

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA APLIKASI GOJEK DI KOTA TANGERANG

Riri Oktarini

Dosen Prodi D-III Sekretari Universitas Pamulang

ririoktarinilayton@yahoo.com

Abstrak-Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah bermaksud mengetahui apakah dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Gojek khususnya di Kota Tangerang. Metode penelitian yang digunakan adalah Asosiatif kausal. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil pengujian statistik diperoleh hasil sebagai berikut: Kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga memberikan pengaruh yang negatif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan harga Secara simultan dengan menggunakan uji F diketahui memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di Kota Tangerang.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan

Abstract-The purpose of this research is to find out whether the existence of good service quality and price can affect Gojek customer satisfaction in Tangerang City. The research method used is causal associative. The sample used was 100 respondents. Methods of data analysis using validity and reliability, classic assumptions, multiple linear regression, coefficient of determination and hypothesis testing. Based on the results of statistical tests the following results are obtained: Service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction. Price gives a negative and significant effect on customer satisfaction. Quality of service and price Simultaneously using the F test is known to have a positive and significant effect on customer satisfaction of Go-jek application users in the city of Tangerang.

Keywords: service quality, price, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan dibidang teknologi dan informasi saat ini turut berperan serta dalam perkembangan transportasi. Saat ini masyarakat semakin sering untuk memanfaatkan teknologi didalam kehidupan sehari-harinya. Dengan adanya sistem transportasi berbasis *online* membuat pola kegiatan transportasi masyarakat menjadi berubah. Masyarakat modern memanfaatkan *gadget* mereka untuk membantu kegiatan perjalanan yang mereka lakukan. Misalnya dengan

melakukan pemesanan melalui aplikasi *online* terhadap transportasi yang berbasis aplikasi. Peristiwa tersebut sudah menjadi sesuatu yang sering kita jumpai seperti di kota-kota besar termasuk di kota Tangerang.

Salah satu perusahaan yang berkembang saat ini dengan menggunakan sistem aplikasi *online* adalah Gojek. Gojek menyediakan berbagai kemudahan bagi pelanggannya dengan banyaknya produk jasa yang ditawarkannya. Untuk meningkatkan jumlah pengguna jasanya dan memberikan kepuasan kepada pelanggannya maka Gojek perlu memperhatikan faktor layanan berkualitas dan harga yang sesuai dengan manfaat, mengingat banyaknya pesaing yang sejenis seperti Grab yang juga menggunakan aplikasi online.

Masalah yang sering muncul terhadap kualitas pelayanan Gojek adalah masih ditemukannya pengemudi mengendarai sepeda motor dengan kecepatan yang tinggi. Terkadang driver juga tidak memberikan uang kembalian jika kedatangan selisih argo Rp 1000-5000, masalah lain yaitu kondisi keadaan Helm untuk pelanggan seringkali tidak terawat dan kotor, selain itu estimasi kedatangan driver tidak sesuai dengan aplikasi Gojek. Kurangbaiknya pelayanan yang diberikan maka itu akan membuat pelanggan tidak puas dan meyakinkan orang lain untuk pergi ke penyedia lain.

Selain kualitas pelayanan Faktor harga juga sangat mempengaruhi keputusan pengguna jasa, GO-JEK sebagai perusahaan jasa seringkali memasang Tarif Gojek yang sering Berubah-ubah sementara peningkatan pelayanan masih belum optimal.

Adanya ketidakpuasan pada pelanggan berdampak negatif pada penurunan loyalitas pengguna Jasa. Jika pengguna gojek merasa tidak puas, loyalitas tidak akan ditetapkan untuk menggunakan layanan gojek, sehingga mengakibatkan pelanggan akan beralih ke perusahaan sejenis.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang sudah diuraikan tersebut maka dalam penelitian ini bermaksud untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial dan secara simultan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di Kota Tangerang?

Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Pengaruh secara parsial dan secara simultan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di Kota Tangerang.
2. Pengaruh secara parsial dan secara simultan mengenai harga jual terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di Kota Tangerang.

Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah dan Identifikasi masalah di atas maka diberikan suatu perumusan masalah. Adapun perumusan masalah yang penulis buat adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh secara parsial dan secara simultan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di Kota Tangerang?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial dan secara simultan mengenai harga jual terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di Kota Tangerang.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

"Kualitas layanan bertujuan dalam memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan serta ketepatan pengiriman mereka untuk menyeimbangkan keinginan pelanggan", (Tjiptono, 2014:268). Adapun indikator yang digunakan pada kualitas pelayanan yaitu: Bukti Fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Empati.

