitas pelayanan secara bersamaan, khususnya dalam layanan ojek online di Indonesia. Padahal, kedua aspek tersebut memiliki keterkaitan erat dalam membentuk persepsi dan pengalaman konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengetahui sejauh mana kelayakan kendaraan dan kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pengguna layanan ojek online, khususnya pada layanan Indrive. Penelitian ini akan memfokuskan kajian pada dua variabel utama, yaitu kelayakan kendaraan yang meliputi kondisi fisik kendaraan, kebersihan, dan kenyamanan, serta kualitas pelayanan yang meliputi sikap, keramahan, kecepatan pelayanan, dan komunikasi pengemudi. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai determinan utama dari kepuasan konsumen, sekaligus memberikan rekomendasi strategis bagi penyedia layanan ojek online dalam meningkatkan standar pelayanan mereka di masa yang akan datang.

Kebaruan dari artikel ini terletak pada pendekatannya yang menggabungkan analisis kelayakan kendaraan dan kualitas pelayanan secara bersamaan, sebuah aspek yang sering kali diteliti secara terpisah dalam studi-studi sebelumnya. Dengan fokus pada konteks Indonesia, Penelitian ini tidak sebatas mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna, melainkan juga menawarkan strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan ojek online guna meningkatkan mutu pelayanan mereka. Pendekatan holistik ini menjadikan penelitian berbeda dari yang sudah ada karena menawarkan wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika pasar lokal serta solusi yang dapat langsung diaplikasikan oleh industri. Dengan demikian, artikel ini memberikan kontribusi penting dalam memahami cara mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan yang semakin sengit dalam era digital (Syarifudin & Amri, 2021).

KAJIAN TEORI

Penelitian ini mengacu pada sejumlah teori yang relevan guna menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang berkaitan dengan aspek kelayakan kendaraan, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dalam konteks layanan transportasi daring seperti inDrive. (Hendrawan et al., 2021) Salah satu teori yang digunakan adalah Teori Pelayanan Publik Modern, yang menekankan pentingnya kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan pengguna jasa. Dalam konteks artikel, teori ini mendasari pemahaman bahwa kelayakan kendaraan dan kualitas pelayanan adalah dua aspek yang harus dipenuhi untuk mencapai standar pelayanan yang baik. (Kotler, 2003) Prinsip pelayanan prima (service excellence) yang diusung dalam teori ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat dicapai melalui pelayanan yang memenuhi standar keselamatan, kenyamanan, dan keandalan. Selain itu, Teori Kepuasan Pelanggan juga diterapkan, yang menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dan kenyataan layanan yang diterima. Dalam artikel ini, Tingkat kepuasan konsumen dievaluasi berdasarkan sejauh mana kelayakan kendaraan serta mutu pelayanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Ketika layanan yang diberikan melampaui ekspektasi, maka kepuasan akan tercapai; namun apabila layanan tidak memenuhi harapan, maka kemungkinan besar akan timbul rasa ketidakpuasan.

Menurut (Kotler, 2003) Teori Kualitas Layanan juga relevan, karena mengidentifikasi dimensi-dimensi penting seperti kecepatan, keramahan, dan responsivitas. Kualitas

pelayanan driver (KPD) mencakup perilaku dan interaksi pengemudi dengan konsumen, yang merupakan bagian integral dari pengalaman pengguna. Kaitan antara teori-teori tersebut dengan variabel dan topik artikel ini sangat erat, di mana kelayakan kendaraan (KKD) dan kualitas pelayanan (KPD) berfungsi sebagai variabel independen yang mempengaruhi kepuasan konsumen inDrive (KKID) sebagai variabel dependen. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen, tetapi juga memberikan landasan teoritis yang kuat untuk memahami hubungan antara kelayakan kendaraan, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dalam konteks layanan transportasi daring. Teori-teori ini membantu menjelaskan mengapa kedua aspek tersebut penting dan bagaimana mereka saling berinteraksi untuk menciptakan pengalaman pengguna yang optimal.

Kelayakan Kendaraan. Kelayakan Kendaraan merupakan salah satu aspek fundamental dalam menjamin keselamatan dan kenyamanan di sektor transportasi darat, termasuk dalam layanan transportasi berbasis aplikasi seperti ojek online. Secara konseptual, kelayakan kendaraan merujuk pada kondisi teknis dan fisik kendaraan yang memenuhi standar operasional minimum untuk dapat digunakan di jalan raya secara aman, efisien, dan ramah lingkungan. Aspek ini menjadi perhatian penting dalam kebijakan transportasi nasional, Mengacu pada ketentuan dalam Undang-Undang No. 22 Tahun 2009 mengenai Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, setiap kendaraan bermotor wajib menjalani uji kelayakan secara rutin paling sedikit dua kali dalam setahun, guna memastikan kondisi kendaraan tetap sesuai dengan standar keselamatan dan laik jalan.

Pengujian kendaraan bermotor tidak hanya ditujukan untuk menjaga standar teknis kendaraan, tetapi juga merupakan instrumen preventif dalam Langkah ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap penurunan angka kecelakaan lalu lintas. Menurut laporan World Health Organization (WHO), kecelakaan di jalan raya menyebabkan satu kematian setiap 24 detik, dengan estimasi jumlah korban jiwa mencapai 1,3 juta orang setiap tahunnya (Sofyan, 2022; Santen, 2022). Angka ini menggambarkan urgensi peningkatan standar kelayakan kendaraan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Sebagai respon atas krisis keselamatan jalan tersebut, WHO melalui inisiatif Decade of Action for Road Safety, menyerukan aksi kolektif dari pemerintah dan berbagai sektor terkait Guna membangun sinergi dalam menurunkan tingkat kecelakaan lalu lintas, salah satunya dengan memastikan bahwa kendaraan yang beroperasi di jalan benar-benar memenuhi standar keselamatan (Unga dkk., 2022).

Dalam konteks layanan transportasi daring, seperti ojek online inDrive, kelayakan kendaraan Menjadi faktor signifikan yang turut menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, kelayakan kendaraan tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis kendaraan itu sendiri, tetapi juga menyangkut pengalaman berkendara secara keseluruhan. Secara spesifik, kelayakan kendaraan sepeda motor dalam layanan ojek online mencakup beberapa indikator penting, antara lain: (1) Kondisi fisik kendaraan, seperti mesin, sistem rem, ban, lampu penerangan, dan kebersihan unit kendaraan secara keseluruhan, yang dapat mempengaruhi rasa aman dan nyaman pelanggan; (2) Kegiatan perawatan rutin, yang menjadi indikator penting untuk memastikan kendaraan tetap dalam kondisi optimal dan minim risiko gangguan teknis di jalan; serta (3) Aspek keselamatan tambahan, seperti tersedianya helm cadangan yang layak bagi penumpang, sebagai bentuk pelayanan keselamatan yang mendasar.

Menurut (Afiana, 2023), keterhubungan antara kelayakan kendaraan dengan kepuasan konsumen pada layanan ojek online seperti inDrive dapat dilihat dari beberapa dimensi

penting. Pertama, rasa aman dan nyaman yang dirasakan pelanggan ketika menggunakan kendaraan yang terawat baik akan meningkatkan persepsi positif terhadap layanan yang diterima. Kedua, tingkat kepercayaan pelanggan terhadap penyedia layanan juga meningkat seiring dengan kualitas kendaraan yang digunakan pengemudi. Kendaraan yang layak tidak hanya menciptakan rasa aman, tetapi juga meningkatkan kredibilitas dan profesionalitas perusahaan di mata pelanggan. Ketiga, pengalaman perjalanan secara keseluruhan menjadi lebih baik ketika kendaraan dalam kondisi optimal, sedangkan kendaraan yang tidak layak dapat menimbulkan keterlambatan, gangguan teknis, atau ketidaknyamanan lainnya yang berdampak negatif pada kepuasan pelanggan.

Lebih jauh, pentingnya menjaga kelayakan kendaraan ini juga sejalan dengan tuntutan peningkatan kualitas layanan publik di sektor transportasi, sebagaimana dijelaskan dalam teori pelayanan publik modern. Menurut prinsip pelayanan prima (*service excellence*), kepuasan pengguna jasa transportasi dapat dicapai melalui pelayanan yang memenuhi standar keselamatan, kenyamanan, dan keandalan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kelayakan kendaraan bukan sekadar kewajiban teknis semata, melainkan juga bagian dari strategi membangun pengalaman pelanggan yang positif, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan loyalitas dan reputasi layanan transportasi daring seperti *inDrive*.

