

.....

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN GO-JEK MILLENNIAL SALATIGA**

**Oleh**

**Salsabila Tisat Anisa<sup>1)</sup>, Muammar Taufiqi Lutfi Mustofa<sup>2)</sup>, Ahmad Ulil Albab Al Umar<sup>3)</sup>,  
Dessy Fitria<sup>4)</sup>, Yolanda Sryta Pradani<sup>5)</sup>, Yuni Inawati<sup>6)</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga

Email: <sup>3</sup>[ahmadulil.asfebi@gmail.com](mailto:ahmadulil.asfebi@gmail.com)

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah guna mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga pada kepuasan pelanggan Go-jek di Salatiga. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna Go-Jek Millennial di Salatiga. Sampel dalam penelitian adalah 101 responden pelanggan Go-jek milenial di Salatiga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan SPSS menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan go-jek milenial Salatiga. Secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan go-jek, kemudian untuk persepsi harga juga berpengaruh secara signifikan dan positif pada kepuasan pelanggan go-jek millennial di Salatiga. Perusahaan Go-jek dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui tulisan ini. Studi ini juga berfungsi untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang salah satu jasa yang sekarang ini banyak digunakan di kalangan milenial yaitu Go-jek.

**Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Persepsi harga, Kepuasan pelanggan, Millennial & Go-jek.**

**PENDAHULUAN**

Di era digital perkembangan teknologi informasi berkembang dengan sangat cepat. Teknologi informasi sangat bermanfaat bagi kegiatan manusia sehari-hari. Saat ini banyak bisnis yang menggunakan internet untuk menunjang dan memudahkan kegiatan perusahaan. Transportasi merupakan salah satu hal yang dibutuhkan oleh manusia dari berbagai kalangan. Adanya perpaduan antara transportasi dengan teknolog akan sangat memudahkan aktivitas manusia yang mana manusia menggunakan transportasi untuk melakukan sesuatu. Adanya peluang tersebut dimanfaatkan oleh PT Go-jek Indonesia untuk dikembangkan untuk menjadi sebuah bisnis.

PT Go-jek Indonesia merupakan bisnis yang menggabungkan internet dengan transportasi dengan menyediakan jasa ojek *online* dan taksi *online* sehingga menghasilkan transportasi yang berbasis teknologi. Selain itu Go-jek juga menyediakan berbagai layanan

yang lain sesuai kebutuhan customer yaitu jasa GO-Food merupakan jasa layanan pesan antar makanan, GO-Send yaitu kurir untuk mengirim surat dan barang, GO-Mart yaitu layanan untuk berbelanja dari berbagai macam toko, GO Box yaitu layanan pindah barang ukuran besar, GO-Massage adalah layanan pijat profesional langsung ke rumah, GO-Clean yaitu layanan kebersihan profesional, GO-GLAM yaitu jasa layanan kecantikan, GO-TIX yaitu layanan pembelian tiket, dan GO-Busway yang merupakan layanan untuk memonitor jadwal bus Transjakarta (Septayuda, 2018).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perbandingan perasaan seseorang antara harapan dan hasil kerja atau sesuatu yang telah didapatkan (Kotler & Amstrong, 2005). Indikator pembentuk kepuasan yaitu: kesesuaian harapan, melakukan pemakaian ulang dan bersedia merekomendasi. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi kepuasan

pelanggan yaitu kualitas pelayanan dan persepsi harga.

Kualitas pelayanan adalah mutu dari sebuah pelayanan yang diberikan oleh go-jek kepada pelanggan sesuai dengan standar prosedur pelayanan. Kualitas pelayanan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat loyal terhadap penyedia layanan (Oktarini, 2019).

Harga adalah jumlah dari uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang dan kombinasinya serta pelayanannya (Septayuda, 2018). Sedangkan Kotler & Armstrong (2005), mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang diberikan untuk mendapatkan suatu produk barang atau jasa dan manfaatnya.

Banyak masyarakat yang menggunakan aplikasi gojek disamping manfaatnya yang beragam, gojek juga dirasa lebih menghemat waktu serta ongkos, karena gojek sering memberikan diskon pada harga layanannya. Penggunaan gojek mudah dilakukan yaitu dengan mendownload aplikasinya, kemudian registasi sebagai kustomer, tanpa dipungut biaya pendaftaran sepeserpun kita sudah bisa menggunakan aplikasi gojek. Sebagai salah satu jasa transportasi online yang banyak digunakan dan diminati oleh berbagai kalangan, gojek tentu saja mengutamakan pelayanan diantaranya fasilitas dan kenyamanan kustomer. Pelayanan dinilai menjadi faktor yang sangat penting untuk menentukan kepuasan konsumen. Untuk itu, PT Gojek menyediakan tempat pengaduan yang dapat berisi saran dan kritik maupun ulasan bagi para driver. Tempat tersebut dengan memberikan sistem rating yang dimulai dari bintang satu (pelayanan buruk) hingga bintang lima (pelayanan memuaskan). Hal tersebut sebagai upaya Gojek untuk menjamin kualitas pelayanan bagi para kustomer. Disisi lain, penetapan harga yang diberikan oleh penyedia layanan jasa juga akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Karena ketika harga terlampau mahal konsumen bisa saja