Harga

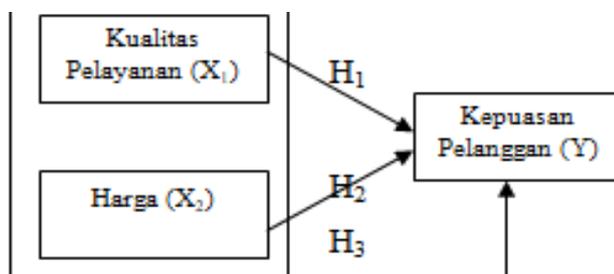
Menurut Lupiyoadi (2013) "Harga adalah manfaat dari layanan yang datang dengan layanan atas berbagai biaya (korban) dari mengkonsumsi layanan tersebut. Biaya ini dapat berupa waktu untuk mengorbankan layanan, aktivitas fisik (energi yang dihabiskan untuk layanan). Adapun harga memiliki beberapa indikator seperti: "Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga dan Kesesuaian harga dengan manfaat" (Kotler dan Amstrong, 2013:278).

Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2014:353), menyatakan bahwa "Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan yang muncul dari perasaan untuk mengevaluasi suatu produk atau pengalaman layanan".

Adapun indikator pembentuk kepuasan konsumen yaitu: kesesuaian harapan, melakukan pemakaian ulang dan kesediaan merekomendasi (Tjiptono, 2014:101).

Kerangka Berfikir dan Hipotesis



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Hipotesis yang digunakan yaitu:

Diduga baik secara parsial dan juga secara simultan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan

Penelitian ini menggunakan asosiatif kausal. Penelitian asosiatif adalah rumusan masalah penelitian yang membutuhkan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam studi asosiatif, ada hubungan simetris, kausal, dan saling terkait. (Sugiyono, 2009)

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pengguna layanan Aplikasi Gojek di Kota Tangerang. Mengingat bahwa jumlah populasi yang sangat begitu besar sehingga akan memakan waktu, biaya dan energi, maka peneliti melakukan penarikan sampel sebanyak 100 responden.

Metode Analisis

Perhitungan analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Normalitas, multikolinearitas, dan Uji heteroskedastisitas) Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi serta pengujian Hipotesis (uji t secara parsial dan uji f secara simultan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)			
KP 1	0,655	0,197	Valid
KP 2	0,681	0,197	Valid
KP 3	0,739	0,197	Valid
KP 4	0,834	0,197	Valid
KP 5	0,851	0,197	Valid
KP 6	0,884	0,197	Valid
KP 7	0,869	0,197	Valid
KP 8	0,727	0,197	Valid
KP 9	0,829	0,197	Valid
KP 10	0,817	0,197	Valid
Harga (X_2)			
H 1	0,827	0,197	Valid
H 2	0,822	0,197	Valid
H 3	0,818	0,197	Valid
H 4	0,837	0,197	Valid
H 5	0,860	0,197	Valid
H 6	0,864	0,197	Valid
H 7	0,798	0,197	Valid
H 8	0,910	0,197	Valid
H 9	0,925	0,197	Valid
H 10	0,792	0,197	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)			
Kep 1	0,827	0,197	Valid
Kep 2	0,822	0,197	Valid
Kep 3	0,818	0,197	Valid
Kep 4	0,837	0,197	Valid
Kep 5	0,860	0,197	Valid
Kep 6	0,864	0,197	Valid
Kep 7	0,798	0,197	Valid
Kep 8	0,910	0,197	Valid
Kep 9	0,925	0,197	Valid
Kep 10	0,792	0,197	Valid

Sumber : SPSS Versi 25

Berdasarkan pada tabel 1. tersebut diketahui keseluruhan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,197 maka semua pernyataan dianggap valid.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

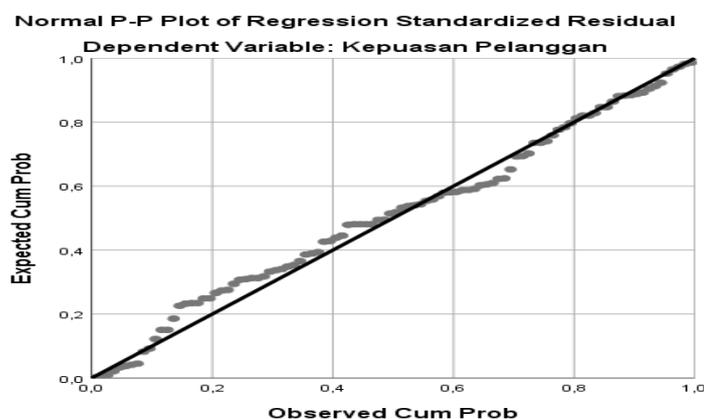
Variabel	Cronbach Alpha	Keputusan
Kualitas pelayanan (X ₂)	0,930	Reliabel
Harga (X ₂)	0,955	Reliabel
Kepuasan pelanggan (Y)	0,949	Reliabel

Sumber: SPSS Versi 25 (2019)

Tabel 2 menunjukkan bahwa keseluruhan nilai *Cronbach Alpha* diatas nilai 0,60 yang artinya seluruh jawaban responden sangat konsisten dan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Gambar 2. Uji Normalitas

Diagram probabilitas normal memperlihatkan sebaran titik yang mengikuti garis diagonal artinya normalitas data terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

