

## DAFTAR PUSTAKA

- Chapman, P. 2000. CRISP-DM 1.0: Step-by-step *Data Mining* Guide, SPSS.
- Doughlas, K. Hoffman & Bateson. 2006. *Service Marketing: Concept, Strategies & Case*.
- Gorunescu, F. 2011. *Data Mining Concept Model Technique*. Craiova, Romania.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management: Analysis. Planning. Implementation And Control*, Ninth Edition. Prentice-Hall .Inc. New Jersey.
- Rohman, Ibnu Fathur. 2014. Penerapan Algoritma C4.5 pada Kepuasan Pelanggan Perum DAMRI. Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universtas Dian Nuswantoro Semarang.
- RS, Astri Fuji et. all.. 2016. Analisis Kepuasan Konsumen GOJEK di Wilayah Kota Bandung. Politeknik Negeri Bandung.
- Sulistyowati, Rifaldi, dan Kadunci. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi *Online* Gojek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta.
- Santosa, B. 2007. *Data Mining: Teknik Pemanfaatan Data untuk Keperluan Bisnis*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Swasta, Basu. 2005. *Manajemen penjualan*, cetakan kedua belas. Yogyakarta: BFSE.
- Santoso, Teguh Budi. 2016. Analisa dan Penerapan Metode C4.5 untuk Prediksi Loyalitas Pelanggan. Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Satya Negara Indonesia.
- S, Moch Rizky Ilham. 2016. Implementasi *Data Mining* Menggunakan Algoritma C4.5 untuk Prediksi Kepuasan Pelanggan Taksi Kosti. Teknik Informatika, Universitas Dian Nuswantoro.
- Undavia, J N, Patel dan Dolia. 2013. Comparison of Classification Algorithms to Predict Students' Post Graduation Course in Weka

Environment. International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering vol. 3, no. 9.

Wirasasmita, Rivai et. all. 1999. Kamus Lengkap Ekonomi. Pionir Jaya, Bandung.

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J & Gremler, D. D. 2006. Service Marketing(4 ed), Newyork.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 : Kuisoner Kepuasan Pelanggan

### Kuisoner Kepuasan Pelanggan

Responden Yang Terhormat,  
Saya memohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuisoner ini. Saya berharap Anda menjawab dengan leluasa, sesuai dengan apa yang Anda rasakan, lakukan dan alami, bukan apa yang seharusnya/ideal. Anda diharapkan menjawab dengan jujur dan terbuka, sebab tidak ada jawaban yang benar atau salah. Sesuai dengan kode etik penelitian, saya menjamin kerahasiaan semua data. Kesediaan Anda mengisi angket ini adalah bantuan yang tak ternilai bagi saya. Terima Kasih untuk bantuan Anda.

**\* Wajib**

**Nama \***

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

**Jenis Kelamin \***

Laki-Laki

Perempuan

**Umur \***

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

**Status \***

Pelajar

Mahasiswa

Pekerja

**Frekuensi Menggunakan Jasa \***

Sering

Kadang-kadang

Selalu

## Service Quality

### Tangible

Penampilan fisik dari fasilitas, peralatan, dan material yang telah tertulis

Kendaraan yang di gunakan dalam keadaan baik

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

Atribut Kelengkapan yang di gunakan sesuai peraturan

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

Atribut kendaraan dalam berkendara (Masker, Jas Hujan, Shower Cap)

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

### Empati

Mendengarkan, memberikan perhatian kepada tiap tiap konsumen

#### Gojek Menunjang Mobilitas Masyarakat

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

#### Gojek Mengutamakan Keselamatan

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

#### Gojek Mendengarkan Konsumen

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

**Reability**

Kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat.

Gojek mengantarkan ketempat tujuan dengan tepat

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

Pelayanan Gojek dapat dipercaya

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

### Responsiveness

Kesediaan untuk membantu konsumen dan menyediakan jasa yang cepat

Gojek Solusi bagi pelanggan

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

Gojek mengutamakan Ketepatan waktu dalam pelayanan

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

Kecepatan Gojek saat pelayanan

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju



### Assurance

Yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk membangkitkan kepercayaan dan keyakinan

Gojek memiliki jaminan keselamatan

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

Gojek memiliki Etika dalam Pelayanan

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

### Price (Harga)

Indeks yang melacak perubahan relatif dalam harga sebuah produk dari waktu ke waktu

Gojek memiliki harga yang terjangkau

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

Gojek memiliki harga yang sebanding dengan layanan yang di berikan

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

### Promosi

memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Promosi Gojek sangat menarik dan mudah di ingat