melakukan protes, oleh karena itu, ketika harga tidak sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan maka konsumen akan berpersepsi bahwa kualitas jasa pelayanan tersebut jelek (Fatihudin & Firmansyah, 2019).

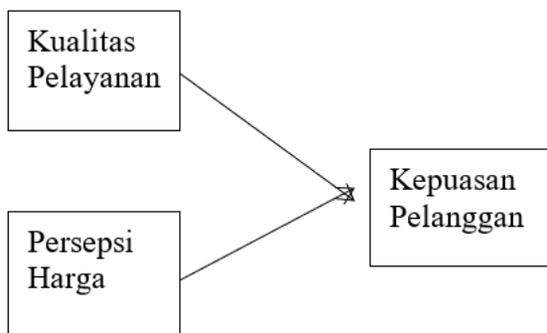
Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Karsasih & Muniarti (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain milik Adyana & Suprpti (2018) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan juga positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, pada kenyataannya masih banyak keluhan ketidakpuasan yang disampaikan kustomer, terhadap pelayanan Gojek. Terbukti dengan masih adanya kustomer yang memberikan rating bintang satu terhadap driver yang menunjukkan bahwa kustomer tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2016) juga mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian sekarang penulis mengambil tema yang sama yaitu tentang kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan dan persepsi harga sebagai variabel independen. Penelitian ini memperbaharui penelitian serupa. Pada penelitian ini menggunakan subjek pengguna Go-jek Milenial Kota Salatiga yang membedakan dengan penelitian terdahulu.

Adapun tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan persepsi harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan pengetahuan yang berguna bagi seluruh pihak terkait terutama bagi perusahaan Go-Jek di Salatiga, karena kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup sebuah perusahaan.

## Kerangka Penelitian

Gambar. 1 Kerangka Penelitian



## Pengembangan Hipotesis

**H<sub>1</sub>:** Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek Millennial di Salatiga.

**H<sub>2</sub>:** Persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek Millennial di Salatiga.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan analisis kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh dari kuesioner yang disebarluaskan secara online untuk memudahkan memperoleh data. Populasi pada penelitian ini merupakan pengguna Go-Jek di Salatiga. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan didasarkan pada kriteria yang telah ditentukan, yaitu mahasiswa di Salatiga yang menggunakan layanan aplikasi Go-Jek. Berdasarkan kriteria tersebut, data dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner yang telah diisi sejumlah 110 mahasiswa yang pernah menggunakan layanan aplikasi Go-Jek. Analisis data pada penelitian ini menggunakan statistik parametric dengan alat analisis regresi berganda (Septayuda, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Temuan Penelitian

#### Analisis Deskriptif

Data mengenai responden disajikan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Informasi Demografis

| Demografis                | Persentase |
|---------------------------|------------|
| <b>Gender</b>             |            |
| Laki-laki                 | 44.8       |
| Perempuan                 | 55.1       |
| <b>Usia</b>               |            |
| 17                        | 2,0        |
| 19                        | 18,8       |
| 20                        | 46,5       |
| 21                        | 12,9       |
| 22                        | 8,9        |
| 23                        | 5,9        |
| 24                        | 1,0        |
| 25                        | 2,0        |
| 28                        | 1,0        |
| 29                        | 1,0        |
| Sumber: Data diolah, 2019 |            |

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa jumlah responden dalam penelitian ini adalah 101 responden dimana didominasi oleh perempuan dengan presentase 55.1% dan responden laki-laki dengan presentase 44.8%. Sementara pada usia, responden pada penelitian ini didominasi oleh responden yang berumur 20 tahun dengan presentase 46.5%, responden yang berumur 17 tahun adalah 2.0%, responden yang berumur 19 tahun dengan presentase 18.8%, responden berumur 21 tahun dengan presentase 12.9%, responden dengan umur 22 tahun dengan presentase 8.9%, responden berumur 23 tahun dengan presentase 5.9%, responden berusia 24 dengan presentase 1.0%, responden berusia 25 dengan presentase 2.0%, responden berusia 28 dengan presentase 1.0% dan responden berusia 29 tahun dengan presentase 1.0%.

Jawaban yang diberikan oleh responden diukur menggunakan kuesioner yang tersusun atas jawaban yang diskalakan dengan skala Likert 5 poin. Skala Peringkat Likert 1 menunjukkan bahwa jawaban sangat tidak setuju

hingga Skala Peringkat Likert 5 yang menunjukkan bawa jawaban sangat setuju.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini juga dilakukan pengujian validitas dan reabilitas guna menguji instrumen yang digunakan dalam penelitian. Hasil dari pengujian validitas dan reabilitas akan disajikan ke dalam tabel 2 dan tabel 3.

**Tabel 2. Hasil KMO dan Bartlett of Sphericity**

| Pengujian              | Nilai |
|------------------------|-------|
| Sample Adequacy KMO    | 0.811 |
| Bartlett of Sphericity | 0.000 |

Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengujian KMO dan uji Bartlett sphericity, dapat diketahui bahwa nilai KMO adalah 0.811 yang menunjukkan bahwa nilainya lebih baik. Sedangkan nilai dari Bartlett Sphericity sama dengan 0.00 yang menunjukkan bahwa hasil pengujian adalah signifikan. Dari pemeriksaan validitas tersebut, dapat dilihat bahwa instrumen dalam penelitian ini adalah valid.

**Table 3. Uji Validitas dan Reliabilitas**

| Item   | Loading |
|--|---------|
| <b>Kualitas Pelayanan (CR=0.816)</b>                     |         |
| Penampilan driver bersih dan rapi                        | 0.773   |
| Jaket Go-jek menarik                                     | 0.821   |
| Pelayanan tepat waktu dan tersedia saat dibutuhkan       | 0.781   |
| Pelayanan cepat dan sigap                                | 0.772   |
| Driver tidak ngebut di jalan                             | 0.820   |
| Driver mengetahui dengan baik lokasi tujuan              | 0.775   |
| Pelayanan sopan dan ramah                                | 0.789   |
| <b>Persepsi Harga (CR=0.775)</b>                         |         |
| Tarif Go-jek terjangkau                                  | 0.760   |
| Tarif Go-jek sesuai dengan pelayanan yang diberikan      | 0.727   |
| Tarif Gojek lebih terjangkau dibanding transportasi lain | 0.705   |

|   |       |
|---|-------|
| Tarif sesuai dengan jasa yang diberikan                     | 0.687 |
| <b>Kepuasan Pelanggan (CR=0.816)</b>                        |       |
| Kualitas pelayanan sudah baik                               | 0.786 |
| Kualitas layanan seperti yang dikatakan teman               | 0.750 |
| Kualitas layanan sama seperti yang dikatakan iklan/internet | 0.751 |
| Pelayanan memenuhi ekspektasi                               | 0.747 |
| Layanan yang diberikan Go-Jek sangat bermanfaat             | 0.842 |

Sumber: Data diolah, 2019

Pada tabel 3 dapat dilihat nilai dari pengujian reliabilitas instrumen dengan perhitungan alpha Cronbach. Berdasarkan perhitungan tersebut, menunjukkan bahwa alpha untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 0.816 dan untuk variabel persepsi harga adalah 0.775, sedangkan untuk variabel kepuasan pelanggan adalah 0.816. Instrumen pada penelitian ini reliabel berdasarkan kesimpulan dengan melihat hasil nilai dari perhitungan Cronbach alpha yang lebih dari 0.7.

### Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, dalam membuktikan hipotesis menggunakan uji regresi, dengan bantuan SPSS. Uji tersebut memiliki tujuan untuk mengukur serta menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

**Table 4. Determinant Coefficient dan Adjusted R Square dan hasil dari t-test, and F-test**

|   | KWP ke KP | PH ke KP |
|---|-----------|----------|
| <b>Determinant Coefficient and Adjusted R</b> |           |          |
| R   | 0.672     | 0.418    |
| R <sup>2</sup>                                | 0.452     | 0.175    |
| Adjusted R Square                             | 0.447     | 0.167    |
| <b>Standardized Coefficient Beta</b>          |           |          |

|                    |        |        |
|--------------------|--------|--------|
| T                  | 7.863  | 2.857  |
| Sig.               | 0.000  | 0.005  |
| <b>Hasil uji F</b> |        |        |
| F                  | 81.691 | 21.017 |
| Sig.               | 0.000  | 0.000  |

Sumber : data diolah, 2019

Dapat dilihat berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang pertama dilakukan, bahwa nilai-R adalah 0.672, kemudian nilai R Square adalah 0.452, dan nilai dri Adjusted R Square adalah 0.447. berdasarkan nilai dari R Square menunjukkan bahwa 68% variabel yang menentukan kepuasan adalah kualitas pelayanan. Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa 42% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain selain kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil uji regresi sebesar 0.452 dengan nilai t yang dihitung sebesar 7.863 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 dapat disimpulkan bahwasannya kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai sig yang lebih kecil dari 0,05 berarti menunjukkan bahwa ketika kualitas pelayanan meningkat maka otomatis akan meningkatkan kepuasan pelanggan juga.

Uji F juga dilakukan pada pengujian hipotesis yang pertama. Hasil dari pengujian yaitu nilai dari uji F sebesar 81.691 dengan nilai signifikansi 0.000. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dapat dilihat berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang kedua dilakukan, bahwa nilai-R adalah 0.418 kemudian nilai R Square adalah 0.175, dan nilai dri Adjusted R Square adalah 0.167. berdasarkan nilai dari R Square menunjukkan bahwa 18% variabel yang menentukan kepuasan adalah kualitas persepsi harga. Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa 82% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain selain persepsi harga.

Berdasarkan hasil uji regresi sebesar 0.175 dengan nilai t yang dihitung sebesar 2.587 dan nilai signifikansi sebesar 0.005 dapat

disimpulkan bahwasannya kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai sig yang lebih kecil dari 0,05 berarti menunjukkan bahwa ketika persepsi harga meningkat maka otomatis akan meningkatkan kepuasan pelanggan juga.

Uji F juga dilakukan pada pengujian hipotesis yang pertama. Hasil dari pengujian yaitu nilai dari uji F sebesar 21.017 dengan nilai signifikansi 0.005. Dari yang dapat dilihat berdasarkan hasil uji tersebut menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil pada penelitian yang dilakukan ini menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Budiyanto (2018) yang menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen dengan studi kasus pada PT Yerry Primatama Hosindo. Penelitian lain yang sejalan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Fuad (2016) yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan studi kasus pada bus trans Jogja di Yogyakarta. Artinya ketika kualitas pelayanan dilakukan dengan baik, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain ketika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Sebaliknya, ketika kualitas pelayanan yang dilakukan buruk, maka akan mengurangi kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin turun kualitas pelayanan maka akan menurunkan kepuasan konsumen juga.

#### **Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa variabel tersebut juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Farid (2017) yang menunjukan bahwa persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap

kepuasan konsumen dengan studi kasus pada aplikasi traveloka. Penelitian lain yang sejalan juga menunjukkan hasil yang sama, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2016) bahwasannya persepsi harga menentukan kepuasan pelanggan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan artinya apabila penyedia atau perusahaan produk maupun jasa memberikan layanan yang terbaik maka pelanggan akan cenderung lebih puas. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Begitupun sebaliknya, ketika penyedia atau perusahaan produk maupun jasa memberikan kualitas layanan yang buruk maka pelanggan akan cenderung merasa tidak puas. Jadi, semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka akan semakin rendah pula tingkat ketidakpuasan pelanggan.

Persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas pelayanan Artinya ketika seseorang berpersepsi harga wajar dan terjangkau makin tinggi maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Ketika seseorang merasa harga suatu produk atau jasa wajar, terjangkau dan sesuai dengan kualitasnya akan menimbulkan kepuasan. Semakin tinggi tingkat kewajaran yang dirasakan pelanggan, makin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Makin rendah tingkat kewajaran yang dirasakan pelanggan, maka makin rendah juga tingkat kepuasan pelanggan.

### Saran

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel dan dapat memodifikasi model penelitian dan objeknya lebih banyak lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adnyana, D. G., & Suprapti, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Denpasar. *E-Journal Manajemen Unud*, V7.
- [2] Budiyanto, Arief. 2018. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Brand Image terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen PT. Yerry Primatama Hosindo. *Journal Pemasaran Kompetitif*. Vol 1, No 3 April.
- [3] Farid, Muhammad Hanif. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Aplikasi Traveloka Berbasis Internet. Skripsi. Lampung: Universitas Lampung
- [4] Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Sleman: Deepublish.
- [5] Fuad, Muhammad. 2016. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Bus Trans Jogja di Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- [6] Kanarsih, Dwi & Muniarti, Sri. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Ojek Online PT. Gojek Indonesia terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang. *Journal Kompetitif*, Vol. 7, No. 1 Ed Januari.
- [7] Kotler, Philip & Armstrong, Gery. 2005. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- [8] Kurniawan, Dhika Amalia. 2016. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra terhadap Niat Konsumen untuk *World of Mouth* dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi

- 
- (Survei pada BPJS di Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Al-Tijarah*. Vol 2, No 1, Juni.
- [9] Oktarini, Riri. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sekretari.Administrasi Perkantoran Vol. 6 No. 2*.
- [10] Septayuda, Irwan. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan pelanggan Go-Jek di Kota Palembang. *Journal Management, Business and Accounting Vo. 17 No. 1*. Hal. 25-34.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN