



Pengaruh *Service Recovery* Terhadap *Customer Satisfaction* Pengguna Dompot Digital Gopay

Farah Dyta Salsabila¹, Abdul Yusuf²

^{1,2,3}Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 17 Januari 2023

Revised: 25 Januari 2023

Accepted: 30 Januari 2023

This study aims to determine the effect of service recovery on customer satisfaction in GoPay digital wallet users. This study uses primary data obtained from questionnaires distributed to respondents as well as secondary data obtained from literature related to research. The population in this study were Gopay digital wallet users aged sixteen and over with a total sample of 100 people resulting from the distribution of questionnaires on a Likert scale, with a value of 1 (strongly disagree) to a value of 5 (strongly agree). This study uses data analysis techniques multiple linear analysis and classic assumption test with the SPSS 26 for windows software analyst tool to predict the effect of service recovery on customer satisfaction of Gojek users in using the GoPay feature. The results of this study indicate that procedural justice, interactional justice, and distributive justice have a positive effect on GoPay digital wallet users.

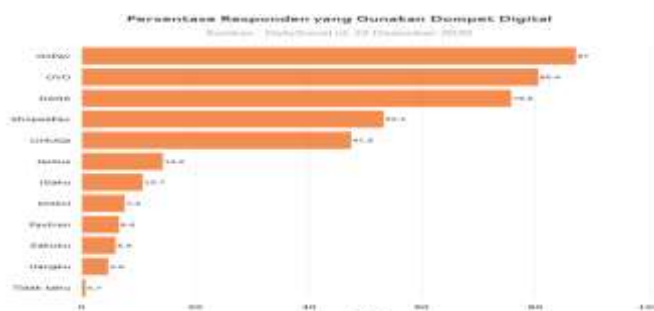
Keywords: Service Recovery, Customer Satisfaction, Fintech, Gojek, GoPay.

(*) Corresponding Author: farahdytasalsabila@gmail.com, abdulyusuf@gmail.com

How to Cite: Salsabila, F., & Yusuf, A. (2023). Pengaruh Service Recovery Terhadap Customer Satisfaction Pengguna Dompot Digital Gopay. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 111-119. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7781162>

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, teknologi Informasi menjadi sumber utama dalam memfasilitasi kegiatan manusia. Dengan adanya teknologi informasi semua kegiatan menjadi lebih mudah. Namun keinginan masyarakat yang tidak ada habisnya dalam memperoleh kemudahan khususnya dalam bertransaksi yang dapat dilakukan dimana saja, berkembanglah teknologi finansial sebagai wujud dari kemudahan akses dalam jasa keuangan. Mengutip informasi berdasarkan website resmi Bank Indonesia (BI), *Fintech* atau teknologi finansial merupakan gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi dalam bidang konvensional. Karena pada awalnya melakukan pembayaran harus bertatap-muka dengan membawa sejumlah uang namun kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Hal inilah yang menjadikan pembeli lebih memilih transaksi secara *online*.

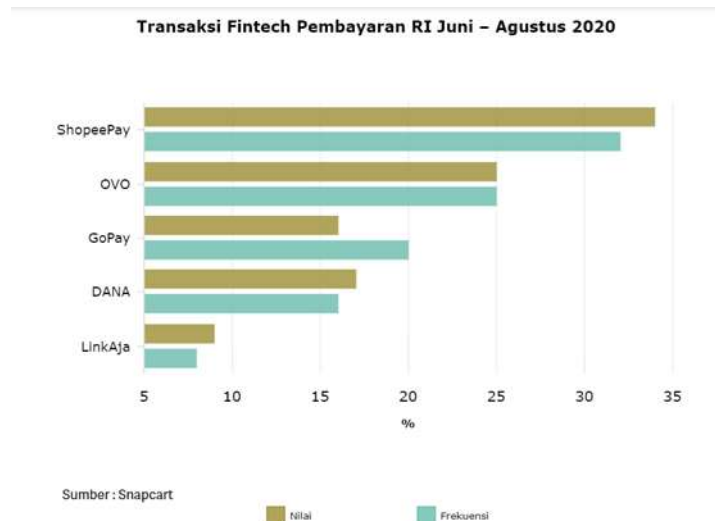


Gambar 1. Penggunaan Dompot Digital di Indonesia

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh (DailySocial.id), 22 Desember 2020 pada pengguna dompet digital yang digunakan di Indonesia menunjukkan berbagai jenis dompet digital yang digunakan seperti GoPay, OVO, Dana, ShopeePay, dll. Survei tersebut menunjukkan bahwa hasil pengguna GoPay mendapatkan persentase tertinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa GoPay adalah *e-money* yang populer dan paling banyak diminati dengan hasil survei menunjukkan sebanyak 87%, selanjutnya diikuti oleh OVO yang mendapatkan persentase sebanyak 80,4%, Dana sebanyak 75,6%, ShopeePay 53,2%, dan LinkAja sebanyak 47,5%².

