

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GOJEK (STUDI PADA MAHASISWA UNWAHA)

Nadya Uswatun Chasanah¹, Ashlihah², Kholis Firmansyah³
^{1,2,3}Universitas KH. Abdul Wahab Hasbullah

Email: tsadanadya@gmail.com, ashlihah@unwaha.co.id, kholisfirmansyah@unwaha.ac.id

ABSTRACT

In the view of Islam, to achieve the level of satisfaction one must prioritize several things, namely that the goods consumed are halal, both in essence and how to obtain them, are not israf (exaggeration) and tabzir (meaningless). The factors that affect customer satisfaction are service quality and price. This study aims to determine whether there is an effect of service quality and price on customer satisfaction. The object of this research is UNWAHA students who use Gojek services. This study uses data collection techniques, observation, and documentation. The method used in this research is quantitative method with multiple linear regression techniques. The analytical method used is descriptive analysis, classical assumption test, and regression equation test with service quality (X1), price (X2), and customer satisfaction (Y). The results of the study show that together the variables of service quality and price have a significant effect on customer satisfaction of online Gojek transportation for UNWAHA students. Evidenced by the results of the t value $2.983 > t$ table 1.661 and the effect of price on customer satisfaction is the value of t count $7.363 > t$ table 1.661 .

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction, and Islamic Economy

ABSTRAK

Dalam pandangan islam, untuk mencapai tingkat kepuasan harus mementingkan beberapa hal, yaitu adalah barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara dzatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersifat israf (berlebih-lebihan) dan tabzir (sia-sia). Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Objek penelitian ini adalah mahasiswa UNWAHA yang menggunakan layanan Gojek. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data, observasi, dan dokumentasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kuantitatif dengan teknik regresi linier berganda. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji persamaan regresi dengan kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil penelitian memperlihatkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi online gojek pada mahasiswa UNWAHA. Dibuktikan dari hasil nilai t hitung $2,983 > t$ tabel $1,661$ dan untuk pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan adalah nilai t hitung $7,363 > t$ tabel $1,661$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Ekonomi Islam

PENDAHULUAN

Di zaman yang semakin modern, kebutuhan masyarakat menjadi semakin beragam. Hal ini memunculkan peluang bisnis-bisnis baru termasuk pada bidang transportasi. (Didin Fatihudin 2019) Transportasi online berawal dari ketidakpuasan masyarakat terkait jasa transportasi konvensional. Dalam meningkatkan kepuasan konsumen, salah satu faktor yang perlu diperhatikan adalah kualitas pelayanan dan juga harga. Universitas KH. Abdul Wahab Hasbullah merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang mempunyai jumlah mahasiswa yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Lokasi kampus yang masih berada di bawah naungan pondok pesantren, menjadikan sebagian besar dari mahasiswanya adalah seorang santri. Sehingga banyak pula yang terkendala oleh permasalahan kendaraan bagi mereka yang tidak memiliki kendaraan pribadi. Untuk memenuhi kebutuhannya mereka menggunakan layanan transportasi online salah satunya adalah Gojek. Tidak hanya untuk berkendara, mahasiswa juga menggunakan Gojek untuk memesan makanan, melakukan pembayaran, belanja online, dan sebagai media untuk ber kirim barang. Pada awal peluncurannya, Gojek hanya berupa layanan pemesanan ojek dengan *call-center*. Pada tahun 2015 Gojek mengalami perkembangan yang pesat setelah membuat aplikasi dengan tiga layanan utama yaitu GoRide, GoMart, dan GoSend. Mulai saat itu Gojek terus mengalami perkembangan dan kemajuan bahkan dalam lingkup Asia Tenggara. Dengan menggunakan aplikasi Gojek, pengguna dapat dengan mudah melakukan pemesanan dan dapat mengetahui keberadaan driver yang dipesan, bahkan saat ini pembayaranpun dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi tersebut. (Hartati 2017)

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa UNWAHA yang menggunakan transportasi online Gojek, Populasi dalam penelitian adalah keseluruhan dari objek penelitian yang bisa berupa manusia, tumbuhan, hewan, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, yang kemudian akan menjadi sumber penelitian. (Didin Fatihudin 2019) Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UNWAHA pengguna jasa transportasi online Gojek. Sedangkan Soekidji menjelaskan bahwa sampel merupakan

bagian yang diambil dari jumlah keseluruhan objek yang diteliti yang dianggap mewakili semua populasi.(Machfudz Masyhuri 2014) Pengambilan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu (Nurdin 2017):

$$n = \frac{N}{1 + eN^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = standar deviasi

Adapun jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 1.650 mahasiswa. Sehingga dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

N (jumlah populasi) = 1.650, e (standar deviasi) = 10%

$$n = \frac{N}{1 + eN^2}$$

$$n = \frac{1650}{1 + (1650 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{1650}{1 + (1650 \times 0,01^2)}$$

$$n = \frac{1650}{1 + 16,5}$$

$$n = \frac{1650}{17,5}$$

$$n = 94,28 = 95$$

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* dimana teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik *Probability Sampling* yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yaitu untuk menentukan anggota sampel pada penelitian yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi tersebut.(Sugiyono 2016)

Instrumen Penelitian

Tabel 1 : Variabel Penelitian dan Definisi Operasional
Sumber : Data diolah 2020

Variabel	Devinisi Variabel	Indikator
Variabel Independen Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam memenuhi harapan konsumen. (Tjiptono, 2007)	1. <i>Tangibles</i> (bukti langsung) 2. <i>Reliability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 4. <i>Emphaty</i> (empati)
Harga (X2)	Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat dari penggunaan jasa atau produk tersebut (Kotler dan Armstrong, 2010 :314).	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa 3. Daya saing harga
Variabel Dependen Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara kinerja yang telah dihasilkan dengan harapan yang telah dibandingkan kinerjanya (Yuliarmi dan Riyasa,2007).	1. Konfirmasi harapan 2. Minat membeli ulang 3. Kesiediaan merekomendasikan

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur suatu sikap, prilaku, pendapat, persepsi baik seseorang maupun kelompok terkait fenomena sosial. Skala likert untuk keperluan analisis kuantitatif akan diberikan skor sebagai berikut :

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = setuju

4 = sangat setuju

Kriteria Penilaian:

Sangat Baik : 85% - 100%

Baik : 66% - 84%

Kurang Baik : 36% - 50%

Tidak Baik : 0% - 35%

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dibagikan kepada mahasiswa yang ada di UNWAHA yang termasuk pengguna transportasi online Gojek.

Uji Instrumen

Uji instrumen pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil dari uji validitas dengan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 2 : Hasil Uji Validitas

Kualitas Pelayanan (X1)

No	R Hitung	R Tabel 5% (95)	Keterangan
1	0,653	0,202	Valid
2	0,643	0,202	Valid
3	0,661	0,202	Valid
4	0,771	0,202	Valid
5	0,778	0,202	Valid
6	0,790	0,202	Valid
7	0,749	0,202	Valid
8	0,726	0,202	Valid
9	0,698	0,202	Valid

10	0,689	0,202	Valid
----	-------	-------	-------

Harga (X2)

No	R Hitung	R Tabel 5% (95)	Keterangan
1	0,854	0,202	Valid
2	0,850	0,202	Valid
3	0,814	0,202	Valid
4	0,726	0,202	Valid
5	0,717	0,202	Valid
6	0,634	0,202	Valid

Kepuasan Pelanggan (Y)

No	R Hitung	R Tabel 5% (95)	Keterangan
1	0,681	0,202	Valid
2	0,711	0,202	Valid
3	0,686	0,202	Valid
4	0,751	0,202	Valid
5	0,714	0,202	Valid
6	0,766	0,202	Valid
7	0,792	0,202	Valid
8	0,739	0,202	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel di atas memperlihatkan bahwa R hitung dari masing-masing item lebih besar daripada R tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam instrument penelitian ini adalah valid.

Sedangkan untuk hasil dari uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 3 : Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha yang diisyaratkan	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,771	0,6	Reliabel
2	Harga	0,792	0,6	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,777	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel di atas memperlihatkan bahwa nilai koefisien alpha dari seluruh item pertanyaan yang dijadikan sebagai instrumen penelitian adalah $> 0,6$. Sehingga semua item pertanyaan yang dijadikan instrumen dapat dipercaya keandalannya.

Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, *variable dependent*, *variable independent*, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

b. Uji Linieritas

Untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat tersebut bersifat linear atau tidak, dapat dilihat pada nilai signifikansi.

- Signifikansi $< 0,05$, berarti data tersebut tidak linear.
- Signifikansi $> 0,05$, berarti data tersebut linear

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya suatu multikolinearitas diantara variabel bebas yang termasuk dalam model. Multikolinearitas muncul apabila diantara variabel bebas memiliki hubungan yang sangat kuat.(Widodo 2009)

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t sebelumnya pada model regresi linier yang digunakan.

e. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda ini dipakai untuk melihat adanya pengaruh antara variabel bebas (terdiri dari kualitas pelayanan dan kewajaran harga) terhadap variabel terikat (yaitu kepuasan pelanggan transportasi online grab). Adapun rumus dari analisis regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Kepuasan pelanggan transportasi online Grab

a = *Constanta* (koefisien regresi)

b_1 = Koefisien regresi untuk X_1

b_2 = Koefisien regresi untuk X_2

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Kewajaran harga

3. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan

4. Uji Hipotesis

1) Uji T

Uji parsial (Uji T) koefisien regresi dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial signifikan mempengaruhi variabel terikat.

2) Uji F

Teknik ANOVA (Uji F) digunakan untuk menguji distribusi atau variansi means dalam variabel penjelas secara simultan atau bersama-sama apakah telah signifikan menjelaskan variasi dari variabel yang dijelaskan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 4 : Karakteristik Responden

Berdasarkan jenis kelamin

NO	JENIS KELAMIN	JUMLAH RESPONDEN	PRESENTASE
1	Perempuan	69	56%
2	Laki – laki	26	44%
TOTAL		95	100%

Berdasarkan Fakultas

NO	FAKULTAS	JUMLAH RESPONDEN	PRESENTASE
1	FAI	40	42,10%
2	FTI	13	13,68%
3	FE	9	9,48%
4	FIP	24	25,26%
5	FP	9	9,48%
TOTAL		95	100%

Berdasarkan Prodi

NO	PRODI	JUMLAH RESPONDEN	PRESENTASE
1	Ekonomi Syariah	19	20%
2	Pendidikan Bahasa Arab	6	6,31%
3	Pendidikan Agama Islam	15	15,79%
4	Sistem Informasi	10	10,53%

5	Informatika	3	3,16%
6	Pendidikan Matematika	5	5,26%
7	Pendidikan Biologi	6	6,31%
8	Pendidikan Fisika	4	4,21%
9	Pendidikan Bahasa Inggris	10	10,53%
10	Manajemen	9	9,47%
11	Agrobisnis	7	7,37%
12	Agroekoteknologi	1	1,06%
TOTAL		95	100%

Sumber : Data Diolah 2020

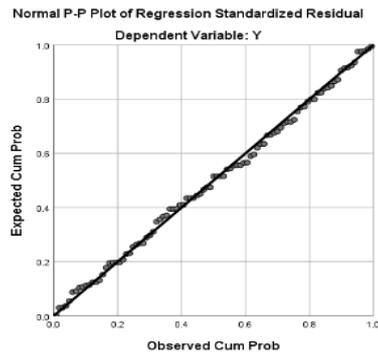
Berdasarkan tabel karakteristik responden di atas dapat dilihat bahwa berdasarkan jenis kelamin, jumlah perempuan lebih banyak daripada laki-laki yaitu 56% , berdasarkan fakultas di dominasi oleh Fakultas Agama Islam dengan 42,10%, sedangkan untuk prodi di dominasi oleh Prodi Ekonomi Syariah dengan 20%.

Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Berikut adalah hasil untuk uji normalitas



Sumber : Output SPSS

Berdasarkan hasil uji grafik menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linearitas

Berikut adalah hasil untuk uji linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y Between	(Combined)	702.858	12	58.572	16.71	.000
* Groups					8	
X	Linearity	634.205	1	634.205	181.0	.000
2					19	
	Deviation from Linearity	68.653	11	6.241	1.781	.071
	Within Groups	287.289	82	3.504		
	Total	990.147	94			

Sumber : Output SPSS

Hasil uji linearitas dapat dilihat dalam ANOVA table yaitu nilai signifikansi dari *Deviation form Linearity*. Nilai signifikansi dari table di atas adalah 0,071, nilai ini berada di atas 0,05. Maka data variabel dikatakan linear.

c. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standar	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	dized Coefficients			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.941	1.448		3.412	.001		
	X1	.192	.064	.252	2.983	.004	.499	2.003
	X2	.736	.100	.622	7.363	.000	.499	2.003

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS

Pada tabel coefisient terlihat bahwa dalam kedua variabel independent bernilai 2,003. Karena nilai VIF adalah 2,003 maka nilai tersebut kurang dari 5 sehingga menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.820 ^a	.672	1.878	2.006

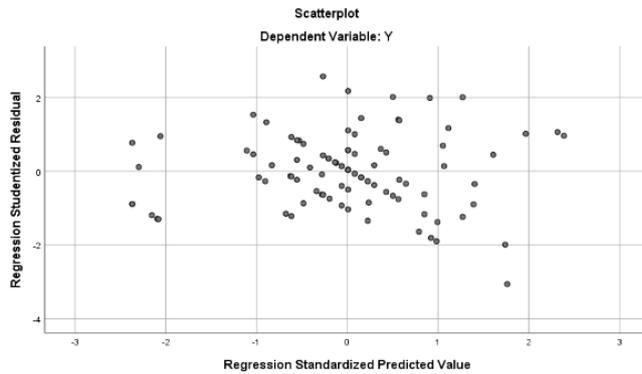
a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS

Pada tabel model summary nilai Durbin Watson yang dihasilkan adalah 2,006. Karena nilai Durbin Watson berada antara < 1 dan > 3 berarti model regresi di atas tidak terdapat masalah autokorelasi.

e. Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output SPSS

Dari grafik di atas dapat kita lihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.941	1.448		3.412	.001
	Kualitas Pelayanan	.192	.064	.252	2.983	.004
	Harga	.736	.100	.622	7.363	.000

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 4.14, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 4,941 + 0,192 X_1 + 0,736 X_2.$$

3. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 ^a	.672	.665	1.878

a. Predictors: (Constant), X₂, X₁

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS

Sesuai dengan kriteria pengujian $R^2 = 0,665$ mendekati 1, maka kepuasan pelanggan dan harga mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Data tersebut juga menunjukkan bahwa variabel bebas dapat menjelaskan presentase sumbangan terhadap naik turunnya besarnya kualitas pelayanan sebesar 66,5% sedangkan sisanya 33,5% perubahan besarnya kepuasan pelanggan disebabkan faktor lain di luar model penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

a. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	665.602	2	332.801	94.340	.000 ^b
	Residual	324.546	92	3.528		
	Total	990.147	94			

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, KualitasPelayanan

Sumber : Output SPSS

Dari hasil perhitungan regresi berganda dengan SPSS 26 di atas diperoleh hasil F hitung sebesar 94,340 dan F tabel sebesar 2,36 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($94,340 > 2,36$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa Unwaha pengguna transportasi online gojek.

b. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.941	1.448		3.412	.001
	KualitasPelayanan	.192	.064	.252	2.983	.004
	Harga	.736	.100	.622	7.363	.000

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber : Output SPSS

Dari hasil perhitungan regresi berganda dengan SPSS 26 di atas dilihat nilai t hitung dari masing-masing variabel. Suatu variabel dikatakan signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ di mana t_{tabel} adalah 1,661. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa Unwaha pengguna transportasi online Gojek karena nilai t hitung setiap variabel tersebut $> t_{tabel}$. Untuk variabel kualitas pelayanan adalah $2,983 > 1,661$, dan variabel harga adalah $7,363 > 1,661$.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Gojek pada mahasiswa UNWAHA

Berdasarkan hasil penelitian di atas, bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung, keandalan, daya tanggap, dan empati memberikan pengaruh pada

kepuasan pelanggan transportasi online Gojek pada mahasiswa UNWAHA. Hal ini sesuai dengan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan transportasi online Gojek pada mahasiswa UNWAHA. Ini dibuktikan dengan nilai t hitung adalah $(2,983) > t$ tabel $(1,661)$.

Berdasarkan pada pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa tentu saja kualitas pelayanan menjadi yang utama. Hal ini juga menunjukkan bahwa kelima indikator dari kualitas pelayanan tersebut juga ikut berkontribusi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Driver* gojek telah tersebar di mana-mana sehingga selalu ada kapanpun kita butuhkan, mengetahui pengetahuan terkait dengan sistem dan produk yang ada pada perusahaan gojek, cepat tanggap menanggapi keluhan dari pelanggan, *customer care* terbuka atas segala kritik dan saran dari pelanggan.

Besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dapat dilihat dari uji R^2 yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 66,5%.

Kualitas pelayanan yang semakin baik dan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, begitupun sebaliknya jika kualitas pelayanan semakin buruk dan tidak memenuhi ekspektasi pelanggan, maka kepuasan pelanggan juga akan menurun. Dengan kualitas pelayanan yang tinggi, akan menciptakan adanya loyalitas terhadap pelanggannya.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Gojek pada mahasiswa UNWAHA

Berdasarkan hasil penelitian di atas, bahwa harga yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa, dan daya saing harga memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan transportasi online Gojek pada mahasiswa UNWAHA. Hal ini sesuai dengan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel harga terhadap kepuasan pelanggan transportasi online Gojek pada mahasiswa UNWAHA. Ini dibuktikan dengan nilai t hitung adalah $(7,363) > t$ tabel $(1,661)$.

Berdasarkan pada pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1

diterima yang artinya terdapat pengaruh antara harga dengan kepuasan pelanggan. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa tentu saja penentuan harga menjadi yang utama. Hal ini juga menunjukkan bahwa ketiga indikator dari harga tersebut juga ikut berkontribusi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tarif yang ditawarkan oleh Gojek sebanding dengan kemampuan daya beli pelanggan, tarif yang ditawarkan juga sebanding dengan kualitas yang didapatkan, serta tarif Gojek adalah tarif yang sesuai dengan tarif normal transportasi online lainnya.

Besarnya pengaruh harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dapat dilihat dari uji R^2 yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 66,5%.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan secara Simultan

Secara simultan ke dua variabel di atas yaitu kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara bersama-sama. Sebagaimana bahwa kualitas pelayanan adalah sebagai kunci sukses atau tidaknya sebuah pelayanan. Karena kualitas pelayanan inilah yang langsung dirasakan oleh pelanggan. Begitu juga dengan harga yang memegang peranan penting dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Penetapan harga juga harus disesuaikan dengan kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga keduanya menjadi *balance*. Tanpa adanya kualitas pelayanan yang baik dan penetapan harga yang sesuai, maka kepuasan pelanggan tidak akan tercapai.

Hal ini juga dibuktikan dengan hasil analisis regresi yang menunjukkan bahwa dari dua variabel yaitu kualitas pelayanan dan harga, dari hasil uji f dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,10$ atau F hitung $94,34 > F$ tabel $2,36$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (harga) secara simultan terhadap variabel Y .

Besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y yaitu, tingkat kepuasan pelanggan secara simultan dapat dilihat dari uji R^2 yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 66,5%. Sedangkan 33,5 nya dipengaruhi oleh faktor lain diluar kepuasan pelanggan dan harga.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hipotesis dalam penelitian mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan transportasi online Gojek pada mahasiswa UNWAHA, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

- 1) Kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi online Gojek pada mahasiswa UNWAHA. Dibuktikan dari hasil uji statistik menggunakan uji signifikansi parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai sig untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar $0,004 < 0,10$ dan nilai t hitung $2,983 > t$ tabel $1,661$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya adalah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Harga secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi online Gojek pada mahasiswa UNWAHA. Dibuktikan dari hasil uji statistik menggunakan uji signifikansi parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai sig untuk pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar $0,000 < 0,10$ dan nilai t hitung $7,363 > t$ tabel $1,661$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya adalah terdapat pengaruh antara harga dengan kepuasan pelanggan.
- 2) Kepuasan pelanggan dan harga secara simultan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan transportasi online Gojek pada mahasiswa UNWAHA. Sebagaimana hasil dari uji signifikansi simultan (uji F) yang menunjukkan bahwa nilai sig sebesar $0,000 < 0,10$ atau F hitung $94,340$ dan F tabel sebesar $2,36$ dengan α ($\alpha = 0,10$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh variabel X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (harga) secara simultan terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan). Prosentase sumbangan kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap besarnya pendapatan sebesar $66,5\%$ sedangkan sisanya $33,5\%$ merupakan besarnya pendapatan yang disebabkan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

Walaupun kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, namun ada indikator yang mendapat nilai rendah daripada yang lainnya. Sehingga di harapkan indikator tersebut dapat diperbaiki untuk hasil yang lebih maksimal.

- 1) Dari segi kualitas pelayanan, keterbukaan *customer care* dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan mendapat skor terendah dari pelanggan.(Sudaryono 2016) Sehingga dapat dilakukan panduan bagaimana menyampaikan kritik saran kepada perusahaan dan dapat lebih ditingkatkan lagi terkait bagaimana perusahaan merespon segala kritik dan saran yang datang dari pelanggan.
- 2) Sedangkan dari segi kepuasan pelanggan, indikator yang mendapat skor terendah adalah pernyataan bahwa minat membeli ulang sesuai dengan promo yang menarik. Ini artinya promo dari Gojek dapat ditingkatkan lagi agar menarik lebih banyak lagi masyarakat dengan tidak merugikan perusahaan Gojek sendiri.

DAFTAR RUJUKAN

- Didin Fatihudin, M. Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hartati, Sri. 2017. *Etika Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Bank Syariah*. Malang: UB Press.
- Machfudz Masyhuri. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi*. Malang: Genius Media.
- Nurdin, Hartati. 2017. *Metedologi Penelitian Sosial*. Malang: UB Press.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Widodo. 2009. *Metodelogi Penelitian Populer & Praktis*. Bandung: Alfabeta.
- <https://www.gojek.com/about>, diakses pada tanggal 23 Maret 2020.