Oleh karena itu, penerapan standar kelayakan kendaraan yang ketat, didukung oleh sistem pengawasan rutin dan evaluasi berkala, menjadi kunci utama dalam meningkatkan keselamatan lalu lintas sekaligus meningkatkan kepuasan konsumen di sektor transportasi online. Kesadaran ini harus diinternalisasikan oleh perusahaan penyedia layanan, termasuk mitra pengemudi, sebagai bagian dari tanggung jawab kolektif dalam menciptakan layanan transportasi yang tidak hanya efisien, tetapi juga aman, nyaman, dan berkualitas.

Kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan elemen fundamental dalam membentuk kepuasan konsumen, khususnya dalam sektor jasa seperti layanan transportasi berbasis aplikasi. Kualitas layanan tidak hanya berperan sebagai faktor utama dalam menjalin hubungan harmonis antara penyedia jasa dan pelanggan, tetapi juga menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan usaha di tengah intensitas persaingan pasar yang semakin tinggi. Seiring meningkatnya kesadaran dan ketelitian konsumen dalam menentukan pilihan penyedia layanan, perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang tidak sekadar memenuhi standar minimum, melainkan juga mampu menjawab ekspektasi pelanggan secara maksimal. Sebagaimana dinyatakan oleh Aprileny et al. (2022), pelayanan yang berkualitas akan menghasilkan pengalaman positif bagi pelanggan, yang selanjutnya berpotensi meningkatkan loyalitas melalui pembelian ulang serta rekomendasi kepada calon pengguna lainnya.

Dalam konteks transportasi daring seperti layanan ojek online *inDrive*, kualitas pelayanan mencakup berbagai dimensi penting, antara lain: kecepatan pelayanan, keramahan pengemudi, ketepatan waktu, responsivitas, hingga kemudahan komunikasi antara pengemudi dan konsumen. Konsumen tidak hanya menilai layanan berdasarkan hasil akhir perjalanan, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana mereka diperlakukan selama proses pelayanan berlangsung. Oleh karena itu, Kualitas layanan diartikan sebagai serangkaian tindakan strategis yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengakomodasi keinginan dan kebutuhan pelanggan secara optimal, dengan cara penyampaian layanan yang sesuai standar dan kriteria yang berlaku, sebagaimana dijelaskan oleh (Dui et al., 2019). Dengan kata lain, kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan “apa” yang diberikan, tetapi juga “bagaimana” layanan tersebut disampaikan kepada konsumen.

Dalam praktiknya, pelanggan akan membandingkan layanan yang diterima dengan harapan awal mereka. Jika layanan yang diberikan perusahaan sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi mereka, maka kepuasan akan tercipta. Namun sebaliknya, jika pelayanan dianggap kurang optimal, maka pelanggan akan merasa kecewa dan cenderung beralih ke penyedia layanan lain. Dengan demikian, penting bagi perusahaan untuk menyadari bahwa pemenuhan kepuasan konsumen merupakan aspek strategis dalam pengelolaan layanan tidaklah cukup hanya dengan memenuhi standar layanan minimum, melainkan harus secara aktif berupaya mewujudkan layanan yang lebih responsif, personal, dan ramah terhadap kebutuhan pelanggan.

Lebih jauh, keberadaan teknologi digital di era saat ini semakin menuntut perusahaan untuk lebih adaptif dalam memahami permintaan dan kebutuhan konsumen. Aplikasi layanan transportasi seperti inDrive harus dapat memanfaatkan teknologi untuk mempermudah komunikasi antara pengemudi dan pelanggan, mempercepat proses pemesanan, serta menyederhanakan penyampaian layanan secara keseluruhan. Dengan memanfaatkan fitur rating dan sistem umpan balik secara real-time, perusahaan dapat mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengemudi secara terus-menerus, sekaligus melakukan perbaikan layanan secara proaktif.

Secara strategis, kualitas pelayanan bukan hanya menjadi alat untuk menciptakan kepuasan sesaat, tetapi juga menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan. Perusahaan yang mampu memberikan layanan berkualitas secara konsisten akan lebih mudah mempertahankan konsumennya dalam jangka panjang, serta mampu Untuk meraih keunggulan dalam dinamika pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa mutu pelayanan merupakan sebuah bentuk komitmen perusahaan dalam memberikan nilai tambah kepada pelanggan, melalui penyampaian layanan yang sesuai dengan standar, harapan, dan persepsi mereka. Oleh karena itu, penyedia layanan seperti inDrive harus menempatkan kualitas pelayanan sebagai prioritas utama dalam strategi bisnisnya, agar dapat bertahan dan berkembang di industri transportasi daring yang semakin dinamis.

Kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi salah satu indikator utama dalam mengukur sejauh mana keberhasilan suatu perusahaan dalam menyediakan produk atau jasa kepada pelanggannya. Secara teoritis, kepuasan konsumen dipahami sebagai hasil dari perbandingan antara ekspektasi pelanggan terhadap suatu layanan atau produk dengan realitas yang mereka alami. Ketika layanan atau produk yang diberikan mampu memenuhi, atau bahkan melampaui, harapan tersebut, maka kondisi kepuasan akan tercapai.. Sebaliknya, jika layanan yang diterima berada di bawah ekspektasi pelanggan, maka akan muncul rasa kecewa yang menandakan kegagalan perusahaan dalam menciptakan kepuasan. Kepuasan tidak hanya berkaitan dengan terpenuhinya kebutuhan dasar konsumen, tetapi juga dengan pengalaman emosional yang dirasakan selama proses menerima layanan.

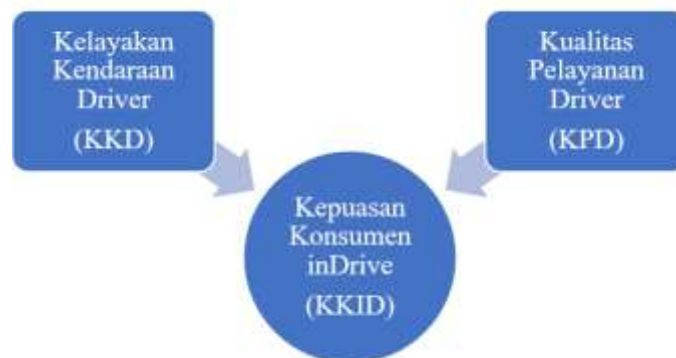
Menurut (Manalu, 2021), kepuasan konsumen Merupakan keadaan di mana perusahaan mampu memenuhi kebutuhan, keinginan, serta harapan pelanggan secara maksimal, sehingga berdampak pada munculnya perilaku positif seperti pembelian ulang atau loyalitas terhadap merek atau perusahaan tertentu. Pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki persepsi positif terhadap penyedia jasa, dan tidak jarang mereka menjadi agen promosi tidak langsung melalui penyampaian rekomendasi secara lisan kepada calon konsumen lainnya. Hal ini menjadikan kepuasan pelanggan sebagai faktor

strategis yang dapat mempengaruhi keberlanjutan dan pertumbuhan sebuah perusahaan, termasuk dalam industri layanan transportasi daring.

Dalam konteks layanan transportasi online seperti inDrive, kepuasan konsumen menjadi tolak ukur utama dalam mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan. Pengelola layanan transportasi harus mampu menjadikan tingkat kepuasan pelanggan sebagai acuan dalam menyusun strategi peningkatan layanan. Pelanggan yang memperoleh kepuasan dari penggunaan layanan cenderung memiliki intensi yang lebih tinggi untuk melakukan pemesanan ulang di masa mendatang dan memberikan penilaian positif di platform aplikasi. Sebaliknya, ketidakpuasan konsumen dapat berdampak negatif, tidak hanya dalam bentuk hilangnya pelanggan, tetapi juga dalam dampak reputasi, terutama di era digital di mana ulasan negatif dapat tersebar luas dan mempengaruhi persepsi calon pelanggan lainnya.

Kepuasan pelanggan tidak dapat dianggap sebagai sesuatu yang statis, melainkan harus dipantau dan ditingkatkan secara berkelanjutan, karena harapan dan kebutuhan konsumen cenderung berubah seiring perkembangan teknologi dan dinamika pasar. Oleh sebab itu, perusahaan seperti inDrive perlu secara aktif mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, kelayakan kendaraan, kenyamanan perjalanan, hingga harga layanan, untuk memastikan bahwa setiap aspek layanan dapat memberikan pengalaman yang optimal bagi konsumen.

Dengan demikian, kepuasan konsumen bukan hanya hasil dari interaksi langsung antara pelanggan dan perusahaan, melainkan juga refleksi dari kualitas layanan secara keseluruhan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memandang kepuasan konsumen sebagai elemen dalam strategi bisnis berkelanjutan, hal ini berpengaruh terhadap pembentukan loyalitas pelanggan, peningkatan daya saing perusahaan, serta ekspansi pasar di masa depan.