Gojek merupakan salah satu perusahaan transportasi *online* di Indonesia. Gojek didirikan tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Terdapat 50 kota di Indonesia yang memakai Gojek. Pada saat bulan Juni 2016, aplikasi tersebut sudah diunduh sebanyak 10 juta kali di *Google Play Store* pada *Android*, dan tersedia juga di *App Store*. Melihat adanya perkembangan dompet *digital* di Indonesia, Gojek tertarik untuk masuk bidang *fintech*, lalu dibuat GoPay. GoPay adalah dompet *digital* yang melakukan transaksi dengan cepat untuk semua layanan Gojek dan ratusan mitra bisnis, dalam mengirim atau menerima uang dengan mudah. GoPay mempunyai beberapa fitur yang membantu anda dalam melakukan berbagai

Macam kegiatan dalam menyelesaikan urusan GoPay *Diary*, Jaminan saldo kembali, Promo, Minta saldo, *PayLater* (www.gojek.com).



Gambar 2. Transaksi *Fintech* pada Juni-Agustus 2020

Co-CEO Gojek Andre Soelistyo mengatakan pada Katadata.co.id bahwa perusahaan layanan *on-demand* Gojek mencatatkan pertumbuhan *Gross Transaction Value* (GTV) hingga 10% di masa pandemi *Covid-19*. Total transaksi Gojek di 2020 itu mencapai US\$ 12 miliar atau Rp 170 triliun, layanan inti perusahaan juga mencetak *margin* kontribusi (*Margin Contribution*) positif di 2020. Perkembangan transaksi seiring dengan adanya kenaikan jumlah pengguna aktif bulanan (*Monthly Active User* (MAU)) sebanyak 38 juta pengguna.

Beberapa layanan Gojek mengalami peningkatan permintaan di masa pandemi, misalnya transaksi GoPay meningkat 2,7 kali lipat pada 2020 dibandingkan tahun lalu yang didorong oleh pembelanjaan dari *e-commerce*, *games*, dan transaksi dalam berbagai aplikasi, serta adanya peningkatan fitur donasi sebesar dua kali lipat. Selama pandemi, transaksi donasi di GoPay mencapai Rp 102 miliar diikuti dengan transaksi layanan kebutuhan pokok di Gojek yang mencatatkan meningkat hingga 500% (katadata.co.id).

Sebagai salah satu *platform* penyedia layanan *e-money*, Gojek juga menghadapi persaingan dengan *platform* penyedia layanan *e-money* lainnya di Indonesia. walaupun pengguna GoPay sangat banyak tidak memungkinkan adanya keluhan mengenai pelayanan yang berhubungan dengan kegiatan transaksi yang dilakukan melalui GoPay seperti keterlambatan dalam pengisian saldo, kesalahan dalam pengisian saldo, ketidaksesuaian dalam pengisian saldo, dan hilangnya saldo. Tentu saja Gojek menerima keluhan yang telah disampaikan para pengguna GoPay jika terjadi kesalahan seperti yang sudah disebutkan. Sebagai *platform* penyedia layanan *e-money* tersebut, perusahaan Gojek harus mempertahankan kualitas layanan, memperbaiki masalah yang terjadi, agar para pengguna mendapatkan kepuasan dalam menggunakan pelayanan tersebut.

Hilangnya Saldo secara tiba-tiba atau terdapat kejadian seperti hilangnya *SmartPhone* pengguna mengakibatkan GoPay kita hilang. Dengan adanya kasus tersebut, pengguna dapat memakai fitur Jaminan Saldo Kembali. Jaminan Saldo kembali dibuat untuk melindungi saldo pengguna dari pihak tidak bertanggung jawab menggunakan jika akun GoPay diambil secara paksa atau *SmartPhone* dicuri oleh pihak yang tidak bertanggung jawab dan melakukan tindak penyalahgunaan yang merugikan pengguna. Cara pengguna untuk menggunakan Jaminan Saldo Kembali cukup dengan melaporkan saja ke pihak penyalahguna melalui aplikasi, setelah mengikuti alur yang disediakan perusahaan akan mengembalikan saldo anda yang telah hilang dengan jaminan kembali 100% (www.gojek.com).