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

Menggunakan Gojek karena Promo diskon yang menarik

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

Menggunakan Gojek karena bintang iklannya artis populer

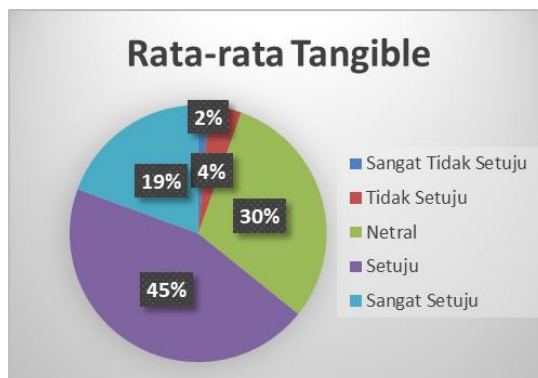
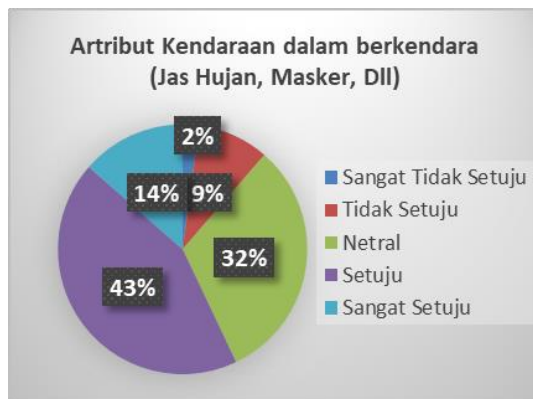
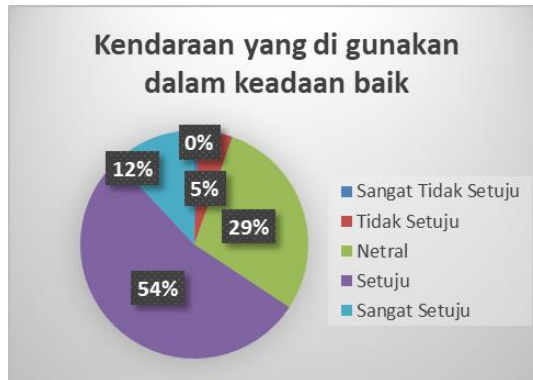
- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Netral
- Setuju
- Sangat Setuju

**Lampiran 2: Data Tabulasi 1062 Responden**

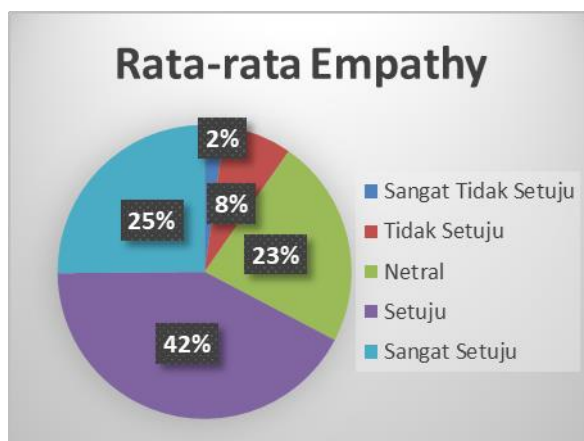
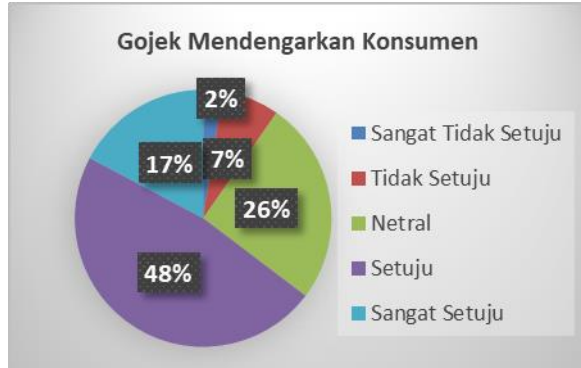
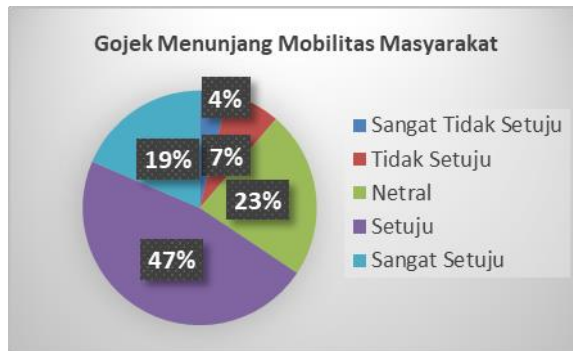
<b>Keterangan</b>		<b>Jumlah Responden</b>	<b>Total</b>
<b>Jenis Kelamin</b>	Laki-laki	480	1062
	Perempuan	582	
<b>Umur</b>	15-20	232	1062
	21-25	500	
	26-30	230	
	31-35	81	
	36-40	15	
	>40	4	
	<b>Status</b>	Pelajar	
	Mahasiswa	429	
	Pekerja	564	
<b>Frekuensi menggunakan jasa</b>	Kadang-kadang	507	1062
	Sering	237	
	Selalu	318	