Gambar 1. Model Penelitian

Gambar 1 menggambarkan model penelitian yang Menguraikan keterkaitan antara dua variabel independen, yaitu kelayakan kendaraan driver (KKD) dan kualitas pelayanan driver (KPD), terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen inDrive (KKID). Dalam konteks penelitian ini, kelayakan kendaraan driver (KKD) merujuk pada kondisi fisik kendaraan yang digunakan oleh pengemudi inDrive, meliputi aspek kebersihan, kenyamanan, kelengkapan perlengkapan keselamatan, dan kelayakan fungsi kendaraan secara umum. Kelayakan kendaraan dianggap sebagai faktor penting yang mempengaruhi persepsi rasa aman dan nyaman konsumen selama perjalanan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi tingkat kepuasan mereka.

Sementara itu, kualitas pelayanan driver (KPD) mencakup perilaku dan interaksi pengemudi dalam memberikan layanan kepada konsumen. Aspek-aspek yang diperhatikan meliputi keramahan pengemudi, ketepatan waktu penjemputan dan pengantaran, kemampuan komunikasi yang baik, serta kesigapan pengemudi dalam menghadapi kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang profesional dan responsif dari pengemudi diharapkan mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

Kedua variabel dimaksud diduga memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan konsumen inDrive (KKID), yaitu tingkat Kepuasan yang dialami konsumen pasca penggunaan layanan transportasi online inDrive. Kepuasan konsumen menjadi indikator utama keberhasilan layanan yang diberikan, di mana semakin baik kondisi kendaraan dan pelayanan pengemudi, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen merasa puas. Gambar tersebut secara sederhana menggambarkan bahwa kelayakan kendaraan dan kualitas pelayanan tidak berdiri sendiri, melainkan secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap terciptanya kepuasan pelanggan inDrive di Kota Medan. Model ini dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi peningkatan layanan guna mempertahankan loyalitas pelanggan dan memenangkan persaingan di industri transportasi daring.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengukur variabel-variabel yang diteliti melalui pendekatan kuantitatif, dengan menerapkan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS), yang diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS (Hair et al., 2021). Variabel yang diukur terdiri dari kelayakan kendaraan (KKD), kualitas pelayanan (KPD), dan kepuasan konsumen (KKID). Kelayakan kendaraan diukur melalui beberapa indikator, termasuk kondisi fisik kendaraan, kebersihan, kelengkapan perlengkapan keselamatan, dan kelayakan fungsi kendaraan secara umum.

Indikator-indikator ini dievaluasi menggunakan Model pengukuran (outer model) digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk, di mana validitas konvergen dinilai melalui nilai outer loading, yang dianggap memenuhi syarat apabila nilainya melebihi 0,500. Sementara itu, validitas diskriminan diverifikasi dengan membandingkan akar kuadrat dari nilai Average Variance Extracted (AVE) terhadap korelasi antar konstruk laten, di mana AVE harus lebih tinggi dari korelasi antar variabel untuk memastikan diskriminasi yang memadai.

Kualitas pelayanan diukur melalui indikator perilaku pengemudi, keramahan, ketepatan waktu, responsivitas, dan kemudahan komunikasi antara pengemudi dan konsumen, dengan metode pengujian yang sama untuk validitas dan reliabilitas. Sementara itu, kepuasan konsumen diukur berdasarkan persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima, mencakup pengalaman emosional dan kepuasan secara keseluruhan. Setelah pengukuran, analisis Model struktural (inner model) digunakan untuk menguji hubungan kausal antar variabel laten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan mengacu pada nilai Cronbach's Alpha, ρ_A , dan Composite Reliability guna memastikan konsistensi internal konstruk. Sementara itu, pengujian hipotesis bertujuan untuk menilai pengaruh langsung antar variabel laten melalui analisis Direct Effect (Path Coefficient), dengan tingkat signifikansi ditentukan berdasarkan nilai P-Value. Suatu pengaruh dinyatakan signifikan apabila P-Value berada di bawah 0,050.

Berdasarkan uraian tersebut, pengukuran variabel dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis dan terstruktur, memastikan bahwa setiap aspek yang diukur dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai hubungan antara kelayakan kendaraan, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dalam layanan transportasi daring seperti inDrive.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan teknik analisis Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS), menggunakan perangkat lunak SmartPLS sebagai alat bantu pengolahan data. Structural Equation Modeling (SEM) sendiri merupakan metode analisis multivariat yang digunakan untuk menguji dan menganalisis hubungan kompleks antar variabel laten secara simultan (Kahpi et al., 2022).

Partial Least Square (PLS) merupakan bentuk dari Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Pendekatan ini dikembangkan sebagai alternatif dari SEM berbasis kovarian, dengan fokus utama pada estimasi varian. PLS terdiri dari dua bagian utama, yaitu model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model). Outer model digunakan untuk menentukan dan mengukur hubungan antara konstruk laten dan indikator-indikator yang merepresentasikannya. Sementara itu, inner model digunakan untuk menguji serta memprediksi hubungan kausalitas antar konstruk laten, yakni variabel yang tidak dapat diobservasi secara langsung.

Dalam pendekatan analisis Partial Least Square (PLS), proses pengujian dilakukan melalui dua komponen utama, yakni model pengukuran (measurement model/outer model) dan model struktural (structural model/inner model). Measurement Model atau Outer Model bertujuan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian. Uji pertama dalam measurement model adalah validitas konvergen, yang digunakan untuk memastikan bahwa setiap indikator yang digunakan mampu menjelaskan variabel laten yang diwakilinya. Suatu indikator dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai outer loading di atas 0,500 terhadap konstruk yang dituju. Semakin tinggi nilai *outer loading*, maka semakin kuat indikator tersebut dalam merepresentasikan konstruk yang diukur. Selain itu, validitas diskriminan juga dianalisis untuk memastikan bahwa setiap indikator hanya merefleksikan variabel laten tertentu dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lain. Validitas diskriminan dinyatakan memadai apabila akar kuadrat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE) melebihi nilai korelasi antar variabel laten, atau jika nilai AVE lebih besar dari 0,500. Kondisi ini mengindikasikan bahwa masing-masing indikator bersifat khas dan relevan dalam menggambarkan variabel laten yang dimaksud.

Selanjutnya, pada model struktural (*inner model*), pengujian difokuskan pada hubungan antar variabel laten. Salah satu komponen penting dalam evaluasi *inner model* adalah pengujian reliabilitas, yang bertujuan untuk menilai konsistensi dan stabilitas hasil pengukuran dari instrumen yang digunakan. Pengujian ini dilakukan dengan mengamati nilai *Cronbach's Alpha* dan ρ_A , yang keduanya berfungsi untuk memastikan bahwa indikator-indikator dalam suatu konstruk memberikan hasil yang andal dan konsisten dalam mengukur variabel laten yang dimaksud, di mana menurut (Vinzi et al., 2021), suatu konstruk dapat dikatakan cukup reliabel jika nilai kedua ukuran ini melebihi angka 0,300, meskipun hasil yang lebih optimal akan diperoleh jika nilainya di atas 0,700. Untuk memperkuat hasil reliabilitas, dilakukan pula pengujian Composite Reliability, di mana konstruk dikatakan reliabel apabila memiliki nilai di atas 0,700 (Sihombing et al., 2024).

Selain reliabilitas, structural model juga melibatkan Analisis *R Square* (R^2) digunakan untuk mengukur proporsi variasi pada variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel-

variabel eksogen dalam model. Nilai R^2 memberikan indikasi mengenai seberapa kuat model mampu menjelaskan hubungan antar konstruk. Selanjutnya, dilakukan pula penghitungan *F Square* (f^2) yang berfungsi untuk menilai besarnya kontribusi atau pengaruh suatu variabel laten terhadap variabel laten lainnya dalam model struktural.