Service Recovery dilakukan oleh perusahaan jika terdapat *Service Failure*. Menurut Yoeti (2006) suatu perusahaan harus bisa menangani keluhan para konsumen, setiap perusahaan perlu untuk belajar agar lebih baik dalam memberikan pelayanan kedepannya (Rahanatha, 2015). Tujuan utama dari *Service Recovery* dalam penelitian ini adalah untuk memperbaiki masalah layanan GoPay yang mengakibatkan pelanggan kecewa, dan *Service Recovery* dilakukan agar perusahaan tidak mendapatkan kesan buruk dari para pengguna. Menurut Supriyanto (2006) setiap keluhan pelanggan harus diterima dan dilaksanakan secara sistematis untuk diteliti sebuah permasalahan pelayanannya dan menyelesaikannya sebagai upaya untuk mencapai dan memuaskan pelanggan (Putri et al., 2019). Jadi perusahaan menerima keluhan dari pengguna GoPay terhadap permasalahan yang ada, lalu perusahaan menyelesaikan permasalahan tersebut secara sistematis sehingga memuaskan pelanggan. *Service Recovery* merupakan salah satu yang dapat dilakukan oleh perusahaan Gojek dalam tercapainya *Customer Satisfaction*.

Kepuasan merupakan faktor penting yang akan menentukan apakah pelanggan puas terhadap pelayan yang diberikan oleh perusahaan atau tidak puas. Menurut Kotler (2009) dalam Kepuasan Pelanggan atau *Customer Satisfaction*

adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas (Berliana & Zulestiana, 2020). Menurut Arnould et al (2004) dimensi yang menentukan *Customer Satisfaction* seperti *Fulfillment*, *Pleasure*, dan *Ambivalence*. Kepuasan terjadi jika pelanggan merasa puas akan produk atau jasa yang mereka terima, maka mereka akan membeli ulang produk atau jasa tersebut. Sebaliknya Ketidakpuasan pelanggan akan produk atau jasa yang diterima menyebabkan berpindah ke tempat lain atau tidak melakukan kembali kegiatan pembelian terhadap perusahaan tersebut (Sugiharto, 2017). Berdasarkan data dan latar belakang diatas, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Service Recovery* Terhadap *Customer Satisfaction* Pengguna Gojek Dalam Penggunaan Fitur GoPay”.

KAJIAN LITERATUR

Service Recovery

Baghetstan et al (2012) menjelaskan bahwa *Service Recovery* atau pemulihan jasa mengacu pada perbuatan yang dilakukan oleh perusahaan saat mendapati *service failure* atau kegagalan jasa (Utami & Ekawati, 2014). Sementara Sajadi dan Bohrer (2017) dalam menjelaskan bahwa *Service Recovery* adalah keputusan yang diambil perusahaan sebagai reaksi terhadap terjadinya kegagalan layanan dengan tujuan untuk mengubah suatu ketidakpuasan menjadi kepuasan dan pada akhirnya perusahaan mampu mempertahankan pelanggan tersebut . Menurut Sciarrelli et al (2017) *Service Recovery* merupakan suatu rencana dan proses untuk mengembalikan kepercayaan pelanggan agar menjadi puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan saat mengalami permasalahan atau terdapat kegagalan (Liwijaya & Andreani, 2018).

Menurut Kau dan Loh (2006) dalam *Service Recovery* dilakukan dengan 3 cara yaitu *Distributive Justice*, *Procedural Justice*, dan *Interactional Justice*.

1) *Procedural Justice* (keadilan prosedural) yaitu suatu kegiatan yang berfokus kepada keadilan yang seharusnya diterima oleh pelanggan saat menyampaikan keluhannya sesuai dengan peraturan dan kebijakan yang ditetapkan oleh perusahaan terdapat beberapa indikator yang menjadi bagian dari *Procedural justice* yaitu *Process control*, *Decision control*, *Accessibility*, *Timing/speed*, *Flexibility*.

