

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GOJEK DI KOTA UNGARAN

Pitaloka Dharma Ayu¹⁾, Yunita Khusnul Khotimah²⁾, Fajar Suryatama³⁾, Nurmiyati⁴⁾
Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI, Jawa Tengah, Indonesia,
ayuloka@gmail.com, yunitakhusnul@gmail.com, fsuryatama@gmail.com, zeus.ramses@yahoo.com

Abstrak

Persaingan antara aplikator transportasi online semakin ketat, mereka saling adu strategi untuk merebut konsumen pengguna jasa tersebut. Berbagai cara dilakukan untuk membuat konsumen merasa puas atas produk-produk aplikator, diantaranya adalah layanan pelanggan dan harga dimana didalam penelitian ini mencoba mencari tahu sejauh mana kualitas layanan dan harga berkontribusi terhadap tingkat kepuasan konsumen agar mereka melakukan pembelian ulang dan loyal. Tujuan penelitian ini untuk mencari tahu apakah dengan strategi kualitas layanan dan harga akan memberi pengaruh besar pada kepuasan konsumen. Metode penelitian kuantitatif, uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, uji determinasi dan uji t. Pengolahan data dengan SPSS 25. Berdasarkan tabel uji t diatas dapat diketahui hasil uji t variabel kualitas layanan (X1) terhadap Kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 2,661 (lebih besar dari t tabel sebesar 1,985) dan nilai signifikansi sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil uji t untuk variabel harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 4,619 dan memiliki nilai lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Nilai F hitung sebesar 23,436 dan lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Keywords:

Kualitas layanan, Harga, Kepuasan Konsumen

1. Pendahuluan

Ketatnya persaingan antara perusahaan transportasi online disebabkan banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang dan area yang sama serta semakin menurunnya permintaan konsumen terhadap produk transportasi online. Area Kabupaten Semarang terdapat 4 aplikator (GoJek, Grab, Shopee, Maxim) yang memperebutkan pengguna jasa transportasi online. Berbagai strategi telah ditempuh oleh aplikator baik melalui program diskon, differensiasi produk layanan, harga murah dan lain-lain. Penulis dalam penelitian ini melihat fenomena masalah yang muncul dari sudut Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen sebagai berikut;

Kualitas pelayanan atau *service quality* adalah tingkat keunggulan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumen/pelanggan atau penerima layanan. Tujuan kualitas pelayanan adalah untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan, yakni *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kelima dimensi ini membentuk pengalaman pelanggan yang baik yang dapat membantu perusahaan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (mitracom ekasarana)

Gap Kualitas Pelayanan :

1. Waktu menunggu driver datang dianggap lama. (jarak titik jemput jauh akibat jam sibuk atau logaritma driver gacor. Tingkat keramaian/kondisi lalu-lintas pada jam-jam sibuk)

2. Waktu tunggu driver di resto terlalu lama. (resto banyak pesanan, waktu memasak terlalu lama dan prioritas pembeli offline)
3. Adanya kebijakan double order dari aplikator, membuat konsumen terlalu lama menunggu baik untuk customer yang pertama (pesanan sudah hampir selesai, order kedua masuk) maupun
4. Kondisi kendaraan tidak dalam performa maksimal.
5. Atribut driver (jaket, helm, jas hujan dan lain-lain) kurang terawat.

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan (Christy, 2019). Pengertian harga menurut Swastha "Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya" (Swastha, 2019:190). Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. (Indrasari, 2019:36).

Gap Harga :

1. Harga dianggap lebih mahal dari competitor (Grab, Shopee, Maxim)
2. Adanya biaya lain-lain diluar harga produk dan biaya antar/kirim
3. Ongkos promo atau murah konsekuensinya posisi driver jauh dari titik jemput, beresiko cancel oleh driver.

Oliver (dalam Peter dan Olson, 1996) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengonsumsi. (Indrasari, 2019:86).

Westbrook & Reilly (dalam Tjiptono, 2005) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli. (Indrasari, 2019:86).

Gap Kepuasan konsumen

1. Konsumen merasa tidak puas karena apa yang didapat tidak sesuai dengan harga yang dikeluarkan.
2. Layanan dan produk seringkali tidak sesuai ekspektasi/harapan.