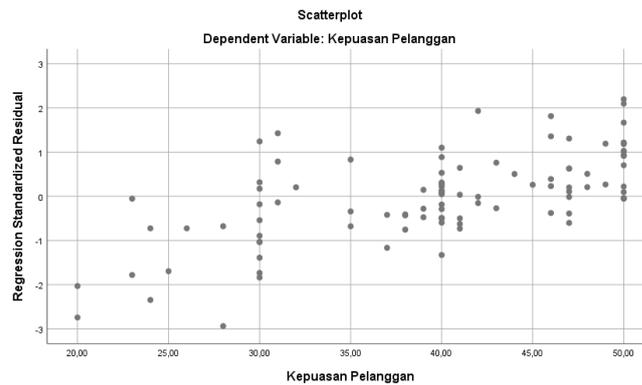
Tabel 3 Hasil Uji Multikolineritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	0.902	1.109
	Harga	0.902	1.109

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa Ttdak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel bebas dikarenakan angka *Tolerance* yang jauh lebih tinggi dari 0,1 serta angka *VIF* yang lebih kecil 10.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar 3 memperlihatkan dengan jelas sebaran data yang menyebar dari atas dan juga dari bawah dan tidak ada sebaran data yang bepola pada satu sebaran menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak menyebabkan heteroskedatilitas.

Hasil Regresi linier Berganda

Tabel 4 Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	33.925	2.904	
	Kualitas Pelayanan	0.385	0.053	0.500
	Harga	-0.290	0.045	-0.444

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

$$Y = 33,925 + 0,385X_1 - 0,290X_2$$

1. Konstanta sebesar 33,925 menandakan jika kedua variabel independen tidak meningkat atau bernilai nol, maka kepuasan pelanggan akan tetap bernilai sebesar 33,925.
2. Nilai regresi 0,385X₁ (positif) menunjukkan apabila adanya peningkatan yang dihasilkan dari kualitas pelayanan (X₁), maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,385 satuan.
3. Nilai regresi -0,290X₂ (negatif) menunjukkan apabila adanya peningkatan yang disebabkan oleh harga (X₁) naik justru mengakibatkan penurunan kepuasan pelanggan (Y) sebesar -0,290 satuan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,765 ^a	0.586	0.577
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan			
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan			

Hasil ini menunjukkan kontribusi (dampak) sebesar 58,6% yang dihasilkan dari kedua variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan adapun 41,4% adalah penyebab dari faktor-faktor lain.

Hasil uji hipotesis

Tabel 6 uji t parsial

Model	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.
Kualitas Pelayanan	7.263	1,984	0.000
Harga	-6.457	1,984	0.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan			

Nilai t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan (X₁) 7,263 > t_{tabel} 1,984 signifikan sebesar 0,000 < 0,05 memperlihatkan adanya pengaruh kualitas pelayanan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di Kota Tangerang.

Variabel harga memiliki nilai t_{hitung} (X₂) -6,457 < t_{tabel} 1,984 signifikan sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di Kota Tangerang.

Tabel 7 Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	4014.026	2	2007.013	68.614	,000 ^b
	Residual	2837.334	97	29.251		
	Total	6851.360	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan						

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai F_{hitung} 68,614 > F_{tabel} 3,09 dengan signifikan yang lebih kecil daripada 0,05 maka menandakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dan

didukung harga yang baik pula yang dilakukan secara serempak akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di Kota Tangerang.

PENUTUP

Kesimpulan

Secara parsial dan secara simultan kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di Kota Tangerang. Adapun variabel yang memiliki pengaruh negatif adalah variabel harga dengan angka koefisien regresi -0,290.

Saran

Gojek harus dapat bersaing dengan pesaing serupa, mempromosikan layanan (ketepatan, keakuratan, ramah dan sopan) yang baik. Persepsi pelanggan sangat penting untuk keberlanjutan perusahaan, karena citra ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Diharapkan harga Gojek tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan harga pesaing maka dari itu kebijakan penetapan harga perlu di perhitungkan secara matang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abul Kalam, Md. Moshir Rahman dan Md, Abdullah. 2012. *The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Hotel in Khulna Bangladesh*, Research Journal of Finance and Accounting, Vol. 3 No. 4.
- Achmad, Shofiyuddin As'ad dan Noermijati, 2013, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit NU Tuban)*, Vol 11 No 3 2013, Jurnal Aplikasi Manajemen.
- Aryani, D dan Rosinta, F. 2010. *Pengaruh kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi. Vol.17.No.2.
- Burhanudin, 2018, *Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusat*, Volume 10, No. 1, April 2018, pp. 75-86, e-ISSN: 2502-5449. Sosio e-Kons.
- Dewa Gede Adi Adnyana dan Ni Wayan Sri Suprpti, 2018, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Denpasar*, E-Jurnal Manajemen, [S.l.], v. 7, n. 11, p. 6041 - 6069, aug. 2018. ISSN 2302-8912.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rina, Sukmawati, 2018, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa Universitas Yogyakarta*, Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Volume 7, Nomor 2, Tahun 2018 ISSN:2549-5771.
- Runtuuwu, Johanes Gerardo, Sem Oroh dan Rita Taroreh, 2014, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado*, Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1803-1813, ISSN 2303-1174.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sunyoto, Danang, 2016, *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.