



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (1) 2024: 176-180

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Maxim di Jakarta)

Adelia Febriani¹, Yoga Firmansyah^{2*}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

* Corresponding author: e-mail: author@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima 1 Oktober 2023 Disetujui 20 Oktober 2023 Diterbitkan 4 November 2023</p>	<p>Di Kota Jakarta, penggunaan angkutan umum dirasa belum mencukupi, demikian pula pelayanannya. Angkutan ojek online di kota Jakarta menjadi salah satu pilihan, meski terkesan sedikit lebih mahal mampu menawarkan pelayanan yang lebih baik karena tidak terikat dengan rute dan waktu pelayanan. Maxim adalah perusahaan layanan transportasi online Rusia yang sedang berkembang dan berkembang di Indonesia sejak 2018 harga penawaran biasanya lebih murah dari GoJek atau Grab. Sejak 2018 hingga awal 2020, jumlah pengguna Maxim meningkat meningkat 31 kali setahun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna Maxim. Jenis Penelitian ini merupakan penelitian explanatory yang menggunakan metode non-probability sampling dan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Penggunaan teknik pengumpulan data Kuisisioner berupa Google form bagi pengguna layanan pengiriman online Maxim di kota Jakarta. 100 responden berpartisipasi dalam penelitian ini. Teknik analisis data Analisis regresi digunakan dengan software SPSS versi 25.score. Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan, Selain kepuasan pelanggan, harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kualitas layanan dan harga secara bersama-sama (pada saat yang sama) memiliki dampak yang signifikan.Keputusan pelanggan terhadap layanan transportasi online Maxim di kota Jakarta.</p>
<p>Keywords: Planning, Human Resources, Digitalization</p>	<p>ABSTRACT</p> <p><i>In the city of Jakarta, the use of public transportation is considered insufficient, as well as the service. Online ojek transportation in the city of Jakarta is an option, although it seems a little more expensive to be able to offer better service because it is not tied to the route and service time. Maxim is a Russian online transportation service company that is developing and developing in Indonesia since 2018. Offer prices are usually cheaper than GoJek or Grab. From 2018 to early 2020, the number of Maxim users increased 31 times a year. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction with Maxim users. This type of research is an explanatory research using non-probability sampling method and purposive sampling technique. The use of questionnaire data collection techniques in the form of a Google form for users of Maxim's online delivery service in the city of Jakarta. 100 respondents</i></p>

participated in this study. data analysis technique Regression analysis was used with SPSS version 25.score software. Based on the research results, service quality has a positive and significant effect. In addition to customer satisfaction, price also has a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality and price together (at the same time) have a significant impact. Customer satisfaction with Maxim online transportation services in the city of Jakarta.

PENDAHULUAN

Di zaman modern ini, dunia telah memasuki era Revolusi Industri 4.0 yang berdampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta dinamika sosialnya. Dari Menurut Thompson et al. Keunggulan Jin (2003) adalah keunggulan teknologi informasi Pengguna teknologi informasi menunggu sementara mereka melakukan tugas mereka. Pengukuran Manfaat ini didasarkan pada frekuensi penggunaan dan variasi aplikasi untuk berlari Hal ini menunjukkan bahwa pembangunan memiliki dampak yang signifikan di segala sector Bisnis. Di ruang jasa transportasi, perusahaan mulai merambah bisnis online di mana mereka mencari peluang menggunakan internet dan smartpone.

Penggunaan internet dan smartpone menjadi masalah di hampir semua aktivitas kebutuhan. Penggunaan internet tidak terbatas pada kalangan tertentu, tetapi hampir semua orang Kabupaten membutuhkan internet untuk memfasilitasi pekerjaan yang dilakukan. Membutuhkan penggunaan internet dan smartpone membuat segalanya menjadi mungkin cepat dan mudah.

Berdasarkan We Are Social Hootsuite - Hasil riset digital di Indonesia per Januari 2021. Pada tahun 2021, pengguna smartpone akan mencapai 96% dari seluruh pengguna internet di Indonesia (ponsel/WLAN). Dalam penggunaan sehari-hari, hasil survei Januari 2021 “We Are Social Hootsuite - Digital in Indonesia 2021” menunjukkan bahwa 77,6% pengguna internet (smartpone) Indonesia menggunakan aplikasi seluler terkait aplikasi peta.

Data menunjukkan bahwa penyedia layanan lalu lintas internet juga bergabung dengan bantuan aplikasi peta yang semakin meningkat seiring bertambahnya jumlah penduduk suatu wilayah mempengaruhi kebutuhan transportasi wilayah tersebut. Pertumbuhan penduduk kota Semarang harus diimbangi dengan ketersediaan infrastruktur yang meliputi ketersediaan transportasi. Ketersediaan layanan transportasi dapat membantu mencapai sumber daya yang optimal dan efisiensi ekonomi. Di bawah ini Anda akan menemukan informasi tentang jumlah penumpang angkutan umum BRT Jakarta tahun 2020-2021 Berdasarkan data di atas, terlihat adanya perbedaan jumlah penumpang BRT Jakarta pada tahun 2020 dan 2021. Pada tahun 2020 jumlah penumpang BRT Jakarta mengalami penurunan akibat Covid-19, namun pada tahun 2021 jumlah penumpang akan meningkat secara signifikan menjadi lebih dari 600.000 penumpang pada bulan Juni dan Desember. Namun angkutan umum di Kota Jakarta dinilai kurang memadai dan pelayanan yang sering ditawarkan bukanlah solusi dari segi efisiensi dan penggunaan waktu, sehingga diperlukan sarana angkutan yang cepat dan tanpa banyak kendala.

Oleh karena itu, layanan transportasi ojek online di kota Jakarta menjadi pilihan meski dirasa ingin sedikit lebih mahal dan dianggap lebih bertenaga karena independensinya Rute dan waktu layanan adalah 24 jam.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online (studi pada konsumen maxim di jakarta).

KAJIAN LITERATUR

Harga merupakan nilai moneter yang ditentukan untuk memperoleh produk atau layanan. Ini melibatkan pembayaran yang harus dilakukan oleh pelanggan.

Kepuasan pelanggan melibatkan penilaian evaluatif atau subjektif yang dilakukan oleh pelanggan terhadap pengalaman mereka dengan produk atau layanan. Ini melibatkan perbandingan antara harapan sebelumnya dan persepsi setelah pengalaman konsumsi.

Kualitas layanan melibatkan persepsi pelanggan terhadap penyediaan layanan, baik dalam hal pemenuhan harapan, penilaian keseluruhan, atau penilaian terhadap aspek-aspek tertentu dari layanan tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian explanatory research. Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Populasi menurut Sugiyono (2014:115), adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian akan ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini adalah pengguna jasa transportasi ojek online Maxim di Kota Jakarta. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan pengambilan sampel melalui pendekatan nonprobability sampling dengan jumlah responden ditentukan secara langsung sebanyak 100 orang berdasarkan (Cooper dan Emory, 1996:221). Kemudian teknik yang digunakan purposive sampling dengan kriteria responden sebagai berikut: (1) Usia minimal 17 tahun, (2) Berdomisili di Kota Jakarta, (3) Pernah dan sedang menggunakan aplikasi layanan Maxim di Jakarta minimal 3 kali dalam 1-2 bulan ini, (4) Responden bertindak sebagai pengambil keputusan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama, secara parsial menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Maxim dengan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil daripada 0,050 dan hasil koefisien korelasi kualitas pelayanan memiliki tingkat keeratan yang kuat sebesar 0,644. Selain itu, hasil koefisien determinasi membuktikan adanya pengaruh kualitas pelayanan sebesar 41,5% dan sisanya 58,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Kemudian jika dilihat dari hasil analisis koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang telah diolah dapat diperoleh nilai t hitung sejumlah 8.335 > t tabel sejumlah 1,984 sehingga dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) yang berbunyi “Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Maxim di Jakarta” diterima.

Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua, secara parsial menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Maxim dengan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil daripada 0,050 dan hasil koefisien korelasi harga memiliki tingkat keeratan yang kuat sebesar 0,624. Selain itu, hasil koefisien determinasi membuktikan adanya pengaruh harga sebesar 38,9% dan sisanya 61,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Kemudian jika dilihat dari hasil analisis koefisien regresi harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang telah diolah diperoleh nilai t hitung sejumlah 7.903 > t tabel sejumlah 1,984 sehingga dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) yang berbunyi “Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Maxim di Jakarta” diterima.

Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga, secara simultan menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Maxim dengan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil daripada 0,050 dan hasil koefisien korelasi kualitas pelayanan dan harga memiliki tingkat keeratan yang kuat sebesar 0,721. Selain itu, hasil koefisien determinasi membuktikan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga sebesar

52% dan sisanya 48% dipengaruhi oleh variabel lain. Kemudian jika dilihat dari hasil analisis koefisien regresi berganda kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) memiliki nilai koefisien beta masing-masing sebesar 0,130 (13%) dan 0,415 (41,5%) secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dan dilihat dari hasil uji F yang telah diolah diperoleh nilai f hitung sejumlah 52.438 > t tabel sejumlah 3.089 sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Maka disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) yang berbunyi “Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Maxim di Jakarta” diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut: (1) Adanyanya pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi online Maxim dengan hubungan korelasi yang tergolong kuat. (2) Adanya pengaruh positif dan signifikan variabel harga (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi online Maxim dengan hubungan korelasi yang tergolong kuat. (3) Adanya pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Maxim di Jakarta.

Berdasarkan kesimpulan yang telah disajikan, maka diajukan sebagai masukan dan bahan pertimbangan perusahaan dalam memecahkan masalah. (1) Berdasarkan hasil rekapitulasi responden secara keseluruhan terkait variabel kualitas pelayanan yang diterima pengguna jasa transportasi online Maxim sudah dinilai baik. Namun, terdapat indikator memiliki nilai paling rendah dibandingkan indikator lain yaitu “Maxim memberikan jaminan biaya dalam pelayanan”. Jaminan biaya yang dimaksudkan Maxim ialah tarif yang tertera pada saat order akan sesuai dengan aplikasi dimulai dari awal melakukan order sampai pengantaran ke akhir tujuan oleh driver. Realitanya terkadang terjadi perubahan yang dialami pengguna bahwa tarif yang ditetapkan berubah saat melakukan perjalanan sehingga membuat pengguna tidak puas dalam menggunakan Maxim. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Maxim masih perlu diperbaiki, maka disarankan kepada perusahaan untuk dapat memperbaiki aplikasi Maxim terkait jarak pemesanan order sampai ke titik tujuan, sehingga saat melakukan perjalanan titik tujuan yang dituju tidak merubah tarif per kilometer Maxim. (2) Berdasarkan hasil rekapitulasi responden secara keseluruhan terkait variabel harga yang diterima pengguna jasa transportasi online Maxim sudah dinilai baik. Namun, terdapat indikator yang nilai rendah yaitu X2.3, menyatakan bahwa “harga yang ditetapkan Maxim lebih rendah dibandingkan pesaingnya”. Maxim menetapkan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan ojek lainnya namun ojek lain (gojek/grab) terkadang menawarkan voucher diskon sehingga harga yang diberikan bisa lebih rendah dibandingkan Maxim. Sehingga, disarankan kepada perusahaan untuk membuat inovasi tambahan terkait pemberian voucher potongan biaya perjalanan. (3) Berdasarkan hasil rekapitulasi responden secara keseluruhan terkait variabel kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Maxim sudah dinilai baik. Namun terdapat indikator yang memiliki nilai rendah. Indikator tersebut menyatakan bahwa “merasa puas sehingga berminat menggunakan Maxim dalam aktifitas sehari-hari”. Menggunakan sehari-hari menandakan bahwa pengguna sangat merasa puas dari segi pelayanan maupun harga yang ditetapkan oleh Maxim. Melihat hasil rekapitulasi terlihat bahwa 29 responden bersikap cukup setuju dan 6 responden bersikap tidak setuju, hal ini menandakan disamping pengguna yang tidak setiap saat menggunakan Maxim juga merasa pelayanan yang diberikan oleh driver tergolong standar seperti ojek online lainnya serta terkadang terjadi crash pada aplikasi yang menyebabkan berubahnya harga yang ditetapkan diawal saat melakukan order sehingga pengguna merasa Maxim tidak memberikan pengalaman yang bagus saat digunakan. Sehingga, disarankan kepada perusahaan untuk dapat menjaga dan mempertahankan kualitas pelayanan dalam melayani pengguna Maxim serta

merujuk pada poin kedua yaitu memberikan voucher diskon atau cashback dalam melakukan order.

REFERENSI

- Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European journal of marketing*, 18(4), 36-44.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing*. Pearson Education.
- Monroe, K. B. (1990). *Pricing: Making profitable decisions*. McGraw-Hill.
- Nagle, T. T., & Holden, R. K. (2002). *The strategy and tactics of pricing: A guide to growing more profitably*. Routledge.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of marketing research*, 17(4), 460-469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Simon and Schuster.