## Lampiran 3 : Frekuensi Responden

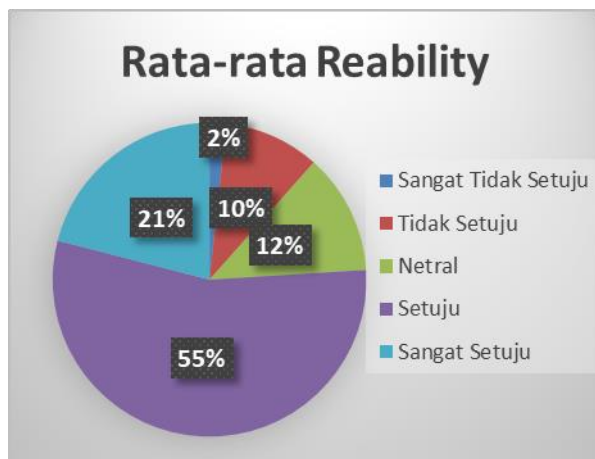
### 1. Tangible



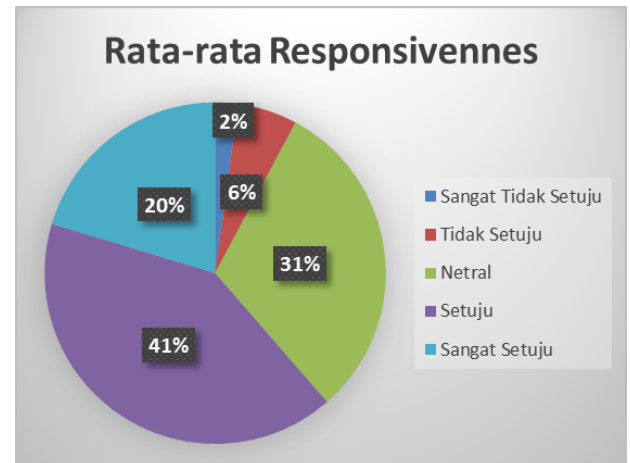
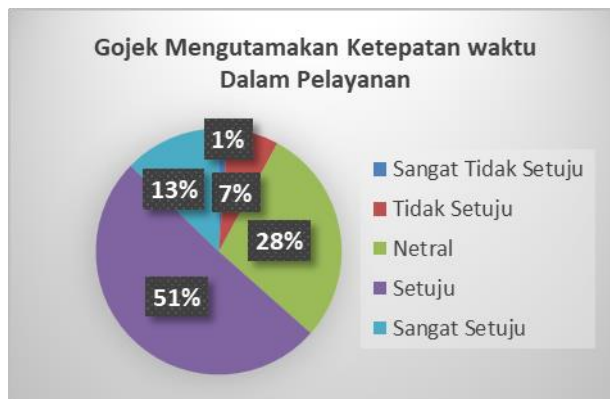
## 2. Empathy



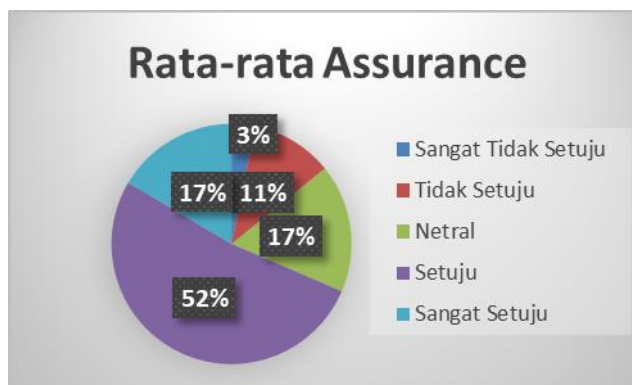
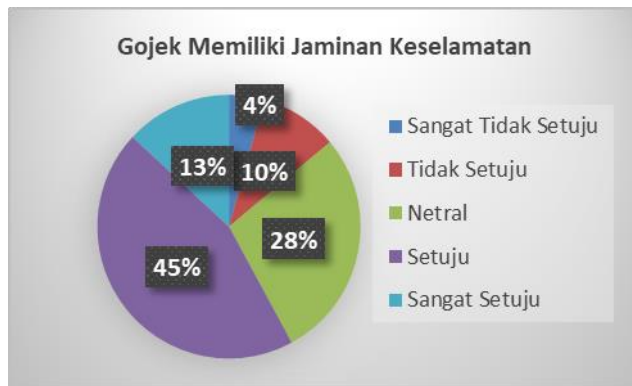
### 3. Reability