Terakhir, dilakukan uji hipotesis Pengujian pengaruh langsung antar variabel laten dilakukan melalui analisis *Direct Effect* atau *Path Coefficient*, yang bertujuan untuk menentukan signifikansi statistik dari hubungan tersebut. Tingkat signifikansi ditentukan berdasarkan nilai *P-Value*, di mana suatu hubungan dianggap signifikan apabila *P-Value* berada di bawah 0,050. Sebaliknya, apabila *P-Value* melebihi angka tersebut, maka pengaruh tersebut tidak dianggap signifikan secara statistik. Melalui serangkaian tahapan dalam *measurement model* dan *structural model*, penelitian ini mampu mengevaluasi validitas, reliabilitas, serta kekuatan dan arah hubungan antar konstruk dalam model yang dikembangkan.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengguna layanan ojek online (inDrive) yang berdomisili di Kota Medan. Mengingat jumlah populasi secara pasti tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Cochran, yang umum digunakan dalam penelitian dengan populasi tak terbatas atau tidak diketahui secara pasti (Sugiyono, 2023):

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2} \dots\dots\dots (1)$$

Dalam menentukan besaran sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini, digunakan rumus perhitungan sederhana berdasarkan tingkat kepercayaan dan tingkat kesalahan yang ditetapkan. Keterangan dalam perhitungan ini meliputi beberapa variabel, yaitu n sebagai jumlah sampel yang dibutuhkan, Z^2 yang merupakan nilai dari tingkat kepercayaan (confidence level) sebesar 5 persen atau 1,960, p sebagai peluang benar sebesar 50 persen atau 0,500, dan q sebagai peluang salah yang juga sebesar 50 persen atau 0,500. Sementara itu, e adalah tingkat kesalahan (sampling error) yang dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10 persen atau 0,100.

Dengan memasukkan nilai-nilai tersebut ke dalam rumus perhitungan, maka jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dihitung dan diperoleh angka tertentu sebagai jumlah sampel yang representatif untuk mewakili populasi dalam penelitian ini.

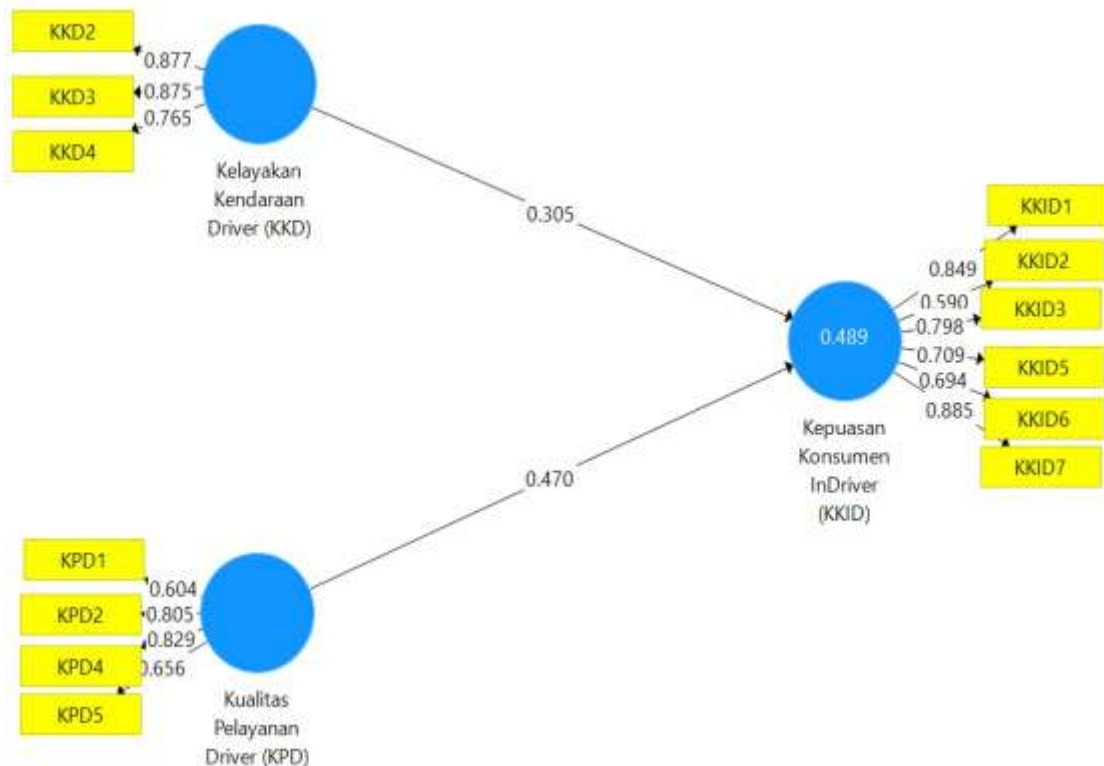
$$n = \frac{(1,960)^2(0,500)(0,500)}{(0,100)(0,100)} = 96,040 \dots\dots\dots (2)$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, ditetapkan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden yang merupakan pengguna layanan ojek online (inDrive) di Kota Medan. Analisis data dalam penelitian ini melibatkan uji univariat untuk mendeskripsikan karakteristik masing-masing variabel, serta uji bivariat yang dilakukan menggunakan uji chi-square guna mengidentifikasi adanya hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Pengujian ini dilakukan menggunakan SmartPLS.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity). Uji validitas konvergen merupakan salah satu tahap krusial dalam pengujian *measurement model*, yang bertujuan

untuk memastikan bahwa setiap indikator yang digunakan secara akurat merefleksikan konstruk atau variabel laten yang diukur. Validitas ini menilai sejauh mana indikator-indikator yang dirancang untuk mengukur konstruk yang sama benar-benar memiliki korelasi tinggi satu sama lain, sehingga menunjukkan bahwa mereka konsisten dalam merepresentasikan variabel tersebut. Dengan demikian, uji ini menjadi dasar dalam menilai keabsahan indikator sebagai alat ukur dalam model penelitian.



Gambar 2. Hasil Output SmartPLS Setelah Menghilangkan Indikator Yang Tidak Valid
 Sumber: Diolah

Gambar 2 merupakan visualisasi model struktural menggunakan metode Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menunjukkan keterkaitan antar variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian. Pada model ini terdapat dua variabel independen, yaitu Kelayakan Kendaraan (KKD) dan Kualitas Pelayanan (KPD), yang masing-masing diukur melalui beberapa indikator. Variabel Kelayakan Kendaraan (KKD) diukur oleh tiga indikator, yaitu KPD.2, KKD.3, dan KKD.4, dengan nilai outer loading sebesar 0,877; 0,875; dan 0,765. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan cukup valid dalam menjelaskan konstruk Kelayakan Kendaraan, karena umumnya nilai outer loading di atas 0,700 dianggap memenuhi syarat validitas. Sementara itu, variabel Kualitas Pelayanan (KPD) diukur menggunakan empat indikator, yaitu KPD.1, KPD.2, KPD.3, dan KPD.4, dengan nilai outer loading yang bervariasi dari 0,604 hingga 0,829. Meskipun dua indikator memiliki nilai loading di bawah 0,700, namun secara umum indikator tersebut masih dapat diterima jika model secara keseluruhan telah memenuhi kriteria evaluasi.

Variabel Kepuasan Pelanggan (KKID) sebagai variabel dependen diukur menggunakan tujuh indikator, dengan nilai outer loading yang bervariasi antara 0,590 hingga 0,885. Ini menunjukkan bahwa kontribusi indikator terhadap konstruk Kepuasan

Pelanggan tidak merata, namun sebagian besar indikator memiliki nilai validitas yang cukup baik. Dari hubungan antar variabel, terlihat bahwa Kelayakan Kendaraan (KKD) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (KKID) dengan nilai koefisien jalur (path coefficient) sebesar 0,305, sedangkan Kualitas Pelayanan (KPD) memiliki pengaruh lebih besar dengan nilai koefisien sebesar 0,470. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang lebih dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan dibandingkan Kelayakan Kendaraan. Selain itu, nilai R-Square (R^2) sebesar 0,489 pada variabel Kepuasan Pelanggan menunjukkan bahwa 48,900 persen variasi dalam Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam model ini, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang diteliti. Secara keseluruhan, model ini memberikan gambaran bahwa baik Kelayakan Kendaraan maupun Kualitas Pelayanan berkontribusi secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan Kualitas Pelayanan sebagai faktor yang paling berpengaruh.

Setelah mengeliminasi indikator-indikator yang tidak memenuhi kriteria validitas, seluruh indikator yang tersisa menunjukkan nilai *outer loading* di atas 0,500. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat *convergent validity*, sehingga dinyatakan valid dalam mengukur konstruk yang dimaksud.

Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity). Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity) merupakan tahapan krusial dalam pengujian *Measurement Model*, yang bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model bersifat khas dan tidak tumpang tindih satu sama lain. Validitas ini menguji sejauh mana indikator dari suatu variabel laten memiliki keterkaitan rendah dengan indikator dari konstruk lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap indikator secara spesifik merepresentasikan variabel yang dimaksud tanpa mencerminkan konstruk lainnya dalam model.

Pengujian validitas diskriminan dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan yang umum digunakan dalam analisis model pengukuran. Salah satu metode yang sering diterapkan adalah membandingkan akar kuadrat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE) suatu konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk. Validitas diskriminan dianggap terpenuhi apabila akar kuadrat AVE dari suatu variabel lebih tinggi daripada korelasi dengan konstruk lainnya. Di samping itu, nilai AVE itu sendiri harus melebihi angka 0,500, yang menunjukkan bahwa lebih dari setengah varians dari indikator-indikator yang digunakan dapat dijelaskan secara memadai oleh konstruk laten yang diwakilinya. Dengan demikian, indikator-indikator tersebut dianggap layak untuk menjelaskan variabel laten yang diukur.