2) *Interactional Justice* (keadilan interaksional) yaitu suatu kegiatan yang berfokus terhadap apa yang akan perusahaan lakukan ketika ada pelanggan yang mengajukan keluhan. didalamnya terdapat : *Explanation*, *Honesty*, *Politeness*, *Effort*, *Emphaty* (Fatricia & Priadi, 2018)

3) *Distributive Justice* (keadilan distributif) yaitu suatu kegiatan yang berfokus pada hasil penanganan *Service Recovery*. *Distributive Justice* dilakukan dengan cara memberikan kompensasi atas permasalahan yang telah terjadi. Bentuk kompensasi berupa *discount*, *voucher*, *free gift*.

Dapat disimpulkan bahwa *Service Recovery* merupakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dalam memecahkan suatu permasalahan yang terjadi untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. *Service Recovery* sendiri merupakan suatu strategi kunci yang dapat digunakan untuk membantu meningkatkan kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*).

Customer Satisfaction

Kepuasan Pelanggan didapatkan setelah pelanggan memperoleh pengalaman dalam pembelian suatu produk berupa barang/jasa. Menurut Kotler dan Keller (2016) *Customer satisfaction* merupakan perasaan yang ditimbulkan seseorang berupa senang ataupun kecewa pada saat membandingkan sesuatu hasil yang dirasakan kepada sebuah produk atau layanan berdasarkan ekspektasi. Apabila pengalaman yang dirasakan lebih jauh dari harapan maka akan timbul perasaan tidak puas bagi pelanggan. Kini setiap perusahaan harus memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan adanya internet memungkinkan pelanggan akan lebih cepat mengungkapkan emosi baik dan buruk mereka. Menurut Tjiptono (2014) *Customer Satisfaction* atau kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai hasil pembelian dan pemakaian yang didapat dari perbandingan antara *reward* dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi sebelumnya (Berliana & Zulestiana, 2020).

Zeithaml dan Bitner (1996) dalam mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah konsep yang jauh lebih luas dari sekedar penilaian kualitas pelayanan, tetapi kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor yang lain. Kepuasan pelanggan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor persepsi konsumen terhadap kualitas jasa, kualitas produk, harga, dan oleh faktor situasi dan personal konsumen. Apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kurang, maka pelanggan tidak puas, dan sebaliknya jika perusahaan memberikan pelayanan yang berkualitas, maka pelanggan akan merasa sangat puas. Menurut Arnould et al (2004) dalam dimensi yang menentukan *Customer Satisfaction* seperti 1) *Fulfillment*, 2) *Pleasure*, 3) *Ambivalence*. *Fulfillment* merupakan sebuah perasaan puas terhadap kebutuhan yang mereka inginkan terpenuhi, dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. *Pleasure* merupakan perasaan senang dimana pengguna merasa puas atas produk atau jasa itu dapat diterima. *Ambivalence* merupakan perasaan campur aduk seperti ada ketakutan dan disisi lain ada harapan. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan apabila kepuasan pelanggan tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan tidak puas dan kecewa. Jika kepuasan pelanggan sesuai dengan harapan, maka pengguna *e-wallet* GoPay akan merasa puas dan bahagia akan jasa yang telah mereka terima (Liwijaya & Andreani, 2018).

Berdasarkan pada kajian pustaka yang telah diuraikan diatas, maka keterkaitan variabel-variabel penelitian keadilan prosedural (*procedural justice*), keadilan interaksional (*interactional justice*), dan keadilan distributif (*distributive justice*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

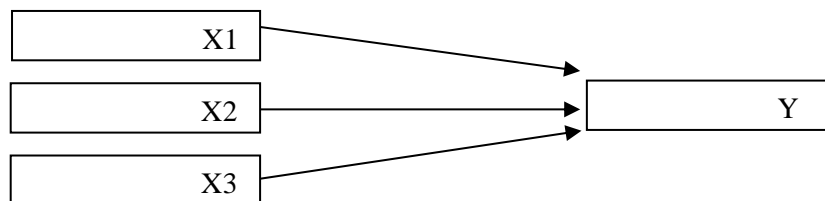
Populasi dalam penelitian ini merupakan seseorang yang menggunakan jasa pelayanan GoPay yang berjumlah 108 orang yang pernah mengalami keluhan dalam menggunakan GoPay.

