

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi pada zaman sekarang sangatlah maju, sehingga dengan seiring berjalannya waktu teknologi informasi merupakan kebutuhan yang sangat pokok, karena teknologi pada zaman sekarang sangat banyak digunakan untuk membantu memenuhi kebutuhan kegiatan manusia dalam kehidupan kesehariannya. Salah satu dari teknologi Informasi yang sangat maju yakni Internet, dengan Internet kita dapat memperoleh berbagai informasi dan memberikan informasi apapun dengan mudah. Internet juga memiliki manfaat besar sebagai peluang bisnis dan usaha.¹Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa Go-Jek.

Adanya internet ini sangat membuka peluang untuk membentuk bisnis berbasis *Online*, seperti halnya Jasa Go-Jek yang saat ini sedang marak di Kota Kediri. Transportasi adalah sebuah sarana yang digunakan manusia untuk memindahkan sesuatu, baik manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lain. Dengan menggunakan transportasi maka kegiatan manusia akan sangat terbantu dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Transportasi berfungsi untuk mengatasi kesenjangan jarak dan komunikasi antara tempat asal dan tempat tujuan. Untuk itu dikembangkan sistem dalam wujud sarana dan prasarana. Dari sini timbul jasa angkutan umum

¹ Akadun, *Teknologi Informasi Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 121

untuk memenuhi kebutuhan pengangkutan dari suatu tempat ke tempat lain.²

Berawal dari banyaknya kebutuhan akan transportasi, bertambah pula berbagai transportasi yang bermunculan, dan hampir di setiap sudut jalan selalui menemui jasa Go-Jek. Yang mana hanya dengan sebuah HP *android* yang memiliki aplikasi Go-Jek dapat membantu manusia menemukan transportasi dengan cepat dan tepat tanpa perlu bersusah payah mencari-mencari sebuah transportasi yg masih dapat mengangkut penumpang.

Perusahaan Go-Jek Indonesia adalah penyedia jasa “ojek *online*” yang bekerjasama dengan pegendara ojek berpengalaman di Jakarta, Jabotabek, Bandung, Bali, Surabaya, makasar, Yogyakarta, Medan, Semarang, Palembang, Balikpapan, dan jasa Go-Jek terus melakukan perluasan di kota lain pada tahun yang akan datang.³

Tujuan perusahaan Go-Jek yakni meningkatkan kesejahteraan pekerja semua sektor informal Indonesia serta memberikan kemudahan untuk masyarakat umum dengan adanya Go-Jek. Go-Jek tidak hanya menyediakan jasa antar jemput menggunakan sepeda motor *Go-Ride*, akan tetapi Go-Jek mempunyai banyak Produk jasa yang di sediakan seperti *Go-Car, Go-Food, Go-Mart, Go-Sent, Go-Box, Go-Tix, Go-Med, Go-Pay,*

² Wowulumaja, “Rancangan model kompetensi untuk jabatan SE dengan mengacu pada model kompetensi sales poeple berdasarkan teori spencer dan spencer di perusahaan jasa Transportasi Cipanganti Bandung” (tesiss MA, Universitas Kristen Maranantha, Bnadung, t.t.), 2

³<https://www.go-jek.com> diunduh tanggal 18 november 2017

Go-Pulsa, Go-Point, Go-Massage, Go-Glam, Go-Clean, Go-Auto.⁴ Keunggulan perusahaan Go-Jek sistem pembayaran dilakukan dengan cepat dan penumpang dapat memantau *driver* secara langsung.

Kesuksesan dalam usaha salah satunya yakni kepuasan konsumen. Pemenuhan kepuasan konsumen merupakan suatu yang sangat penting bagi sebuah perusahaan yang menjalani bisnisnya. Memahami konsumen adalah elemen penting dalam pengembangan strategi pemasaran, strategi pemasaran yang dikembangkan dan diterapkan oleh perusahaan yang berhasil memiliki kekuatan besar terhadap konsumen dan masyarakat.⁵ Untuk memaksimalkan kinerja perusahaan maka perusahaan harus berusaha keras untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, maka akan memberi masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.⁶ Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Seperti pada santri putri Pondok Pesantren Al-Amin yang mana tidak semua santri membawa atau mempunyai kendaraan sepeda motor dengan adanya Go-Jek sangatlah membantu, terutama disaat tidak ada kendaraan sama sekali, Go-Jek dapat mengantar santri ke tempat yang ingin mereka tuju, seperti saat musim perpulangan atau istilah pondoknya