Melalui uji validitas diskriminan, dapat dipastikan bahwa instrumen penelitian memiliki kualitas pengukuran yang baik dan dapat membedakan secara jelas antara satu variabel laten dengan variabel laten lainnya, sehingga hasil penelitian dapat dikatakan lebih akurat dan valid.

Tabel 1. Nilai Akar AVE (Fornell Larcker Criterion)

	Kelayakan Kendaraan (KKD)	Kepuasan Pelanggan (KKID)	Kualitas Pelayanan (KPD)
Kelayakan Kendaraan (KKD)	0,804		
Kepuasan Pelanggan (KKID)	0,593	0,761	
Kualitas Pelayanan (KPD)			

Kualitas Pelayanan (KPD)	0,614	0,657	0,730
--------------------------	-------	-------	-------

Sumber: Diolah

Tabel 1 menunjukkan hasil pengujian nilai akar AVE (Average Variance Extracted) menggunakan kriteria Fornell Larcker untuk mengukur validitas diskriminan dalam model penelitian. Validitas diskriminan berfungsi untuk menegaskan bahwa masing-masing konstruk dalam model memiliki karakteristik yang berbeda secara konseptual dan empiris, sehingga tidak terjadi tumpang tindih atau kesamaan makna antar konstruk yang diuji. Berdasarkan tabel tersebut, nilai akar AVE dari setiap variabel terletak pada diagonal tabel, yaitu kelayakan kendaraan (KKD) sebesar 0,804, kepuasan pelanggan (KKID) sebesar 0,761, dan kualitas pelayanan (KPD) sebesar 0,730. Menurut kriteria Fornell Larcker, Sebuah konstruk dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila nilai akar kuadrat dari Average Variance Extracted (\sqrt{AVE}) lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk lainnya dalam baris dan kolom yang sama pada matriks Fornell-Larcker. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk tersebut memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan indikator-indikatornya sendiri dibandingkan dengan indikator-indikator konstruk lain.

Dari tabel Berdasarkan hasil analisis, dapat diketahui bahwa nilai akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) pada ketiga variabel penelitian lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing variabel laten memiliki validitas diskriminan yang baik, serta indikator-indikator yang digunakan mampu merepresentasikan konstruknya secara spesifik tanpa tumpang tindih dengan konstruk lain, misalnya untuk variabel kelayakan kendaraan (0,804) lebih besar dari nilai korelasinya dengan kepuasan pelanggan (0,593) dan kualitas pelayanan (0,614). Fenomena serupa juga terlihat pada variabel kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang baik untuk membedakan dirinya dari konstruk lain, sehingga validitas diskriminan dalam model penelitian telah terpenuhi. Hal ini menandakan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan cukup valid untuk membedakan variabel laten yang diteliti, yakni kelayakan kendaraan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

Sebagai bagian dari pengujian validitas dalam model pengukuran, berikut ini disajikan Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang diperoleh dalam penelitian ini digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana indikator-indikator yang digunakan mampu secara valid menjelaskan konstruk atau variabel laten yang diukur. Oleh karena itu, penyajian nilai AVE menjadi krusial untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian telah memenuhi persyaratan validitas konvergen yang diperlukan. Berikut ini disajikan nilai AVE dari variabel-variabel dalam penelitian ini:

Tabel 2. Nilai AVE

	Average Variance Extracted (AVE)
Kelayakan Kendaraan (KKD)	0,707
Kepuasan Pelanggan (KKID)	0,579
Kualitas Pelayanan (KPD)	0,533

Sumber: Diolah

Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian Average Variance Extracted (AVE) yang ditampilkan, diperoleh bahwa nilai AVE untuk variabel Kelayakan Kendaraan (KKD) adalah sebesar 0,707, untuk variabel Kepuasan Pelanggan (KKID) sebesar 0,579, dan untuk variabel Kualitas Pelayanan (KPD) sebesar 0,533. Nilai AVE ini digunakan untuk menilai validitas konvergen, yaitu sejauh mana indikator-indikator pada masing-masing konstruk mampu menjelaskan variabel laten yang diukur.

Secara umum, suatu konstruk dikatakan memenuhi validitas konvergen apabila nilai AVE yang diperoleh lebih besar dari 0,500. Dalam hal ini, ketiga variabel penelitian telah memenuhi kriteria tersebut. Nilai AVE sebesar 0,707 pada variabel Kelayakan Kendaraan menunjukkan bahwa lebih dari 70 persen variabilitas indikator-indikator dalam konstruk tersebut dapat dijelaskan oleh variabel laten, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator pada konstruk Kelayakan Kendaraan sangat baik dalam menggambarkan variabel tersebut. Sementara itu, nilai AVE pada variabel Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan, masing-masing sebesar 0,579 dan 0,533, juga telah memenuhi kriteria minimal 0,500 yang menunjukkan bahwa kedua konstruk tersebut cukup baik dalam menjelaskan variabel laten mereka masing-masing.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini secara menyeluruh telah memenuhi syarat validitas konvergen. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan layak dan dapat dipercaya untuk mengukur hubungan antara variabel Kelayakan Kendaraan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan pada layanan ojek online inDrive.

Setelah model yang diestimasi memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas pada *Outer Model*, tahap berikutnya dalam analisis menggunakan Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) adalah pengujian *Structural Model* atau yang dikenal juga sebagai *Inner Model*. Pengujian ini bertujuan untuk menilai hubungan kausal antar variabel laten dalam model, khususnya untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti. Melalui analisis *Structural Model*, dapat dipahami kekuatan serta arah hubungan antar konstruk, sekaligus mengukur kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Evaluasi inner model ini menjadi dasar penting untuk menarik kesimpulan mengenai hubungan kausal yang terdapat dalam model penelitian.

Tabel 3. Hasil dari Cronbach's Alpha, rho_a, dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Kelayakan Kendaraan (KKD)	0,795	0,831	0,878
Kepuasan Pelanggan (KKID)	0,852	0,879	0,890
Kualitas Pelayanan (KPD)	0,740	0,743	0,818

Sumber: Diolah

Berdasarkan **Tabel 3**, hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha, rho_A, dan Composite Reliability menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi standar reliabilitas yang memadai. Pengujian reliabilitas ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk atau variabel laten yang digunakan memiliki konsistensi internal yang cukup dalam mengukur konsep yang dimaksudkan.

Pada konstruk Kelayakan Kendaraan (KKD) diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,795, rho_A sebesar 0,831, dan Composite Reliability sebesar 0,878. Ketiga nilai

tersebut berada di atas ambang batas minimum 0,700 yang menunjukkan bahwa indikator-indikator pada konstruk ini konsisten dan reliabel dalam menjelaskan variabel laten.

Untuk konstruk Kepuasan Pelanggan (KKID), diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,852, rho_A sebesar 0,879, dan Composite Reliability sebesar 0,890. Nilai ini menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat baik, karena seluruh nilai di atas 0,800, sehingga dapat dikatakan bahwa konstruk Kepuasan Pelanggan memiliki konsistensi yang sangat tinggi dalam pengukurannya.

Sementara pada konstruk Kualitas Pelayanan (KPD), nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,740, rho_A sebesar 0,743, dan Composite Reliability sebesar 0,818 juga menunjukkan hasil yang baik. Walaupun nilainya sedikit lebih rendah dibandingkan konstruk lainnya, namun tetap memenuhi standar minimum reliabilitas, sehingga konstruk ini dapat dipercaya untuk digunakan dalam analisis.

Secara keseluruhan, hasil pengujian reliabilitas ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian, yaitu Kelayakan Kendaraan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan, memiliki instrumen pengukuran yang reliabel dan dapat diandalkan. Dengan demikian, data yang dikumpulkan dari responden dipastikan stabil dan konsisten dalam menjelaskan hubungan antar variabel dalam model penelitian ini.