Perumusan masalah dalam penelitian ini:

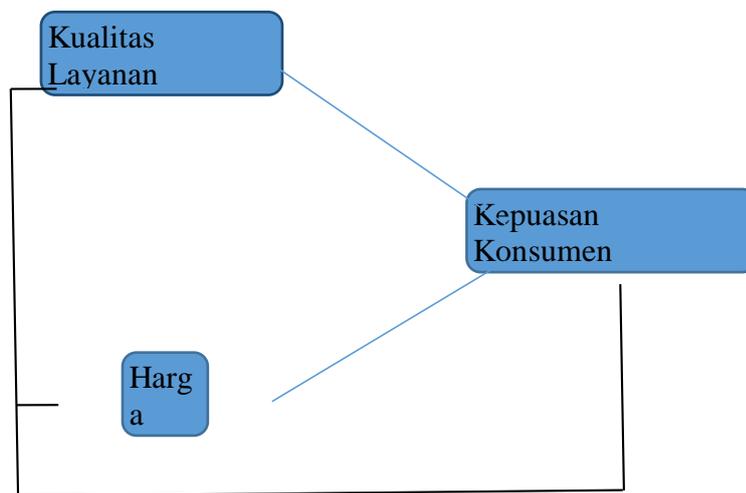
1. Adakah pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen Gojek di Jota Ungaran?
2. Adakah pengaruh antara harga dengan kepuasan konsumen Gojek di Kota Ungaran?
3. Adakah pengaruh secara bersama-sama antara kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Gojek di Kota Ungaran

2. Metodologi Penelitian

Masalah penelitian ini akan dipecahkan dengan metode kuantitatif deskriptif, lokasi penelitian dilakukan di wilayah kecamatan ungaran barat dan kecamatan ungaran timur. Populasi penelitian adalah konsumen pengguna layanan jasa Gojek di area kecamatan ungaran barat dan kecamatan ungaran timur, untuk sampel dengan menggunakan rumus slovin ditemukan hasil 99,982, pengambilan sampel dengan teknik simple random sampling. Indikator penelitian : Kualitas layanan yakni a) *tangibles*, b) *reliability*, c) *responsiveness*, d) *assurance*, dan e) *empathy*., Indikator Harga Menurut Fure (2013:276)(dalam Indrasari, 2019:43) indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain : a. Harga yang sesuai dengan manfaat b. Persepsi harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil

keputusan. c. Harga barang terjangkau d. Persaingan harga e. Kesesuaian harga dengan kualitasnya. Indikator kepuasan konsumen yakni a) kualitas produk b) kualitas layanan konsumen c) Harga d) kemudahan meng-akses produk e) Cara iklan produk (jubelio.com). Teknik analisis data dilakukan dengan beberapa metode yakni dengan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji determinasi dan uji t. Pengolahan data dengan menggunakan SPSS 25. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk lebih menguatkan roadmap penelitian penulis di bidang layanan produk jasa online dan transportasi online serta menjadi acuan penyusunan strategi para aplikator layanan jasa transportasi online.

Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Pikir

Hipotesis :

- H1 : Diduga kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gojek di Kota Ungaran
- H2 : Diduga Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gojek di Kota Ungaran
- H3 : Diduga Kualitas layanan dan Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gojek di Kota Ungaran

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

1. Analisis deskriptif

Hasil pengisian kuesioner didapatkan responden yang berkelamin Perempuan berjumlah sebanyak 66 responden dan yang berkelamin laki – laki berjumlah sebanyak 34 responden. Sedangkan berdasarkan usia, responden yang berusia 18 – 25 tahun berjumlah sebanyak 51 responden, yang berusia 26 – 30 tahun berjumlah sebanyak 16 responden, yang berusia 31 – 40 tahun berjumlah sebanyak 16 responden, yang berusia 41 – 50 tahun berjumlah sebanyak 11 responden, yang berusia 51 – 60 tahun berjumlah sebanyak 6 responden.

2. Uji Validitas

Uji validitas diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Determinasi

No	r Hitung	r Tabel
X1.	0.710	0,55

1		3
X1.2	0.655	0,553
X1.3	0.579	0,553
X1.4	0.585	0,553
X1.5	0.685	0,553
X2.1	0.787	0,553
X2.2	0.692	0,553
X2.3	0.786	0,553
X2.4	0.557	0,553
X2.5	0.861	0,553
Y1.1	0.885	0,553
Y1.2	0.880	0,553
Y1.3	0.580	0,553
Y1.4	0.673	0,553
Y1.5	0.753	0,553

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa r hitung berkisar antara 0,557 s/d 0,880, sehingga secara keseluruhan, nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,553). Kesimpulannya bahwa instrumen penelitian yang digunakan adalah valid.

3. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

	Variabel	Nilai Reliabilitas	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Layanan	0.821	> 0.6	Reliabel
2	Harga	0.779	> 0.6	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen	0.797	> 0.6	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah 2024

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa nilai reliabilitas berkisar antara 0,779 s/d 0,821 sehingga secara keseluruhan, nilai reliabilitas lebih besar daripada cronbach alpha (>0,60). Kesimpulannya bahwa kehandalan kuesioner penelitian yang digunakan kepada responden memiliki kekonsistenan dan dinyatakan reliabel.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,888	1,986		3,468	0,001
	Kualitas Layanan	0,255	0,096	0,244	2,661	0,009
	Harga	0,390	0,084	0,424	4,619	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer yang diolah 2024

Uji Regresi Linier Berganda Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan nilai persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut : $Y = 6,888 + 0,255 X1 + 0,390 X2$. Dari nilai persamaan regresi yang diperoleh menunjukkan bahwa:

- Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,255. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel lain bernilai tetap dan variabel kualitas layanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel Kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,255.
- Nilai koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 0,390. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel lain bernilai tetap dan variabel harga mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,390.
- Nilai konstanta sebesar 6,888, berarti jika nilai kualitas layanan dan harga sebesar 0, maka kepuasan konsumen naik sebesar konstanta 6,888.

5. Uji t

Hasil Uji t dapat dijelaskan melalui tabel dibawah ini :

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,888	1,986		3,468	0,001
	Kualitas Layanan	0,255	0,096	0,244	2,661	0,009
	Harga	0,390	0,084	0,424	4,619	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Tabel 4. Uji t

Sumber: Data Primer yang diolah 2024

Berdasarkan tabel uji t diatas dapat diketahui hasil uji t variabel kualitas layanan (X1) terhadap Kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 2,661(lebih besar dari t tabel sebesar 1,985) dan nilai signifikansi sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil uji t untuk variabel harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 4,619 dan memiliki nilai lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

6. Uji Determinasi

Hasil uji determinasi tersaji pada tabel berikut:

Tabel 5. Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.571 ^a	0,326	0,312	1,93742

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

Sumber : Data primer yang diolah 2024

Dari tabel uji determinasi diatas dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai koefisien determinasi atau adjusted R square adalah 0,312. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas dalam

penelitian ini (kualitas layanan dan harga) mampu menjelaskan variabel terikat (kepuasan konsumen) sebesar 31,2%, sedangkan sisanya sebesar 68,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

7. Uji F

Hasil Uji F tersaji pada tabel berikut;

Tabel 6. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	175,940	2	87,970	23,436	<,001 ^b
	Residual	364,100	97	3,754		
	Total	540,040	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Layanan

Sumber : Data Primer yang diolah 2024

Tabel diatas memperlihatkan nilai F hitung sebesar 23,436 dan lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil ini menjadikan hipotesis 3 dapat diterima.

3.2 Pembahasan

Dari hasil pengolahan data variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan konsumen diperoleh hasil, bahwa : Nilai regresi sebesar 0,255 dan bernilai positif, hal ini berarti terdapat pengaruh antara variabel X1 terhadap Y. Hasil uji t variabel X1 terhadap Y adalah sebesar 2,661 dan memiliki nilai lebih besar dari t tabel sebesar 1,985 ($2,661 > 1,985$). Nilai signifikansi sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan konsumen. Hipotesis 1 dapat diterima.

Dari hasil Pengolahan Data Variabel harga terhadap Variabel kepuasan konsumen didapatkan hasil : Nilai regresi X2 sebesar 0,390 dan bernilai positif, hal ini berarti terdapat pengaruh antara variabel X2 terhadap Y. Hasil uji t untuk variabel X2 terhadap Y sebesar 4,619 ($4,619 > 1,985$). Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hipotesis 2 dapat diterima. Nilai F hitung sebesar 23,436 dan lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil ini menjadikan hipotesis 3 dapat diterima.

4. Simpulan

Simpulan penelitian ini utamanya bahwa variabel kualitas layanan dan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Gojek di Kota Ungaran. Hal ini menunjukkan bahwa dalam memenangkan persaingan antar aplikator transportasi online dalam

menentukan strategi untuk memenangkan persaingan dapat berdasarkan pada 2(dua) variabel tersebut.

5. Daftar Pustaka

Christy Jacklin Gerung, Janjte Sepang dan Sjendry Loindong, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado Jurnal EMBA Vol V No .2

Basu DH Swastha, dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta:Liberty,2019.

Ghozali. Imam. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang, 2018.

Indrasai, meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya, 2019.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung, 2014.

<https://mitracomm.com>

Jubelio.com