⁴<https://www.go-jek.com> diunduh tgl 14 Novemer 2017

⁵ J Paul Peter, Jerry C olson, *Consumer Behavior*, (Jakarta: Erlangga, 1999), 11

⁶ Kolter dan amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi Bahasa Indonesia, (jakarta: Erlangga, 2001), 332

yakni *Hari Pasif*, sehingga mereka terbantu untuk mengantarkan mereka pulang ataupun pergi ke tempat yang lain yang diinginkannya. banyak layanan jasa Go-Jek yang dapat digunakan, seperti salah satunya yakni Go-Food yang merupakan jasa pemesanan makanan yang siap untuk diantarkan kepada konsumennya. Go-Food banyak digunakan santri untuk memesan makanan apabila bosan dengan makanan yang di sediakan oleh pondok atau ketika terjadi kehabisan jatah makan dari pondok di sore hari, sehingga memesan makanan melalui Go-Food merupakan salah satu alternatif untuk santri dalam mengganti jatah makanan yang tidak cukup karna waktu keluar pondok juga sangat terbatas yang berakhir pada pukul 17.00

Hasil Observasi penelitian pada Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi Santri putri Pondok Pesantren Al-Amin, sebagian dari mereka menggunakan Go-Jek, dikarenakannya transportasi yang seringkali tidak mendukung disaat mereka butuhkan, harga yang selalu dipertimbangkan terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi.

Tabel 1.1

Jumlah santri yang menggunakan Transportasi Go-Jek

Indikator	Pilihan Jawaban		Jumlah
	Ya	Tidak	
Menggunakan Transportasi Go-Jek	64	136	250

Sumber : Data Hasil Observasi⁷

⁷Data Hasil Observasi, 08 Maret 2018

Tabel 1.2**Pemakaian Go-Jek lebih dari satu kali**

Menggunakan lebih dari sekali	Menggunakan hanya sekali
64 orang	0 orang

Sumber : Data Hasil Observasi⁸

Tabel 1.1 dan 1.2 keseluruhan Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin yang berjumlah 250 orang, yang memakai jasa Go-Jek berjumlah 64. Dari 64 orang yang menggunakan Go-Jek lebih dari satu kali yakni keseluruhan dari 64 orang tersebut

Melihat berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, ada 5 faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan Konsumen yakni Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Eemosi, Harga, dan Biaya Berikut ini adalah hasil observasi yang telah dilakukan peneliti.

Tabel 1.3**Indikator Faktor kepuasan konsumen**

Indikator faktor kepuasan konsumen	Jumlah
Kualitas Produk (Go-Jek mempunyai beberapa produk jasa yang variatif dan tepat)	0
Kualitas Layanan (<i>Driver</i> Go-Jek memberikan layanan yang baik dan memuaskan)	24
Emosi (<i>Driver</i> Go-Jek selalu menjaga komunikasi dengan baik kepada pelanggan)	8
Harga (Harga Go-Jek <i>Online</i> relatif lebih murah dan terjangkau)	31
Biaya (Biaya tambahan yang diberikan Go-Jek tepat)	1
Total	64

Sumber : Data Hasil Observasi⁹

⁸Data Hasil Observasi, 08 Maret 2018

Melihat dari tabel 1.3 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang terbesar atau pertama yaitu di pengaruhi oleh harga yang dibuktikan sebesar 31 orang yang memilih harga. Faktor yang kedua terbesar adalah kualitas layanan yang dibuktikan sebesar 24 orang yang memilih kualitas layanan.

Menurut kotler jika layanan jasa yang mereka nikmati berbeda jauh dibawah dengan apa yang diharapkan, maka pelanggan cenderung untuk tidak memakai layanan jasa tersebut. Sebaliknya, jika layanan jasa yang telah mereka nikmati melebihi dengan apa yang diharapkan, maka pelanggan cenderung untuk memakai kembali layanan jasa tersebut.¹⁰

Kualitas menjadi salah satu kunci sukses dari sebuah bisnis. Kualitas layanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kepuasan Pelanggan merupakan suatu perasaan baik senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh, Perasaan puas ataupun perasaan senang yang sangat tinggi dapat menciptakan emosional dengan perusahaan yang bersangkutan dan pelanggan yang puas juga lebih sukar untuk mengubah pilihan yang diinginkannya.¹¹

⁹Data Hasil Observasi, 08 Maret 2018

¹⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Indonesia: PT. Matana JayaCemerlang 2009), 177

¹¹ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta, Indeks, 2006),

Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan konsumen dan memberikan harapan lebih dari sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen, secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terjadi.

