

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Gojek Di Kota Solo

Atiska Eka Parya

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Slamet Riyadi

Email: [ikoeka588@gmail.com](mailto:ikoeka588@gmail.com)

**Abstract:** *The purpose of conducting this research is to find out how the influence of service quality and price on consumer satisfaction of Gojek users in Solo City. This research is quantitative using a questionnaire. The sample taking technique in this study used the Leedy formula with a sample size of 100 respondents. The sampling technique used in this research is purposive sampling. The results of this study explain that service quality has a significant effect on consumer satisfaction of Gojek users in Solo City, with a positive regression coefficient meaning that if the quality of service is getting better, then the consumer satisfaction of Gojek users in Solo City has also increased. This study also explains that price has a significant effect on consumer satisfaction of Gojek users in Solo City, with a positive regression coefficient meaning that if prices are cheaper, then Gojek user consumer satisfaction in Solo City has also increased.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, Consumer Satisfaction*

**Abstrak:** Tujuan melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo. Penelitian ini bersifat kuantitatif menggunakan kuesioner. Teknik mengambil sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Leedy dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo, dengan nilai koefisien regresi yang bertanda positif berarti apabila kualitas pelayanan semakin baik, jadi kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo juga mengalami peningkatan. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo, dengan nilai koefisien regresi yang bertanda positif berarti apabila harga semakin murah, jadi kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo juga mengalami peningkatan.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

## **PENDAHULUAN**

Dizaman yang semakin berkembang ini, teknologi komunikasi mengalami inovasi yang semakin maju dan sangat bermanfaat bagi hidup manusia. Internet adalah salah satu teknologi yang saat ini banyak digunakan oleh manusia karena memudahkan bagi penggunanya. Faktor utama banyaknya jumlah pengguna internet di Indonesia karena mudahnya komunikasi dan mendapatkan informasi. Hadirnya berbagai jasa layanan online saat ini yang dapat dijangkau langsung oleh konsumen, yang dapat memudahkan seluruh kegiatan sehari-hari. Dari berbagai jasa layanan online tersebut ada perusahaan jasa layanan transportasi online karya anak bangsa. Hadirnya jasa transportasi online ini sangat berpengaruh bagi segala kegiatan dan aktivitas hidup masyarakat. Layanan jasa transportasi online ini juga sangat membantu untuk mempercepat waktu agar lebih efektif dan efisien.

Pertengahan tahun 2015 layanan transportasi online mulai muncul. Salah satu perusahaan yang menjadi pelopor layanan transportasi online adalah Gojek buatan anak bangsa Indonesia. Berawal dari layanan transportasi ojek online, kini aplikasi Gojek mempunyai lebih dari 20 layanan yang menjadi solusi untuk mengatasi masalah masyarakat Indonesia. Gojek termasuk salah satu platform teknologi terbesar yang melayani jutaan penggunanya di Asia Tenggara dengan mengembangkan tiga Super-app : untuk customer, untuk mitra driver, dan juga mitra dagang (www.Gojek.com,2019). Maret 2019 Gojek menyebutkan bahwa, aplikasi Gojek sudah diunduh lebih dari 142 juta kali, dengan lebih dari 2 juta mitra pengemudi (www.CNBC,2019). Dengan ini menyatakan sebagian penduduk Indonesia telah menjadi pengguna aktif internet dan juga menjadi pengguna Gojek. Yang awalnya hanya dari Ibu Kota Jakarta, Gojek saat ini telah ada di berbagai daerah Indonesia termasuknya Jawa Tengah (www.Gojek.com,2019).