#### 4. Responsivennes

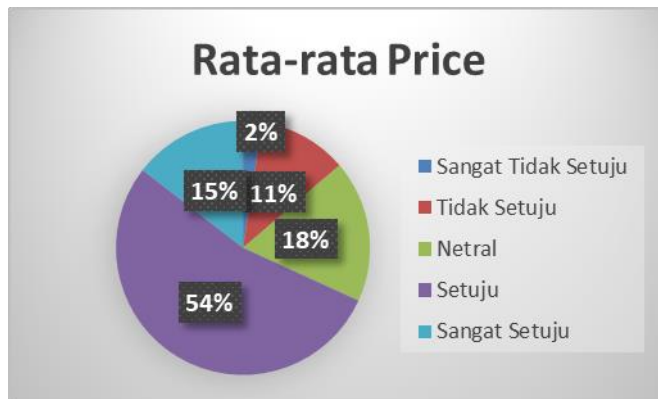
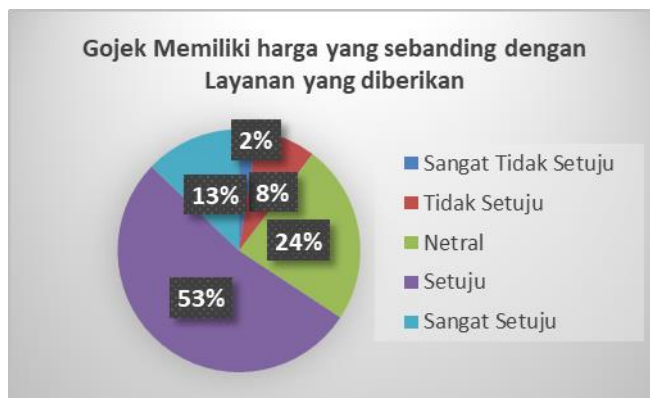
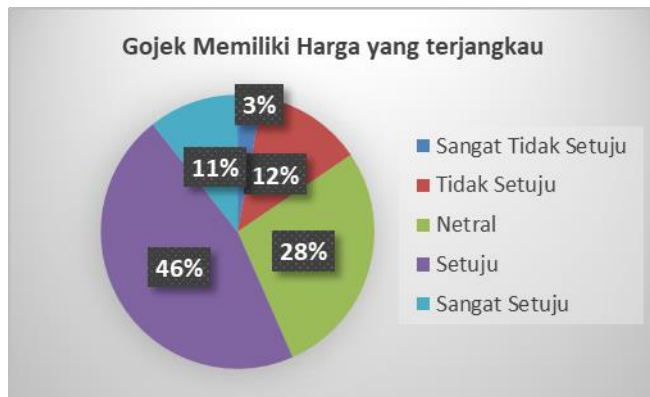


## 5. Assurance

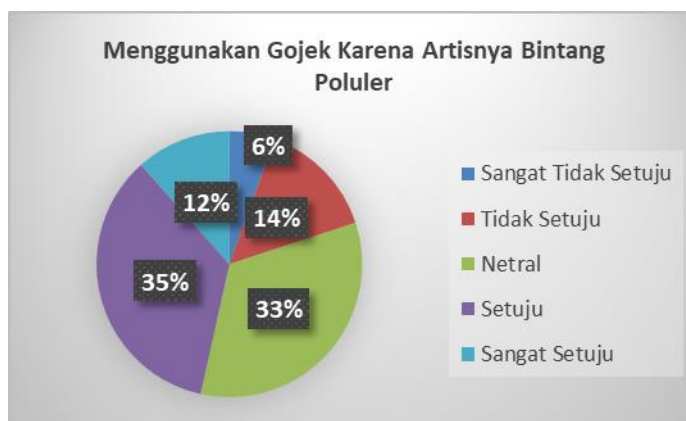
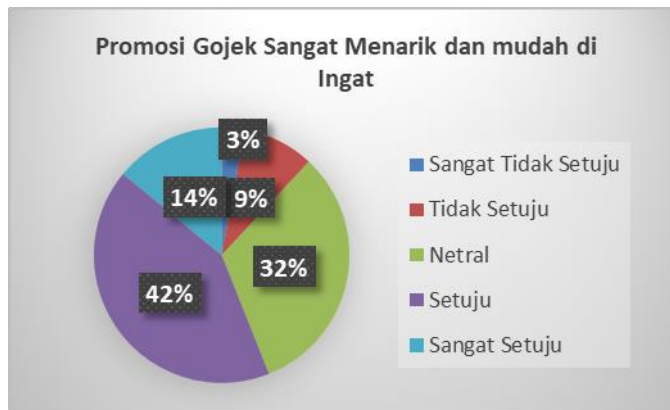




## 6. Price



## 7. Promosi



## Rata-rata Promosi