Dalam penelitian ini diambil 100 responden sebagai sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui sosial media menggunakan *Google Form*. Metode yang digunakan dalam

penelitian ini dengan metode kuantitatif yang akan dianalisis dengan melakukan analisis linear berganda dan uji asumsi klasik menggunakan SPSS *for Windows*.

Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode kuantitatif yang akan dianalisis dengan melakukan analisis linear berganda dan uji asumsi klasik menggunakan SPSS *for Windows*. Variabel *Service Recovery* (X) merupakan variabel independen dengan dimensi *Procedural Justice* (X1), *Interactional Justice* (X2), *Distributive Justice* (X3). Sedangkan *Customer Satisfaction* (Y) merupakan variabel dependen.



Dimana :

X1 = *Interactional Justice* (Keadilan Interaksional)

X2 = *Procedural Justice* (Keadilan Prosedural)

X3 = *Distributive Justice* (Keadilan Distributif)

Y = *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan)

Hipotesis Penelitian

Ha : Terdapat pengaruh signifikan antara *service recovery* masing-masing indikator terhadap *customer satisfaction* pengguna dompet *digital GoPay*.

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *service recovery* masing-masing indikator terhadap *customer satisfaction* pengguna dompet *digital GoPay*.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian merupakan data kuantitatif. Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini merupakan sumber data primer dan sekunder. Data primer berasal dari hasil jawaban pernyataan kuesioner yang diberikan kepada para pengguna GoPay. Sedangkan data sekunder juga digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan pikiran atas hipotesis yang ada pada rumusan masalah penelitian ini. Data sekunder berasal yang digunakan berasal dari sumber pustaka terkait referensi jurnal, pustaka, buku, dan *internet*.

HASIL & PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar didapatkan 100 responden dengan klasifikasi Jenis Kelamin, Usia, dan Pekerjaan yang telah ditetapkan. Dari hasil kuesioner tersebut didapatkan hasil sebagian besar pengguna GoPay berjenis kelamin perempuan. Dengan usia responden, sebagian besar berusia 16-20 tahun serta sebagian besar responden adalah seorang pelajar/mahasiswa.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas nilai hitung *Pearson Correlation* yang didapatkan adalah 0,646 dan sig. (2 tailed) sebesar 0,000 dengan sampel 100. Dapat disimpulkan bahwa R-Tabel kita adalah 0,195. R-Hitung 0,646. dapat disimpulkan bahwa R-

Tabel lebih kecil dibandingkan R-Hitung maka otomatis kesimpulannya valid ($0,646 > 0,195$).

Uji Reliabilitas didapatkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini adalah Reliabel, karena masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari R tabel (0,6) yaitu *Procedural Justice* ($0,791 > 0,6$), *Interactional Justice* ($0,768$), *Distributive Justice* ($0,663$), dan *Customer Satisfaction* ($0,593 > 0,6$).

Analisis Regresi Linear Berganda

Pada tabel 9 menunjukkan hasil Pengaruh variabel *Procedural Justice*, *Interactional Justice*, dan *Distributive Justice* terhadap *Customer Satisfaction* setelah adanya penanganan keluhan. Jadi digunakan analisis regresi linear berganda, *T-test*, dan *F-test*.

Berdasarkan hasil Tabel pengolahan data diatas maka disajikan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4,822 + 0,140 (X1) + 0,207 (X2) + 0,077 (X3) + e$$

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas dengan analisis *Kolmogorov-Smirnov* memiliki nilai Asymp. Sig sebesar $0,073 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa nilai residual dari uji normalitas terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas bahwa didapatkan hasil signifikansi pada variabel *Procedural Justice* memiliki Nilai *Tolerance* sebesar 0,581 dan VIF sebesar 1,723. Sedangkan variabel *Interactional Justice* memiliki Nilai *Tolerance* sebesar 0,505 dan VIF sebesar 1,979. Dan variabel *Distributive Justice* memiliki Nilai *Tolerance* sebesar 0,630 dan VIF sebesar 1,588. Tiap variabel memiliki Nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF dibawah 10. Dapat disimpulkan bahwa bebas dari Multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji Multikolinearitas menggunakan uji glejser dimana tiap variabel bebas mendapatkan hasil signifikansi diatas 0,05. Sehingga dapat dikatakan tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Diketahui untuk nilai DW = 2,005 dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% (0,05) dengan jumlah sampel 100 dan jumlah variabel independen 3 ($K=3$) = 3,100 sehingga didapatkan hasil dU dari tabel $r = 1,736$. Nilai DW lebih besar dari batas dU dan kurang dari $(4 - dU) = 4 - 1,736 = 2,264$. Dapat disimpulkan bahwa hasil uji autokorelasi tidak terdapat Autokorelasi.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Diketahui bahwa nilai signifikansi untuk *Procedural Justice* (X1), *Interactional Justice* (X2), dan *Distributive Justice* (X3) terhadap *Customer Satisfaction* (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan f hitung $16,153 >$ Nilai f tabel 3,09. Hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh *Procedural Justice* (X1), *Interactional Justice* (X2), dan *Distributive Justice* (X3) terhadap *Customer Satisfaction* (Y) secara signifikan.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *Procedural Justice*, *Interactional Justice*, dan *Distributive Justice* terhadap *Customer Satisfaction* secara parsial.