Salah satu yang tidak lepas dari ekspansi perusahaan Gojek adalah wilayah Kota Solo. Kota Solo merupakan pusat wilayah Karesidenan Surakarta yang meliputi (Karanganyar, Sragen, Sukoharjo, Wonogiri, Klaten, dan Boyolali). Kota Solo disebut sebagai "The Spirit of Java", yaitu kota pusat perkembangan peradaban Jawa yang kini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Banyaknya masyarakat dari berbagai wilayah Karesidenan Surakarta yang bermigrasi ke Kota Solo dengan adanya tujuan berbisnis dan melanjutkan pendidikan. Jumlah penduduk yang meningkat, semakin tinggi tingkat mobilitasnya, sangat berdampak kepada kebutuhan manusia terhadap sarana transportasi. Transportasi yang ada di Indonesia, masih sangat didominasi oleh pengguna kendaraan pribadi pada aktivitas sehari - hari, dikarenakan beberapa masyarakat

beranggapan nilai plus dari sisi keamanan dan kenyamanan dibanding menggunakan transportasi umum. Hadirnya Gojek di Kota Solo memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat untuk dapat kemudahan dari layanan transportasi dengan fitur GO-RIDE dan dengan harga yang murah dan juga askes yang mudah.

Kualitas pelayanan adalah suatu hal yang begitu penting bagi layanan transportasi online, tetapi di Gojek masih ditemukan masalah seperti, pengemudinya yang masih mengendarai sepeda motor dengan kecepatan yang tinggi, pesanan yang tidak kunjung direspon sehingga susah mendapat pengemudi, pengemudinya tidak sesuai dengan yang ada difoto aplikasi Gojek, dan tidak sesuai dengan prosedurnya (Oktarini, 2019). Gojek masih sering kali mengubah tarif harga sedangkan peningkatan pelayanannya belum optimal.

Kepuasan konsumen menjadi faktor hal yang penting dalam sebuah layanan jasa. Jika suatu konsumen merasa puas pada suatu produk yang dia gunakan maka akan kembali menggunakan produk tersebut. Saat ini persaingan semakin ketat karena terdapat banyak layanan transportasi online yang bermunculan. Untuk dapat mempertahankan konsumennya Gojek akan selalu meningkatkan kualitas pelayanan dan akan memberikan harga yang sesuai.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Menurut (Alma, 2014: 130) menyatakan bahwa "Manajemen Pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan". Sedangkan menurut (Amstrong, 2015: 30) mendefinisikan manajemen pemasaran "The art and science of choosing target markets and building profitable relationships with them". Yang artinya "seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan mereka".

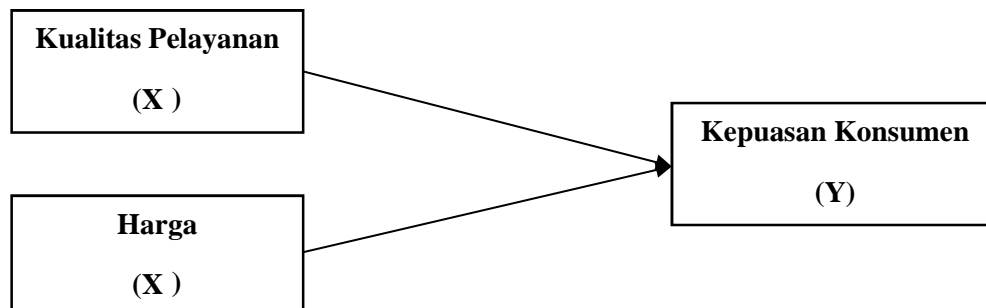
Menurut (Tjiptono, 2018: 59) "Kualitas Pelayanan merupakan tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan". Menurut Gunawan (2018) "Kalitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan".

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2018: 308) "Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa". Menurut (Tjiptono, 2019) pengertian "Harga adalah sejumlah

uang (satuan moneter) dan atau aspek lain ( non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa".

Tjiptono (2014 : 353), menyatakan bahwa "Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan yang muncul dari perasaan untuk mengevaluasi suatu produk atau pengalaman layanan". Menurut (Kotler dan Keller 2016 : 196), "Kepuasan konsumen mencerminkan suasana hati entah itu senang atau sedih sesudah mengetahui bahwa ada perbedaan dari produk yang dia pakai dengan produk homogen dari perusahaan pesaing". Menurut (Tjiptono, 2017 : 275) "Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapan nya".

Kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disusun dari dasar fakta-fakta, observasi, dan kajian kepustakaan. Berikut adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini :



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- H** : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo.
- H** : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana bersumber dari data primer, melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen pengguna Gojek di kota Solo. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna Gojek di kota Solo. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Leedy, sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

#### Deskripsi responden

**Tabel 1. Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki - laki	41	41%
Perempuan	59	59%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2023

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa responden laki - laki sebanyak 41 orang (41%) dan perempuan sebanyak 59 orang (59%).

#### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas ini menggunakan analisis pearson product moment correlations dengan tingkat signifikan 5%. Butir pernyataan dinyatakan valid jika tiap butirnya menghasilkan p value 0,05. Sebaliknya dinyatakan tidak valid jika pada tingkat signifikan 5% tiap butirnya menghasilkan p value 0,05. Berikut hasil uji validitas masing - masing variabel:

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

		Correlations					
		K.Plyn1	K.Plyn2	K.Plyn3	K.Plyn4	K.Plyn5	X1
K.Plyn1	Pearson Correlation	1	,601**	,656**	,385**	,338**	,775**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
K.Plyn2	Pearson Correlation	,601**	1	,582**	,550**	,513**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
K.Plyn3	Pearson Correlation	,656**	,582**	1	,440**	,339**	,781**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
K.Plyn4	Pearson Correlation	,385**	,550**	,440**	1	,494**	,752**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
K.Plyn5	Pearson Correlation	,338**	,513**	,339**	,494**	1	,696**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	,775**	,842**	,781**	,752**	,696**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data primer diolah, 2023

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan diatas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid karena diperoleh p value  $< 0.05$ .

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

		Correlations					
		Hrg1	Hrg2	Hrg3	Hrg4	Hrg5	X2
Hrg1	Pearson Correlation	1	,654**	,606**	,413**	,250*	,769**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,012	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Hrg2	Pearson Correlation	,654**	1	,678**	,582**	,155	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,124	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Hrg3	Pearson Correlation	,606**	,678**	1	,691**	,273**	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,006	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Hrg4	Pearson Correlation	,413**	,582**	,691**	1	,410**	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Hrg5	Pearson Correlation	,250*	,155	,273**	,410**	1	,541**
	Sig. (2-tailed)	,012	,124	,006	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	,769**	,818**	,854**	,816**	,541**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : data primer diolah, 2023

Hasil uji validitas variabel harga diatas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid karena diperoleh p value < 0,05.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen**

		Correlations					
		K.Knsm1	K.Knsm2	K.Knsm3	K.Knsm4	K.Knsm5	Y
K.Knsm1	Pearson Correlation	1	,299**	,072	,112	,202*	,514**
	Sig. (2-tailed)		,003	,477	,268	,043	,000
	N	100	100	100	100	100	100
K.Knsm2	Pearson Correlation	,299**	1	,368**	,291**	,287**	,654**
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,003	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100
K.Knsm3	Pearson Correlation	,072	,368**	1	,482**	,374**	,676**
	Sig. (2-tailed)	,477	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
K.Knsm4	Pearson Correlation	,112	,291**	,482**	1	,633**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,268	,003	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
K.Knsm5	Pearson Correlation	,202*	,287**	,374**	,633**	1	,751**
	Sig. (2-tailed)	,043	,004	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	,514**	,654**	,676**	,756**	,751**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: data primer diolah, 2023

Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen diatas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid karena diperoleh p value < 0.05.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel kuesioner disebut reliabel atau handal jika jawaban responden pada pertanyaan adalah konsisten. Dalam pengujian reliabilitas ini menggunakan Cronbach's Alpha, apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

Variable	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,827	0,60	Reliabel
Harga	0,817	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,691	0,60	Reliabel

Sumber : data primer diolah, 2023

Hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel (kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen) > nilai kritis (0,60), maka didalam penelitian ini keseluruhan variabel dikatakan reliabel.



## Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji apakah data yang diamati memiliki distribusi normal atau tidak. Uji statistik yang digunakan untuk mengetahui normalitas adalah uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Kriteria yang digunakan jika p value  $> 0,05$  berarti data terdistribusi normal, sebaliknya apabila p value  $< 0,05$  berarti data tidak terdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas :

**Tabel 6. Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,78979851
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,065
	Negative	-,045
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber : data primer diolah, 2023

Hasil uji normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov dapat dilihat bahwa p value sebesar  $0,200 > 0,05$ , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Uji multikolinearitas bisa diketahui melalui nilai Tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai Tolerance value  $> 0,10$  dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka hasil pengujian multikolinearitas sebagai berikut :

**Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,399	1,487		5,649	,000		
Kualitas Pelayanan	,328	,067	,414	4,907	,000	,834	1,200
Harga	,301	,070	,361	4,283	,000	,834	1,200

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : data primer diolah, 2023

Hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 sehingga tidak terjadi multikolinieritas, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang berarti antara masing-masing variabel independen dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual pada satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Dalam uji heteroskedastisitas penelitian ini menggunakan uji Glejser dengan kriteria p value > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika p value < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,286	,905		3,629	,000
	Kualitas Pelayanan	-,074	,041	-,196	-1,811	,073
	Harga	-,023	,043	-,057	-,527	,599

a. Dependent Variable: ABSRES\_1

Sumber: data primer diolah, 2023

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai p value > 0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi ketidaknyamanan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek. Pengujian analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

**Tabel 9. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	8,399	1,487	
	Kualitas Pelayanan	,328	,067	,414	4,907	,000
	Harga	,301	,070	,361	4,283	,000

Sumber: data primer diolah, 2023

Hasil diatas dapat dijabarkan ke dalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 8,399 + 0,328X + 0,301X$$

Hasil regresi linear yang diperoleh diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut ini :

- a. Konstanta (a) : 8,399 bertanda positif, jadi apabila variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) sama dengan nol (0) maka kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo adalah positif.
- b.  $b = 0,328$  bertanda positif, jadi apabila kualitas pelayanan semakin baik, maka kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo juga akan mengalami peningkatan dengan asumsi variabel harga yang dianggap tetap.
- c.  $b = 0,301$  bertanda positif, jadi apabila harga semakin terjangkau, maka kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo juga akan mengalami peningkatan dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dianggap tetap.

Uji t digunakan untuk membuktikan signifikansi pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) secara parsial. Langkahnya sebagai berikut :

- a. Menentukan Hipotesis Nihil ( $H_0$ ) dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ )
 

$H_0 : \beta = 0$  Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen

$H_a : \beta \neq 0$  Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen
- b. *Level of significance* ( $\alpha$ ) = 0,05
- c. Kriteria pengujian yaitu
 

Ho diterima jika p value  $\geq 0,05$

Ho ditolak jika p value  $< 0,05$
- d. Hasil Penelitian
 

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 10. Hasil Uji t**

Variable	t	Sig.	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	4.907	.000	H terbukti kebenarannya
Harga	4.283	.000	H terbukti kebenarannya

Sumber : data primer diolah, 2023

e. Kesimpulan

- 1) Hasil dari uji t pengaruh variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 4,907 dengan p value (0,000) < 0,05, jadi Ho ditolak dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo, jadi H terbukti kebenarannya.
- 2) Hasil dari uji t pengaruh variabel harga diperoleh nilai t hitung 4,283 dengan p value (0,000) < 0,05, jadi Ho ditolak dapat diartikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo, jadi H terbukti kebenarannya.

Uji ketepatan model ini digunakan untuk menguji ketepatan model di dalam melihat pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) pada variabel terikat (kepuasan konsumen). Uji ketepatan model regresi ini menggunakan uji F. Langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

a. Menentukan Ho dan Ha

Ho :  $\beta = \beta = 0$ , artinya model tidak tepat digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen)

Ha :  $\beta \neq 0$  berarti model tepat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen)

b. Level of significance ( ) = 0,05

c. Kriteria Pengujian

Ho diterima jika p value  $\geq 0,05$

Ho ditolak jika p value < 0,05

d. Hasil Penelitian

Hasil uji ketepatan model dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 11. Hasil Uji Ketepatan Model**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	233,626	2	116,813	35,729	,000 <sup>b</sup>
Residual	317,134	97	3,269		
Total	550,760	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber : data primer diolah, 2023

Hasil uji ketepatan model diatas memperoleh nilai F hitung sebesar 35,729 dan dengan p value 0,000 sehingga  $< 0,05$  yang artinya model tersebut tepat digunakan untuk memprediksi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo.