Selain kualitas pelayanan, harga juga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Karena konsumen sebelum memutuskan membeli barang atau menggunakan jasa selalu mempertimbangkan harga. Konsumen akan terlebih dahulu memperkirakan tawaran mana yang sesuai dengan keinginannya, membandingkan harga dengan harga yang lain. Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.¹² Harga selalu menjadi bahan evaluasi bagi konsumen. Untuk itu, perusahaan Go-Jek mematok harga dengan ketentuan masing-masing dan dihitung dari seberapa jauhnya jarak yang akan di tempuh. Sehingga para pengguna Go-Jek mengetahui harga saat melakukan transaksi melalui Aplikasi Go-Jek.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.¹³ Kualitas layanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk

¹² Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta: Erlangga, 2001), 339

¹³Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 13

dan servis yang dihasilkan perusahaan.¹⁴ Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah di berikan perusahaan kepada konsumennya, maka kepuasan konsumen akan terjadi. Selain kualitas layanan, harga juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga adalah jumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.¹⁵

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Go-jek”** studi pada konsumen Go-Jek Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan tersebut, maka dapat diambil fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas layanan Go-Jek pada Mahasiswa IAIN kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin?
2. Bagaimana harga Go-Jek pada Mahasiswa IAIN kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin?
3. Bagaimana kepuasan konsumen Gojek Mahasiswa IAIN kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin?

¹⁴Januar Efendi Oanjaitan. Ai Lili Yuliati “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung”, *Jurnal Manajemen*, vol.11 No. 2, (september 2016), 269

¹⁵ Kotler , *Prinip-prinsip Pemasaran Edisi 3 Jilid 1*, (jakarta: Penerbit Erlangga, 1997), 339

4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Go-Jek Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin ?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Go-Jek di Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin ?
6. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Go-Jek di Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas layanan Go-Jek pada Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin?
2. Untuk mengetahui harga Go-Jek pada Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin?
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen Gojek Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin?
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Go-Jek di Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Go-Jek pada Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin.

6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Go-Jek pada Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri putri Pondok Pesantren Al-Amin.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menerapkan ilmu pengetahuan serta berbagai teori yang telah penulis pelajari ke dalam dunia nyata.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan tersendiri bagi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas layanan dan harga.

3. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menambah referensi dalam penelitian, terutama yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam melaksanakan penelitian selanjutnya.

E. Telaah Pustaka

Penelitian Miftachul Amilin mahasiswa Jurusan Syari'ah Progam Studi Ekonomi Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri Tahun 2015 yang berjudul "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA DI KOPRASI SYARIAH SERBA USAHA HARUM DHAHA KEDIRI" jenis penelitian yang

digunakan adalah metode kuantitatif yang memakai jenis penelitian korelasi. Metode pengumpulan datanya menggunakan Angket, dan dokumentasi. Teknik pengujian data yang dipergunakan adalah uji regresi sederhana. Dari hasil uji regresi didapatkan nilai koefisien korelasi yang ditunjukkan oleh *r square* sebesar 0,165. Angka ini berarti bahwa variabel kepuasan anggota mampu dijelaskan oleh variabel kualitas layanan sebesar 16,5%. Persamaan regresi menunjukkan bahwa $Y=22,154 + 0,370X$. Hal ini berarti bahwa adanya keberadaan variabel X (Kualitas Layanan) memberikan sumbangsih pengaruh kepada variabel Y (Kepuasan Anggota) sebesar 0,37. Kontribusi x terhadap y sebesar 16,5% sehingga 83,5% dipengaruhi variabel pelayanan, kualitas produk, harga dan promosi.

Penelitian Sri Hrtatik mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Dian Niswantoro Semarang Tahun 2017 yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP *CUSTOMER LOYALITY* DENGAN *COSTUMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Study Pada pengguna Go-Jek Di Kota Semarang)” Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, yang dibagikan kepada pengguna Go-Jek di kota Semarang. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*, dengan salah satu metodenya adalah *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas pelayanan, harga dan promosi memiliki pengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek di kota Semarang.