R-Square. Menurut Binus (2021), nilai *R-Square* diklasifikasikan sebagai substansial atau kuat apabila berada di atas 0,670, termasuk dalam kategori moderat jika nilainya berada antara 0,330 hingga kurang dari 0,670, serta dianggap lemah atau kecil apabila berada di rentang 0,190 hingga kurang dari 0,330:

Tabel 4. Hasil dari R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pelanggan (KKID)	0,489	0,482

Sumber: Diolah

Berdasarkan **Tabel 4**, nilai *R-Square Adjusted* yang diperoleh adalah sebesar 0,482. Angka ini mengindikasikan bahwa variabel Kelayakan Kendaraan (KKD) dan Kualitas Pelayanan (KPD) secara bersama-sama mampu menjelaskan 48,20 persen variasi pada variabel Kepuasan Pelanggan (KKID). Dengan kata lain, hampir setengah dari perubahan yang terjadi pada kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas tersebut, sedangkan sisanya sebesar 51,80 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Jika mengacu pada kriteria interpretasi nilai R-Square, maka nilai 0,482 ini termasuk dalam kategori sedang, yang berarti kontribusi KKD dan KPD dalam mempengaruhi Y cukup signifikan, meskipun masih terdapat ruang untuk mempertimbangkan variabel-variabel lain guna memperkuat model dalam penelitian selanjutnya.

F Square. Menurut (Siregar & Hulwati, 2023), nilai F Square (f^2) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen dalam model struktural. Indikator ini memberikan informasi mengenai seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh variabel independen dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen setelah mempertimbangkan variabel-variabel lain dalam model. Cohen menetapkan tiga kategori interpretasi terhadap nilai f^2 , yaitu jika f^2 sebesar 0,020 maka dianggap memiliki pengaruh yang kecil atau lemah, sehingga kontribusi variabel tersebut dalam mempengaruhi variabel dependen tergolong rendah. Selanjutnya, jika f^2 sebesar

0,150 maka pengaruh yang dihasilkan berada dalam kategori sedang, Hal ini mengindikasikan bahwa variabel tersebut memberikan kontribusi yang cukup berarti dalam memengaruhi variabel lain di dalam model. Sementara itu, nilai f^2 sebesar 0,350 atau lebih tinggi dikategorikan sebagai pengaruh yang besar atau kuat, yang berarti variabel tersebut memberikan kontribusi yang besar dan penting dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan demikian, nilai F Square menjadi salah satu acuan penting dalam mengevaluasi kekuatan pengaruh antar variabel dalam model structural equation modeling, dan hasilnya akan membantu peneliti dalam memahami signifikansi peran masing-masing variabel dalam membentuk hubungan kausal di dalam model yang diteliti.

Tabel 5. Hasil dari F Square

	Kelayakan Kendaraan (KKD)	Kepuasan Pelanggan (KKID)	Kualitas Pelayanan (KPD)
Kelayakan Kendaraan (KKD)		0,113	
Kepuasan Pelanggan (KKID)			
Kualitas Pelayanan (KPD)		0,269	

Sumber: Diolah

Berdasarkan **Tabel 5**, maka dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut: pengaruh variabel Kelayakan Kendaraan (KKD) terhadap Kepuasan Pelanggan (KKID) memiliki nilai F Square sebesar 0,113, yang menurut kriteria interpretasi termasuk dalam kategori pengaruh kecil. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi Kelayakan Kendaraan dalam menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan tergolong rendah. Sementara itu, variabel Kualitas Pelayanan (KPD) terhadap Kepuasan Pelanggan (KKID) memiliki nilai F Square sebesar 0,269, yang berada dalam kategori pengaruh sedang. Artinya, Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi yang cukup berarti dalam mempengaruhi tingkat Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa di antara kedua variabel tersebut, Kualitas Pelayanan (KPD) memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan Kelayakan Kendaraan (KKD) dalam membentuk Kepuasan Pelanggan dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis. Berdasarkan data yang ditampilkan pada Gambar 7, pengujian hipotesis dilakukan dengan menganalisis besarnya nilai pengaruh korelasi antar variabel yang tercantum dalam tabel *Direct Effect* sebagai berikut. Rumus nilai t mencari nilai t table:

$$df = n - k - 1 \quad \dots\dots\dots (3)$$

maka $df = 96 - 2 - 1 = 93$

Berdasarkan tingkat signifikansi α sebesar 0,050 (sehingga $\alpha/2 = 0,025$ untuk uji dua arah) dan derajat kebebasan (degree of freedom) $df = 93$, maka nilai t tabel yang digunakan dalam pengujian hipotesis dapat dilihat pada distribusi t. Dari tabel distribusi t tersebut, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984. Nilai t tabel ini berfungsi sebagai batas pembanding untuk menguji apakah suatu hubungan atau pengaruh antar variabel dalam model penelitian signifikan atau tidak. Jika nilai t hitung dari hasil analisis lebih besar dari t tabel (1,984), maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik pada taraf signifikansi 5 persen ($\alpha = 0,050$).



Tabel 6. Hasil dari Direct Effect

	Original Sample (O)	T Statistic	P Values
Kelayakan Kendaraan (KKD) → Kepuasan Pelanggan (KKID)	0,305	4,149	0,000
Kualitas Pelayanan (KPD) → Kepuasan Pelanggan (KKID)	0,470	6,608	0,000

Sumber: Diolah

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode Partial Least Squares (PLS) melalui teknik bootstrapping pada aplikasi SmartPLS, diperoleh hasil pengujian Pengaruh langsung (*direct effect*) antara variabel independen dan dependen dalam penelitian ini menggambarkan besarnya kontribusi setiap variabel bebas terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan ojek online Indrive di Kota Medan.

Pengujian pertama menunjukkan bahwa variabel Kelayakan Kendaraan (KKD) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (KKID). Hal ini dibuktikan dengan nilai original sample (koefisien jalur) sebesar 0,305, yang berarti setiap peningkatan pada kelayakan kendaraan akan diikuti dengan peningkatan tingkat kepuasan konsumen. Dengan kata lain, semakin baik kondisi kendaraan yang digunakan, baik dari aspek kebersihan, kelengkapan fasilitas keselamatan, maupun kenyamanan tempat duduk, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Selain itu, diperoleh nilai t-statistic sebesar 4,149, yang jauh lebih besar dibandingkan t-tabel sebesar 1,894, serta nilai p-value sebesar 0,000, yang berada di bawah batas signifikansi 0,050. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh Kelayakan Kendaraan (KKD) terhadap Kepuasan Konsumen (KKID) bersifat signifikan secara statistik. Dengan demikian, faktor kelayakan kendaraan menjadi aspek penting yang tidak dapat diabaikan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan ojek online.

Selanjutnya, hasil analisis pada variabel Kualitas Pelayanan (KPD) juga menunjukkan pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (KKID). Nilai original sample sebesar 0,470 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang lebih kuat dibandingkan kelayakan kendaraan. Ini berarti bahwa kualitas interaksi dan pelayanan yang diberikan pengemudi, seperti keramahan, ketepatan waktu, dan komunikasi yang baik, memiliki kontribusi besar dalam membentuk kepuasan pelanggan. Nilai t-statistic sebesar 6,608, yang jauh melebihi nilai t-tabel, serta nilai p-value sebesar 0,000, menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan (KPD) terhadap Kepuasan Konsumen (KKID) juga signifikan secara statistik. Hasil ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mendorong tingkat kepuasan konsumen dalam layanan ojek online Indrive.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa baik Kelayakan Kendaraan (KKD) maupun Kualitas Pelayanan (KKID) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (KPD), dengan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang lebih dominan. Temuan ini menunjukkan pentingnya bagi penyedia layanan ojek online untuk tidak hanya menjaga kelayakan kendaraan, tetapi juga meningkatkan kualitas pelayanan pengemudi guna meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

DISKUSI

Hasil analisis penelitian mengindikasikan bahwa kelayakan kendaraan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen layanan ojek online inDrive di Kota Medan. Berdasarkan pendekatan Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) yang digunakan, nilai signifikansi p untuk kedua variabel tersebut adalah 0,000, yang mengonfirmasi adanya hubungan positif dan signifikan secara statistik (Hair et al., 2021).

Pengaruh Kelayakan Kendaraan terhadap Kepuasan Konsumen. Kelayakan kendaraan terbukti menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan konsumen. Aspek kelayakan yang dimaksud meliputi kebersihan kendaraan, kenyamanan tempat duduk, kelengkapan keselamatan, dan kondisi mesin. Temuan ini mendukung *Teori Pelayanan Publik Modern* yang menekankan pentingnya kualitas fisik sarana dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang memuaskan. Kendaraan yang nyaman dan aman tidak hanya menciptakan rasa kepercayaan, tetapi juga memperkuat persepsi profesionalisme dari layanan yang ditawarkan. Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya inDrive menetapkan standar minimal kelayakan kendaraan sebagai bagian dari sistem penjamin mutu layanannya.