### **Koefisien Determinasi**

Analisis ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya (kepuasan konsumen) yang dinyatakan dalam persentase, sebagai berikut:

**Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,651 <sup>a</sup>	,424	,412	1,808

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

Sumber : data primer diolah, 2023

Hasil uji regresi linier berganda di dalam penelitian ini memperoleh koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>) sebesar 0,412 yang artinya besarnya pengaruh dari variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo sebanyak 41,2%, sedangkan sisanya sebanyak 58,8% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, contohnya adalah kenyamanan dan promosi.

## **2. Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo dengan p value (0,000)  $< 0,05$ , jadi H1 terbukti kebenarannya. Jika nilai koefisien regresi bertanda positif artinya kualitas pelayanan semakin baik, maka kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo juga akan mengalami peningkatan. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu dari Freckley et al (2018), Oktarini (2019) dan Kresnamurti Agung et al (2019) yang menyatakan "bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen".

Pelayanan merupakan suatu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang bisa terjadi jika antara perusahaan dan pelanggan saling merasakan kepuasan pada penyampaian produk atau jasa yang disampaikan kepada pelanggan (Tjiptono, 2012: 145). Implikasi didalam penelitian ini adalah pada upaya untuk meningkatkan kepuasan melalui kualitas pelayanan adalah

diperlukan driver Gojek yang memberikan rasa nyaman dan aman kepada konsumennya dengan cara berhati-hati dalam berkendara, serta wajib melaksanakan protokol kesehatan.

### **Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo dengan p value  $(0,000) < 0,05$ , jadi  $H_0$  terbukti kebenarannya. Jika nilai koefisien regresi bertanda positif artinya apabila harga semakin terjangkau, maka kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo juga akan mengalami peningkatan. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu dari Kresnamurti Agung et al (2019) yang menyatakan "bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen".

"Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (a statement of value) atau perbandingan antara persepsi terhadap manfaat dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk" (Tjiptono, 2012: 179). Penentuan harga yang murah pada transportasi online tersebut dapat pula meningkatkan kepuasan konsumen. Implikasi didalam penelitian ini adalah pada upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui harga adalah perlunya keberanian Gojek dalam penentuan harga yang bersaing dipasaran dan terkadang perlu memberikan promo atau potongan harga agar para konsumennya tidak beralih atau pindah ke transportasi online yang lain.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan antara lain sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo, jadi  $H_0$  terbukti kebenarannya. Jika nilai koefisien regresi bertanda positif artinya apabila kualitas pelayanan semakin baik, maka kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo juga akan mengalami peningkatan.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo, jadi  $H_0$  terbukti kebenarannya. Jika nilai koefisien regresi bertanda positif artinya apabila harga semakin terjangkau, maka kepuasan konsumen pengguna Gojek di Kota Solo juga mengalami peningkatan.

## **Saran**

Saran yang dapat diberikan antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Driver Gojek

Driver Gojek hendaknya menjaga kehati-hatian saat berkendara sehingga konsumen merasa aman menggunakan jasa Gojek.

2. Bagi Manajemen Gojek

Manajemen Gojek hendaknya memberikan promosi penjualan ataupun potongan harga untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap transportasi online Gojek.

3. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian lanjutan dengan menambah variabel lain seperti kenyamanan dan promosi penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Febrilia, I. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pengguna transportasi ojek online grab. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 204-225.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Nurjamad, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Pada Kepuasan Pelanggan Fitur Go-Ride Pt. Gojek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Teknologi*, 13(1), 1-11.
- Oktarini, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang. 6. *Jurnal Sekretari/ Vol*, 6(2), 249.
- Rahmadhiansyah, R. A., & Suwitho, S. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN GO-JEK DI KOTA SURABAYA. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(10).
- Say, A. B. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Jakarta. *Journal of Economics and Business UBS*, 11(2), 119-129.
- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada perusahaan jasa ojek online go-jek di kota Kediri). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208-224.