

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Gojek di Kota Pekanbaru

Rendi Indra¹, Ikhbal Akhmad², Hichmaed Tachta Hinggo³
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau
Email: indrarendi97@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan studi kuantitatif dengan menggunakan metode survei melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen yang pernah atau sedang menggunakan jasa transportasi Gojek di Kota Pekanbaru dengan jumlah responden sebanyak 120 responden. Penelitian ini bersifat explanatory yang menjelaskan hubungan antara variabel melalui pengujian hipotesis. Analisis data dilakukan berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan secara online. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel variabel independen yaitu Kualitas pelayanan dan Harga dengan variabel dependen yaitu Kepuasan konsumen Atau dengan kata lain faktor pembentuk Kepuasan Konsumen pengguna transportasi Gojek adalah Kualitas Pelayanan dan Harga. Hasil penelitian ini dapat membantu memperjelas mengapa penelitian terdahulu yang meneliti pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen cenderung sejalan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di era modern ini telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Dimana salah satu contoh perubahan tersebut yaitu dalam hal perubahan teknologi dan gaya hidup (*life style*), hal ini tak lepas dari pengaruh globalisasi yang kini terjadi (Nuraeni, 2021). Kemajuan teknologi di era globalisasi ini membuat persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan semakin ketat, sehingga menuntut manajemen ataupun perusahaan untuk lebih cermat dalam hal menentukan strategi guna menghadapi persaingan. perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Seperti perusahaan Gojek yang menyatakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dan terhadap misi dan iklannya.

Gojek merupakan salah satu inovasi layanan terbaru bidang transportasi dalam lingkup *mobile-commerce*. Tahun 2011, Gojek berdiri oleh Nadiem Makarim sebagai CEO utama dari perusahaan Gojek. Salah satu keunggulan yang dimiliki Gojek adalah tersedianya fitur-fitur dalam aplikasi yang didukung teknologi. Selain itu, Layanan *Go-Ride* tidak hanya memberikan kejelasan dan kesesuaian harga saja, pihak Go-Jek juga tidak lupa untuk memanjakan pelanggan *Go-Ride* mereka dengan memberikan standar kualitas pelayanan yang lebih unggul dibanding dengan Pengemudi ojek biasa Zahra, (2017). Awal kemunculan transportasi *online* di kota Pekanbaru yaitu pada tahun 2017, Perekrutan para *driver* atau pengendara juga telah dilakukan dan cukup mendapatkan antusias masyarakat. Kehadiran Gojek di Kota Pekanbaru juga menuai pro dan kontra, bahkan jauh sebelum resmi beroperasi. Namun bagai angin lalu, Gojek rupanya sudah tancap gas dan mulai meraup pundi-pundi uang dari setiap pemesanan jasa transportasi yang digadang-gadangkan berbasis teknologi aplikasi *online* yang simpel, aman, nyaman dan memuaskan pelanggan (Putri, 2018).

Beberapa perusahaan yang menjadi pesaing Go-Jek yaitu Grab yang menggunakan *Grab-bike*, Dan Maxim yang menggunakan *Maxim-bike* ketiga perusahaan ini memiliki layanan yang serupa dengan layanan *Go-Ride* dari Go-Jek. Semakin banyaknya perusahaan yang bergerak pada layanan ojek *online* berdampak pada semakin ketatnya persaingan antar perusahaan. Beberapa hal yang menjadi penyebab terjadinya persaingan tersebut antara lain persaingan harga, layanan, dan banyaknya alternatif pilihan jasa ojek *online*. Hal ini menjadikan

konsumen semakin selektif dalam memilih alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Demi mencapai keunggulan dalam bersaing, perusahaan harus berupaya menciptakan kepuasan terhadap konsumen (Wibawa *et al.*, 2016).

TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang/persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang/persepsi pelanggan. Menurut Gunawan, (2018) Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh konsumen. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang mampu membangun kualitas pelayanan yang kuat, maka dengan mudah akan membangun citra positif di benak konsumen. Hasil penelitian Oktarini, (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi gojek di Kota Pekanbaru.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler, (2011) harga merupakan sejumlah uang diminta atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan oleh pelanggan agar memperoleh manfaat dari menggunakan ataupun memiliki produk jasa tersebut. Zahra, (2017) menyatakan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Peran Perusahaan juga perlu mempertimbangkan kebijakan penetapan harga agar disesuaikan dengan para kompetitor lainnya terutama berorientasi dengan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan, agar terciptanya kepuasan pelanggan yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi gojek di Kota Pekanbaru.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Secara teori jika semakin baik persepsi konsumen dalam menilai tentang citra perusahaan, kualitas pelayanan dan harga maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen Umam, (2020). Hasil penelitian Zahra, (2017) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Peran perusahaan untuk ikut serta bertanggung jawab terhadap berbagai masalah sosial dapat menimbulkan penilaian yang positif dari para *stakeholder* perusahaan tersebut termasuk para konsumen. Berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi gojek di Kota Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Agar penelitian ini lebih terarah serta sesuai dengan tujuan yang di inginkan, pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengolah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positifism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (sugiyono,2013). Pendekatan kuantitatif yaitu pencarian data /informasi dari realitas permasalahan yang ada dengan mengacu pada pembuktian konsep atau teori yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validitas untuk setiap pernyataan dalam penelitian dapat dilihat bahwa nilai *Corrected Item Total Correlation* atau nilai r_{hitung} untuk masing-masing variabel berada $> 0,179$. Maka ini menunjukkan bahwa data tersebut valid karena memenuhi asumsi Uji Validitas. Hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel berada $> 0,60$. Ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel tersebut reliabel dan layak diuji.

Table 1. Hasil Uji Normalitas dengan Kormogolov Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,05120477
Most Extreme Differences	Absolute	,109
	Positive	,077
	Negative	-,109
Test Statistic		,109
Asymp. Sig. (2-tailed)		,286 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Olahan SPSS 23

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas diperoleh nilai signifikansi $> \alpha$ ($0,286 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Table 2. Rekapitulasi Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	3,363	1,439		2,337	,021	
	Kualitas Pelayanan	,272	,030	,471	8,928	,000	,517 1,936
	Harga	,342	,035	,519	9,841	,000	,517 1,936

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Olahan SPSS 23

Dari tabel 2 di atas rekapitulasi Uji Multikolinearitas diatas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan dan Harga tidak terdapat multikolinearitas. Hal ini dikarenakan hasil uji Multikolinearitas telah memenuhi asumsi tolerance dan VIF, dimana nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 5 .

Table 3. Nilai Koefisien Regresi

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	3,363	1,439		2,337	,021
	Kualitas Pelayanan	,272	,030	,471	8,928	,000
	Harga	,342	,035	,519	9,841	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber : Data Olahan SPSS 23

Berdasarkan tabel 3 di atas hasil regresi linear berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi yang dihasilkan adalah :

$$Y = 3,363 + 0,272X_1 + 0,342X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 3,363. Artinya adalah apabila Kualitas Pelayanan dan Harga diasumsikan bernilai nol (0), maka Kepuasan Konsumen tetap sebesar 3,363.
2. Nilai koefisien regresi 0,272 menyatakan bahwa jika Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,272.
3. Nilai koefisien regresi 0,342 menyatakan bahwa jika Harga mengalami peningkatan 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,342.
4. Standar error (e) merupakan variable acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukan dalam persamaan.

Table 4. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	3,363	1,439		2,337	,021
	Kualitas Pelayanan	,272	,030	,471	8,928	,000
	Harga	,342	,035	,519	9,841	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber : Data Olahan SPSS 23

Dari tabel 4 diatas dapat dilihat masing-masing nilai t hitung dan signifikansi variabel bebas.

- a. Kualitas Pelayanan. Diketahui t hitung (8,928) > t tabel (1,980) dan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi gojek di kota pekanbaru.
- b. Harga. Diketahui t hitung (9,841) > t tabel (1,980) dan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya Harga berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi gojek di Kota Pekanbaru.

TABEL 5. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	,912 ^a	,832	,829	2,06866

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Olahan SPSS 23

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,832. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 83,2% terhadap variabel kepuasan konsumen, Sedangkan sisanya sebesar 16,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi gojek di kota pekanbaru. Semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen Gojek, maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi gojek di Kota Pekanbaru. Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi gojek di kota pekanbaru. Semakin terjangkau harga yang ditawarkan oleh Gojek maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi gojek di Kota Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Trasportasi Online Grab Terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Manajemen Unismuh Makassar* (Vol. 151).
- Kotler & Amstrong. (2011). *Marketing: An Introduction*. Upper Saddle River,NJ: Pearson Prentice Hall.
- Nuraeni. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab. *Ekonomi dan Bisnis, Vol.8(1)*, Hal 94 – 100.
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang, 6(2)*, 248.
- Putri, N. K. (2020). Analisis Perbandingan Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Online Di Sumatera Selatan. *Akuntansi dan Manajemen, 15(2)*, 27–42.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umam, K. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Pada Penumpang Gojek Di Kota Tegal), *13(April)*, 15–38.
- Wibawa, K.A., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, 4(1)*, 1–8.
- Zahra, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta). *Hilos Tensados, 1*, 1–476.