Implikasi hasil penelitian mengenai pengaruh kelayakan kendaraan terhadap kepuasan konsumen Temuan ini memiliki implikasi yang signifikan bagi berbagai pemangku kepentingan. Khususnya bagi penyedia layanan seperti inDrive, hasil tersebut dapat dijadikan sebagai dasar yang kuat untuk menetapkan standar minimal kelayakan kendaraan yang harus dipenuhi oleh setiap mitra pengemudi. Hal ini mencakup aspek kebersihan, kenyamanan, kelengkapan keselamatan, dan kondisi mesin yang baik. Dengan demikian, perusahaan dapat menjamin pengalaman pelanggan yang lebih positif, sekaligus memperkuat citra profesionalisme layanan. Bagi para pengemudi, temuan ini menunjukkan bahwa perhatian terhadap kondisi kendaraan tidak hanya berkaitan dengan keselamatan, tetapi juga berdampak langsung pada tingkat kepuasan pelanggan yang dapat memengaruhi loyalitas, penilaian, bahkan potensi pendapatan tambahan dari tip atau bonus. Sementara itu, bagi konsumen, peningkatan kelayakan kendaraan secara langsung akan menciptakan rasa aman dan nyaman dalam menggunakan layanan transportasi daring. Bagi pemerintah atau pihak regulator, hasil ini dapat dijadikan acuan dalam menyusun regulasi atau kebijakan terkait transportasi online, seperti pengawasan teknis terhadap kendaraan operasional atau pemberlakuan standar kelayakan kendaraan yang lebih ketat.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan Teori Pelayanan Publik Modern yang menekankan pentingnya kualitas fisik dalam membentuk persepsi layanan dan kepuasan pengguna. Kendaraan yang layak merupakan representasi langsung dari kualitas pelayanan fisik yang berkontribusi pada persepsi profesionalisme penyedia layanan dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih memuaskan. Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan hasil studi Lestariningsih (2021) yang mengungkapkan bahwa aspek pelayanan fisik, seperti kenyamanan dan kebersihan, memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen. Hal serupa juga dikemukakan oleh Syarifudin et al. (2021), yang menyatakan bahwa dimensi fisik layanan, termasuk kondisi kendaraan, berperan signifikan dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Namun demikian, hasil ini tidak sepenuhnya konsisten di semua konteks. Penelitian (Rahmawati, 2020) mengungkapkan bahwa dalam konteks perkotaan yang lebih maju, kelayakan kendaraan bukanlah faktor utama dalam menentukan kepuasan konsumen, melainkan harga dan kecepatan layanan yang lebih diprioritaskan. Perbedaan ini

mencerminkan bahwa karakteristik wilayah, demografi, dan ekspektasi pelanggan turut memengaruhi persepsi terhadap kualitas layanan. Oleh karena itu, meskipun kelayakan kendaraan terbukti penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Kota Medan, penyedia layanan tetap perlu mempertimbangkan variabel lain seperti harga, kecepatan, dan kemudahan akses aplikasi untuk memenuhi preferensi pelanggan secara lebih menyeluruh. Temuan ini menjadi pijakan penting bagi pengembangan strategi layanan yang tidak hanya fokus pada aspek teknis kendaraan, tetapi juga memperhatikan kebutuhan dan ekspektasi konsumen yang dinamis.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Selain faktor fisik, kualitas pelayanan yang diberikan pengemudi juga memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimensi yang dinilai meliputi keramahan, kesopanan, ketepatan waktu, serta profesionalitas dalam berkomunikasi dan bertindak. Temuan ini sejalan dengan *Teori Kepuasan Pelanggan*, yang menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika pelayanan mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi pengguna. Pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan akan meningkatkan kemungkinan konsumen untuk kembali menggunakan layanan serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Implikasi dari temuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa aspek-aspek non-fisik dalam layanan transportasi daring memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi dan pengalaman pelanggan. Bagi penyedia layanan seperti inDrive, hasil ini menjadi dasar untuk menekankan pentingnya pelatihan perilaku dan etika pelayanan bagi mitra pengemudi. Dimensi-dimensi seperti keramahan, kesopanan, ketepatan waktu, dan profesionalisme tidak hanya menciptakan kenyamanan secara emosional bagi pelanggan, tetapi juga mampu membangun hubungan interpersonal yang positif antara pengemudi dan penumpang. Hal ini berdampak langsung pada loyalitas konsumen dan kemungkinan Hal ini mendorong mereka untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada pihak lain, yang pada akhirnya dapat memperluas pangsa pasar perusahaan melalui promosi dari mulut ke mulut.

Temuan ini juga mendukung Teori Kepuasan Pelanggan, yang menegaskan bahwa kepuasan tercipta ketika harapan pelanggan terpenuhi atau bahkan terlampaui. Pelayanan yang tepat waktu, sopan, dan profesional menciptakan pengalaman pengguna yang menyenangkan dan memberi nilai tambah terhadap layanan yang diterima. Bagi pengemudi, hasil ini menjadi motivasi untuk meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan, karena pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan penilaian mereka, tetapi juga dapat berkontribusi terhadap insentif tambahan dan reputasi yang baik di platform.

Temuan penelitian ini didukung oleh hasil studi Lestariningsih (2021), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen. Namun, penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dapat berkurang atau menjadi tidak signifikan apabila dimoderasi oleh variabel lain, seperti kepercayaan konsumen. Artinya, meskipun pelayanan sudah diberikan dengan baik, apabila konsumen tidak memiliki kepercayaan terhadap penyedia layanan, maka dampaknya terhadap kepuasan bisa jadi menurun. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor kontekstual seperti persepsi keamanan, reputasi platform, dan pengalaman sebelumnya juga memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan secara menyeluruh.

Dengan demikian, penyedia layanan seperti inDrive perlu tidak hanya fokus pada peningkatan kualitas pelayanan pengemudi, tetapi juga membangun sistem yang mendukung kepercayaan konsumen, misalnya melalui sistem rating yang transparan, fitur keamanan dalam aplikasi, serta respons cepat terhadap keluhan. Kombinasi antara

pelayanan yang baik dan sistem yang terpercaya akan menciptakan pengalaman pengguna yang optimal dan mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

Pengaruh Simultan Kelayakan Kendaraan dan Kualitas Pelayanan. Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa kelayakan kendaraan dan kualitas pelayanan secara simultan membentuk kepuasan konsumen secara menyeluruh. Kombinasi antara kendaraan yang layak dan pelayanan yang ramah memberikan pengalaman pengguna yang lebih lengkap dan memuaskan. Hal ini menggarisbawahi pentingnya integrasi kedua aspek tersebut dalam strategi pengembangan layanan. Penyedia layanan seperti *inDrive* perlu menyelaraskan aspek teknis dan interpersonal guna membangun loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Implikasi dari temuan mengenai pengaruh simultan kelayakan kendaraan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut tidak dapat dipisahkan dalam menciptakan pengalaman layanan yang optimal. Kelayakan kendaraan memberikan jaminan kenyamanan dan keamanan secara fisik, sedangkan kualitas pelayanan menyentuh aspek emosional dan psikologis pelanggan. Ketika keduanya dihadirkan secara bersamaan, konsumen akan merasakan layanan yang tidak hanya fungsional tetapi juga memuaskan secara keseluruhan. Hal ini menandakan bahwa strategi pengembangan layanan transportasi daring seperti *inDrive* harus mencakup peningkatan pada kedua dimensi tersebut secara terpadu dan berkesinambungan.

Bagi penyedia layanan, hasil ini menunjukkan perlunya pendekatan holistik dalam merancang sistem operasional dan standar layanan. Misalnya, selain memastikan kendaraan mitra dalam kondisi prima melalui inspeksi berkala, *inDrive* juga dapat menyediakan pelatihan berkala terkait pelayanan pelanggan bagi para pengemudi. Penggabungan aspek teknis dan interpersonal ini akan membantu menciptakan nilai tambah dalam layanan yang ditawarkan dan meningkatkan peluang untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang.

Temuan ini juga relevan dengan prinsip dalam *Service Quality Theory*, yang menyatakan bahwa kualitas layanan terdiri dari beberapa dimensi yang saling melengkapi, seperti tangibles (aspek fisik) dan responsiveness (tanggapan atau pelayanan). Ketidakhadiran salah satu dari aspek ini dapat mengurangi kepuasan pelanggan secara keseluruhan, meskipun aspek lainnya sudah optimal. Oleh karena itu, pendekatan yang hanya fokus pada satu sisi misalnya hanya memperbaiki kondisi kendaraan tanpa meningkatkan kualitas pelayanan pengemudi tidak akan menghasilkan dampak maksimal terhadap kepuasan.

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, Temuan ini konsisten dengan hasil studi yang dilakukan oleh Syarifudin et al. (2021), yang menunjukkan bahwa perpaduan berbagai dimensi pelayanan, seperti wujud fisik dan responsivitas secara bersamaan lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Di sisi lain, perbedaan konteks ditemukan dalam penelitian (Rahmawati, 2020), di mana konsumen di daerah perkotaan cenderung lebih fokus pada kecepatan layanan atau efisiensi waktu daripada aspek kelayakan kendaraan. Ini menunjukkan bahwa pengaruh simultan dua variabel utama dalam penelitian ini dapat bervariasi tergantung pada karakteristik wilayah dan preferensi pengguna.

Dengan mempertimbangkan temuan ini, penyedia layanan transportasi online perlu mengadopsi strategi layanan yang seimbang dan menyeluruh, dengan menggabungkan standar teknis kendaraan yang tinggi serta pelatihan layanan pelanggan yang kuat. Sinergi antara kedua aspek ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan, tetapi juga memperkuat keunggulan kompetitif dalam industri transportasi daring yang semakin kompetitif.

Implikasi Penelitian. Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pihak manajemen inDrive maupun penyedia layanan ojek online lainnya dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan temuan bahwa kelayakan kendaraan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, perusahaan perlu memberikan perhatian khusus pada dua aspek utama tersebut. Pertama, aspek kelayakan kendaraan harus dijaga dan ditingkatkan secara konsisten. Hal ini dapat diwujudkan melalui penerapan pemeriksaan rutin kendaraan, baik dari sisi kebersihan, kelengkapan keselamatan, hingga kondisi teknis mesin kendaraan, untuk memastikan kendaraan yang digunakan tetap aman dan nyaman bagi konsumen. Standar kelayakan kendaraan sebaiknya dijadikan persyaratan wajib yang harus dipenuhi oleh setiap mitra pengemudi.

Kedua, dalam aspek kualitas pelayanan, perusahaan dapat mengadakan program pelatihan dan pembinaan rutin bagi seluruh mitra pengemudi. Pelatihan ini dapat difokuskan pada peningkatan sikap profesional, komunikasi yang baik, keramahan, pelayanan yang cepat dan responsif, serta pengelolaan interaksi pelanggan secara efektif. Pengemudi sebagai representasi langsung dari perusahaan di lapangan memiliki peran besar dalam membentuk citra layanan, sehingga kualitas pelayanan harus dijadikan prioritas strategis.

Selain itu, perusahaan juga disarankan untuk mengoptimalkan sistem umpan balik (feedback) dari konsumen. Feedback dari pelanggan tidak hanya dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan secara berkala, tetapi juga sebagai bahan evaluasi dalam memperbaiki dan menyempurnakan layanan yang diberikan. Sistem feedback yang efektif, seperti pemberian rating layanan, kolom komentar di aplikasi, serta survei rutin, dapat membantu manajemen dalam mengidentifikasi kelemahan layanan sekaligus mengetahui kebutuhan dan ekspektasi pelanggan secara langsung.

Dengan mengintegrasikan program pelatihan pengemudi, pemeriksaan kendaraan secara berkala, dan sistem pengelolaan feedback yang baik, perusahaan diharapkan dapat secara bertahap meningkatkan kualitas layanan secara menyeluruh. Implikasi praktis ini penting tidak hanya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga untuk mempertahankan loyalitas konsumen dan memperluas pangsa pasar di tengah persaingan ketat dalam industri layanan transportasi online.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kelayakan kendaraan dan kualitas pelayanan merupakan dua faktor kunci yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen layanan ojek online inDrive di Kota Medan. Semakin baik kondisi kendaraan serta semakin tinggi mutu pelayanan yang diberikan oleh pengemudi, maka tingkat kepuasan konsumen pun akan semakin meningkat. Hasil ini mengindikasikan bahwa pengalaman perjalanan yang memuaskan, baik dari aspek fisik maupun interaksi interpersonal, menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut perlu dijadikan fokus strategis dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan daya saing layanan transportasi daring, khususnya di wilayah Kota Medan.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar *inDrive* meningkatkan kepuasan konsumen melalui tiga langkah strategis: (1) menyelenggarakan pelatihan berkala bagi pengemudi untuk meningkatkan kualitas pelayanan, termasuk aspek komunikasi, keramahan, dan profesionalitas; (2) menerapkan sistem pemantauan dan perawatan kendaraan secara rutin guna memastikan kendaraan mitra selalu dalam kondisi layak, aman,

dan nyaman; serta (3) mengoptimalkan pengumpulan dan pemanfaatan umpan balik pelanggan sebagai dasar evaluasi dan peningkatan layanan. Langkah-langkah ini diharapkan mampu memperkuat posisi *inDrive* di pasar layanan ojek online, khususnya di Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilla, I. W., & Amalia, S. (2019). Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v5i1.1611>.
- DataIndonesia. (2023). Data terlengkap di Satu Tempat. *DataIndonesia.Id*, 24–25. <https://dataindonesia.id/>.
- Donovan S., R., & Fadillah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.322>.
- Dui April Yani Simangunsong, Annio Indah Lestari Nasution, & Muhammad Lathief Ilhamy Nasution. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(4), 153–173. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v1i4.435>.
- Febriyanto, T., & Solichin, A. (2024). Analisis Sentimen Ulasan Pengguna Gojek Dan Indrive Pada Google Playstore Dengan Algoritma K-Nearest Neighbor. *Bit (Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur)*, 21(2), 161–168. <https://doi.org/10.36080/bit.v21i2.3600>.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., Sarstedt, M., Danks, N.P., Ray, S. (2021). An Introduction to Structural Equation Modeling. In: Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. Classroom Companion: *Business. Springer, Cham*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_1.
- Harahap, P. L., & Yusrizal, Y. (2023). Analisis Kualitas Jasa Sewa Dekorasi Pesta Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2258–2272. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.5170>.
- Hendrawan Bonny; Hartanto Tomi; Sedy Wulansari. (2021). Analisis Penerimaan Aplikasi Indriver dengan Menggunakan Pendekatan Modified Technology Acceptance Model. *Syntax Idea*, 3(4). <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v3i4.1133>.
- Heryanto, H., Hidayati, T., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Word of Mouth. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1), 227. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i1.2277>.
- Jamaludin, A., Widiarto, T., Mashita, J., & Aldi, M. (2023). Pengaruh Kecepatan Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT Sicepat Ekspres Jatisampurna Bekasi. *Sosio E-Kons*, 15(3), 275. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v15i3.20801>.
- Jopang, Wa Ode Harliyanti Unga, La Ode Efrianto, Rosika, & Yusnita. (2023). Pola Pengawasan Uji Kelayakan Kendaraan Bermotor Pada Dinas Perhubungan Kabupaten Konawe Utara. *Journal Publicuho*, 5(4), 1377–1387. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v5i4.84>
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1), 32–42. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v5i1.2210>

- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.), Upper Saddle River, NJ: Person Educations.
- Lestariningsih, T. (2021). Analysis of Service Quality and Trust on Customer Satisfaction of Ojek Online in Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 14(3), 298. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v14i3.30033>.
- Nangkoda, V. T., Tambuan, W. J. F. A., & Kawet, R. C. (2023). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online Maxim Dan Indrive (Study Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 1150–1158. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52382>.
- Natasya, N., & Yudhira, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride Di Gojek Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 128–145. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.769>.
- Sagai, F., Hatidja, D., & Mongi, C. E. (2024). Penerapan Regresi Logistik untuk Menganalisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa FMIPA UNSRAT Manado sebagai Pelanggan Indrive. *D'Cartesian*, 13(2), 85–91. <https://doi.org/10.35799/dc.13.2.2024.55730>.
- Sesilia, A. P. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 1(3), 251–260. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v1i3.48>.
- Sitio, R., Sianipar, C. V., & Pasaribu, R. S. (2021). Analisis Harga, Produk dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen. *ECo-Buss*, 4(2), 322–331. <https://doi.org/10.32877/eb.v4i2.270>.
- Susena, K. C. (2015). Analisis Hubungan Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Candra Motor Di Kaur Utara Kabupaten Kaur. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 29–45. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v2i1.3>.
- Syahfitri, S., Nurbaiti, N., & Inayah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kualitas Pelayanan Pada Sistem Enterprise Resource Planning Terhadap Kepuasan Pengguna. *Motivasi*, 8(2), 88. <https://doi.org/10.32502/mti.v8i2.6616>.
- Syarifudin, S., & Amri, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengujian Kelayakan Kendaraan Bermotor Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UPTD Dinas Perhubungan Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 46-50. <https://doi.org/https://doi.org/10.55542/gpjer.v3i2.73>.
- Utari, D., & Amanda, N. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Palembang. *JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, Dan Akuntansi)*, 6(2), 121–127. <https://doi.org/10.54077/jembatan.v6i2.62>.