



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

Nama : Abet Melinda Pratiwi  
NIM : 44214010048  
Judul : **PERSEPSI KUALITAS LAYANAN JASA DRIVER OJEK ONLINE PT GO – JEK INDONESIA PADA KONSUMEN DI JAKARTA (Survei pada Konsumen di Jakarta Selatan Tahun 2017)**  
Jumlah Halaman : xiv + 95 halaman dan 5 lampiran  
Bibliografi : 21 buku (2002 – 2011) ; 5 Jurnal ; 5 situs internet

### **ABSTRAKSI**

Seiring meningkatnya kondisi persaingan bisnis dibidang transportasi *online*, seperti ojek *online* yang semakin kompetitif dalam memberikan kualitas layanan yang memuaskan dan membangun *relationship* dengan konsumen. Tidak hanya melakukan proses layanan dengan cepat, tetapi melayani konsumen dengan sebaik mungkin serta menumbuhkan persepsi yang positif, sehingga konsumen dapat menyukai perusahaan. Oleh sebab itu maka perusahaan harus dapat membentuk pengertian yang baik terhadap jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui persepsi kualitas layanan jasa *driver* ojek *online* PT Go – Jek Indonesia pada konsumen di Jakarta dengan menggunakan landasan teori kualitas layanan adalah teori *Perceived Quality* yang ada didalam buku Darmadi, Durianto yaitu *Brand equity Ten*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei melalui wawancara dengan menggunakan instrumen pengisian kuesioner.

Hasil penelitian ini membahas bahwa kualitas layanan jasa meliputi lima dimensi sebesar 7268, yang tertinggi ada pada dimensi *Assurance* sebesar 1989 dan yang terendah pada dimensi *Tangibles* sebesar 966. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai konsumen yang paling dominan adalah perempuan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dari lima dimensi yang dominan adalah dimensi *assurance* dengan nilai rata – rata (*mean*) jawaban responden adalah 100,0% (568,29). Hal ini menunjukkan bahwa jaminan dari *driver* gojek ini baik dan tetap selalu menjaga kualitas layanannya.

Kata Kunci : kualitas layanan, persepsi



**FACULTY OF COMMUNICATION  
MERCU BUANA UNIVERSITY  
PUBLIC RELATIONS**

Title : PERCEPTION QUALITY SERVICE DRIVER ONLINE TAXIBIKE PT GO – JEK INDONESIA IN CONSUMERS IN JAKARTA (Consumer Survey in South Jakarta Year 2017)  
Number of Pages : xiv + 95 pages and 5 attachments  
Bibliography : 21 books (2002 - 2011); 5 Journals; 5 internet sites

**ABSTRACT**

Along with the development of business in the field of online transportation, such as increasingly competitive online in providing quality satisfactory service and build relationships with consumers. Not only do the service process quickly, but serve consumers as well as possible and foster positive perceptions, so consumers can like the company. Therefore, the company should be able to provide a good understanding of the services generated by the company.

Research conducted to determine the quality of service taxibike driver online by PT Go - Jek Indonesia to consumers in Jakarta by using quality theory is the Quality that Happened in the book Darmadi, Durianto the Ten Brand equity. This research uses descriptive method with descriptive research type. The research method used is survey method by using questionnaires filling instrument.

The results of this study indicate that the quality of service used is 7268, the highest is in the Assurance dimension of 1989 and the lowest in Tangibles dimension of 966. Thus, researchers can find the most dominant women are women.

This study concludes that from the most dominant dimension is the guarantee dimension with average value (average) of respondent answer is 100,0% (568,29). This indicates that the driver of this project is good and always maintains the quality of service.

Keywords: service quality, perception