1) Pengaruh *Procedural Justice* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna Gojek dalam penggunaan dompet *digital GoPay*

Hasil Uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Procedural Justice* (X1) terhadap *Customer Satisfaction* (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan Nilai T hitung $5,111 > \text{Nilai T tabel } 1,985$. Artinya terdapat pengaruh *Procedural Justice* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna Gojek dalam penggunaan dompet *digital GoPay* secara signifikan.

2) Pengaruh *Interactional Justice* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna Gojek dalam penggunaan dompet *digital GoPay*

Hasil Uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Interactional Justice* (X2) terhadap *Customer Satisfaction* (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan Nilai T hitung $6,672 > \text{Nilai T tabel } 1,985$. Artinya terdapat pengaruh *Interactional Justice* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna Gojek dalam penggunaan dompet *digital GoPay* secara signifikan.

3) Pengaruh *Distributive Justice* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna Gojek dalam penggunaan dompet *digital GoPay*

Hasil Uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Distributive Justice* (X3) terhadap *Customer Satisfaction* (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan Nilai T hitung $4,554 > \text{Nilai T tabel } 1,985$. Artinya terdapat pengaruh *Distributive Justice* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna Gojek dalam penggunaan dompet *digital GoPay* secara signifikan.

KESIMPULAN

Menurut hasil penelitian dan pembahasan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa :

- 1) *Procedural Justice* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Y) pengguna dompet *digital GoPay*.
- 2) *Interactional Justice* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Y) pengguna dompet *digital GoPay*.
- 3) *Distributive Justice* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Y) pengguna dompet *digital GoPay*.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut saran yang dapat diajukan kepada pihak perusahaan :

- 1) Pihak Gojek memberikan *Service Recovery* yang lebih baik lagi ke pelanggan, agar pelanggan merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan.
- 2) Menjelaskan secara detail atas permasalahan yang telah terjadi kepada pelanggan dan memberikan solusi dalam pemulihannya.
- 3) Kepuasan Pelanggan sangat penting, maka dari itu pihak Gojek diharapkan memberikan pelayanan yang terbaik.

DAFTAR PUSTAKA

- Berliana, M., & Zulestiana, D. A. 2020. Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. *REMIK (Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer)*, 4(2), 11. <https://doi.org/10.33395/remik.v4i2.10532>
- Patricia, S., & Priadi, D. E. 2018. Pengaruh Service Recover Terhadap Kepuasan Pelanggan Speedy (The Effect of Service Recovery on Speedy'S Customer Satisfaction). *Jurnal Digest Marketing*, 3(1), 37–44.
- Liwijaya, V. V., & Andreani, D. F. 2018. *Pengaruh Service Recovery Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Perantara Pada Restoran Di Surabaya*. 231–244.
- Putri, L. A. R., Irawan, B., & Utami, E. S. 2019. Pengaruh Service Recovery terhadap Customer Satisfaction pada Hotel Royal Jember. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2), 75. <https://doi.org/10.19184/jeam.v18i2.13999>
- Rahanatha, B. 2015. *Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Tjampuhan Ubud Cok Raka Surya Adhitya 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Pariwisata menjadi fenomena global sejak perjalanan internasional semakin meningkat dan menjadikannya sebagai* . 4(12), 4074–4104.
- Sugiharto. 2017. Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Celebrity Fitness Center Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(2), 8.
- Utami, I. D. A. K. D., & Ekawati, N. W. (2014). *Pengaruh Service Recovery Terhadap Kepuasan Pasca Penanganan Keluhan*. 3742–3754.