Penelitian Iva Nur Elysa Hadyana mahasiswa Jurusan Syari'ah Progam Studi Ekonomi Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri Tahun 2016 yang berjudul "ANALISA PRAKTEK OJEK *ONLINE* DITINJAU DARI TRANSAKSI EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di Go-Jek Surabaya) penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* dan proses pengumpulan datanya menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa praktek ojek *Online* di Go-Jek Surabaya ada dua transaksi yang terjadi, yakni yang pertama adalah konsumen dengan *driver* jika ditinjau dari transaksi ekonomi Islam transaksi yang pertama yakni antara konsumen dengan *driver* dikenal dengan istilah ijarah. Transaksi yang kedua adalah kerjasama antara *driver* dengan pada prakteknya belum memenuhi syarat, rukun dalam *syirkah* akan tetapi jika ditinjau dari prinsip dasar kerjasama dalam Islam praktek ini tidak melanggar ketentuan dari prinsip dasar yang ada.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Miftachul Amilin adalah sama-sama mengkaji kualitas layanan jasa, variabel yang dikaji adalah tingkat kepuasan konsumen, dan jenis penelitiannya adalah metode

Kuantitatif Sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti yakni mempunyai tambahan kajian dalam segi harga, dan obyek penelitiannya adalah konsumen Go-Jek.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Sri Hartatik adalah sama-sama mengkaji kualitas layanan dan harga, jenis penelitiannya adalah metode kuantitatif dan yang diteliti adalah pengguna Go-Jek. Sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah tempat penelitiannya dan variabel yang mempengaruhi berbeda, disini peneliti hanya menggunakan dua variabel yang mempengaruhi, yakni kualitas layanan dan harga, sedangkan penelitian oleh Sri Hartatik menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi yakni kualitas layanan, harga, dan promosi. Dan perbedaan lainnya yakni pada variabel yang dipengaruhi, peneliti sebelumnya menggunakan dua variabel yang dipengaruhi, yakni *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening*.

Persamaan penelitian Iva Nur Elysa Hadyana adalah sama dalam hal sama-sama Go-Jek. Sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan jenis penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif, dan peneliti meneliti tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penelitian terdahulu dari Iva Nur Elysa Hadyana meneliti tentang analisa praktek ojek *online* ditinjau dari transaksi ekonomi islam.

Jadi letak perbedaan dari ketiga penelitian terdahulu diatas adalah terletak pada variabel yang di pakai oleh peneliti, yaitu variabel kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Go-Jek studi kasus pada Mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi santri Pondok Pesantren Al-Amin.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebagai penjelasan sementara tentang suatu tingkah laku, gejala-gejala, atau kejadian tertentu yang telah terjadi atau yang akan terjadi.¹⁶

Dalam penelitian ini yang akan diuji ada idaknya variabel-variabel bebas (independen) layanan kualitas dan harga terhadap variabel terikat (dependen) kepuasan konsumen Go-Jek.

Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini dapat dibedakan atas dua hipotesis, yaitu:

1. Hipotesis (H_a) adalah dugaan sementara bahwa suatu fakta yang terdapat dalam suatu situasi dapat di duga akan menimbulkan akibat tertentu.

Adapun Hipotesis (H_a) dalam penelitian ini adalah “ ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Go-Jek

2. Hipotesis (H_0) adalah hipotesis yang tidak ada pengaruhnya antara variabel X dan variabel Y.

¹⁶ Consuole G sevilla, dkk, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: VI press, 1993), 13

Adapun hipotesis (H_0) dalam penelitian ini adalah “ tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Go-Jek.

G. Asumsi Penelitian

Peneliti mengajukan asumsi bahwasannya kualitas layanan dan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen hal ini didukung dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. 5 faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan Konsumen yakni Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Eemosi, Harga, dan Biaya.

Dengan kualitas layanan yang telah di berikan kepada konsumen, disinilah akan terjadi kepuasan konsumen dimana kepuasan itu manfaat sebuah produk atau layanan dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan,

H. Penegasan Istilah

Dalam penulisan skripsi ini peneliti akan membahas mengenai kualitas layanan dan harga serta hubungannya dengan kepuasan konsumen. kualitas layanan yang dimaksud disini adalah pelayanan yang diberikan driver Go-Jek kepada konsumennya. Dan harga disini adalah harga yang diberikan kepada konsumennya oleh aplikasi Gojek. Sedangkan kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah kepuasan yang mana manfaat dari sebuah produk atau layanan yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan.