



Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Gojek: Analisis Kuantitatif Di Kota Medan

Philips Rikardo Sitompul¹

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan

Penulis Korespondensi: Philips Rikardo Sitompul
e-mail: philipsrikardos@gmail.com¹

ARTIKEL INFO

Artikel History:

Menerima: 25 Sept 2024

Diterima: 30 Sept 2024

Tersedia Online: 30 Sept 2024

Kata kunci :

kualitas layanan, biaya,
kepuasan pengguna

ABSTRAK

Riset ini bertujuan melihat pengaruh kualitas pelayanan serta harga bagi kepuasan pengguna Gojek di Kota Medan. Riset kuantitatif ini menggunakan data survey terhadap seratus pengguna aktif Gojek. Keluaran dari riset memperlihatkan bahwasanya harga serta kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan bagi kepuasan pelanggan. Pengguna lebih puas dengan pelayanan yang berkualitas seperti ketepatan waktu, kenyamanan, keramahan pengemudi serta harga yang kompetitif dan transparan. Dengan penelitian tersebut, Gojek akan mampu menyusun strategi untuk meningkatkan layanan dan loyalitas pengguna.

Artikel History:

Received: 25 Sept 2024

Accepted: 30 Sept 2024

Available Online: 30 Sept 2024

Keywords :

*Service Quality, Price, User
Satisfaction*

This study aims to evaluate the impact of service quality and pricing on Gojek customer satisfaction in Medan. The study is quantitative, so a questionnaire is used. A quantitative approach was used for the survey, with one hundred active Gojek users participating. The study shows that customer satisfaction is related to price and service quality. Customers rated service quality as punctual, convenient, courteous drivers, and transparent pricing. Using these research findings, Gojek can create strategies to improve service quality and retain customers.

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital, perkembangan teknologi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dan melakukan aktivitas sehari-hari, termasuk dalam sektor transportasi dan layanan on-demand. Salah satu inovasi yang menonjol adalah hadirnya aplikasi berbasis platform digital, seperti Gojek, yang menyediakan berbagai layanan mulai dari transportasi online, pengiriman makanan (Go-Food), hingga pembayaran digital (Go-Pay). Gojek telah tumbuh menjadi salah satu perusahaan teknologi terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara, memberikan kemudahan dan efisiensi bagi jutaan pengguna dalam memenuhi berbagai kebutuhan mereka hanya dengan beberapa sentuhan di smartphone.

Namun, di tengah pesatnya pertumbuhan ini, tingkat persaingan dalam industri layanan on-demand juga semakin ketat. Banyak platform serupa yang berlomba-lomba menarik perhatian konsumen, seperti Grab dan ShopeeFood, yang menawarkan layanan serupa dengan keunggulan masing-masing. Oleh karena itu, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pengguna menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan bisnis dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dalam konteks ini, dua faktor yang sangat penting dan seringkali menjadi perhatian utama konsumen adalah harga dan kualitas layanan.

Harga merupakan salah satu variabel utama yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna dalam memilih layanan tertentu. Dalam ekonomi yang semakin kompetitif, konsumen cenderung memilih layanan yang memberikan nilai terbaik dengan harga yang paling terjangkau. Layanan Gojek dengan berbagai fitur seperti transportasi, pengiriman barang, dan layanan pesan antar makanan, terus berupaya menawarkan tarif yang kompetitif. Namun, bagi konsumen, harga yang terjangkau haruslah seimbang dengan kualitas layanan yang diterima.

Kualitas layanan, di sisi lain, meliputi berbagai aspek yang membentuk pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi Gojek. Ini mencakup ketepatan waktu pengemudi, kenyamanan kendaraan, keramahan dan profesionalitas pengemudi, serta kemudahan navigasi aplikasi. Jika layanan yang diberikan Gojek tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen, seperti keterlambatan, kendaraan yang tidak nyaman, atau ketidakakuratan informasi dalam aplikasi, hal ini dapat menurunkan tingkat kepuasan pengguna. Oleh karena itu, Standar pelayanan yang tinggi merupakan komponen penting menciptakan loyalitas pelanggan dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek Gojek.

Riset mengenai pengaruh harga serta kualitas layanan bagi kepuasan pengguna semakin relevan di tengah perubahan perilaku konsumen yang lebih kritis dan selektif dalam memilih layanan berbasis aplikasi. Riset ini memiliki tujuan guna mengeksplorasi hubungan antara harga serta kualitas layanan bagi kepuasan pengguna Gojek, serta untuk mengukur seberapa besar pengaruh kedua faktor tersebut dalam menciptakan kepuasan pengguna. Pendekatan kuantitatif dipakai dalam riset ini guna memperoleh data yang lebih objektif serta dapat diukur, melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aktif Gojek. Hasil riset diharapkan bisa membagikan wawasan strategis bagi perusahaan dalam memperbaiki layanan juga. memberikan nilai plus yang lebih layak bagi pengguna.

Lebih lanjut, hasil dari penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi Gojek dalam mengevaluasi dan meningkatkan layanan mereka, tetapi juga dapat memberikan kontribusi pada literatur mengenai perilaku konsumen di era digital. Di tengah dinamika dan ketidakpastian ekonomi, penelitian ini juga relevan bagi industri lain yang bergerak di sektor layanan on-demand, karena dapat memberikan gambaran tentang pentingnya keseimbangan antara harga dan kualitas dalam menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan.

2. STUDI LITERATUR

Kepuasan Pengguna

Salah satu indikator utama kesuksesan bisnis adalah kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja suatu produk atau jasa dengan ekspektasi pelanggan (Kotler dan Keller, 2016). Menurut Hinggo (2022), Kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang/persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang/persepsi pelanggan. Mereka berpendapat bahwa penting bagi aplikasi digital seperti Gojek untuk mempertimbangkan bagaimana mengelola ekspektasi pengguna terhadap layanan yang dapat memengaruhi kepuasan mereka. Putra et al. (2020) dalam penelitian mereka menegaskan bahwa kepuasan pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan, tetapi juga oleh pengalaman emosional yang didapat selama menggunakan aplikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman yang menyenangkan dan tanpa kendala dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan mendorong pengguna untuk kembali menggunakan layanan Gojek.

Harga

Harga sering kali menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memilih layanan. Hasil Penelitian Kotler & Keller (2016) harga merupakan sejumlah uang diminta atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan oleh pelanggan agar memperoleh manfaat dari menggunakan ataupun memiliki produk jasa tersebut. Zahra, (2017) menyatakan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketika konsumen yakin bahwa harga sesuai dengan kualitas layanan, mereka cenderung merasa puas dan lebih loyal. Dari penelitian Hinggo, R. I, (2022) Untuk dapat bersaing dengan para pesaingnya, suatu perusahaan harus mempertimbangkan harga dan fokus pada manfaat yang tersedia bagi pelanggan untuk menjamin kepuasan pelanggan, yang diharapkan dapat berujung pada peningkatan penjualan bagi perusahaan.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah aspek penting yang mempengaruhi kepuasan pengguna dalam layanan berbasis aplikasi. kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan tamu restoran atau melebihi ekspektasi tamu (Putri, 2018). Menurut Gunawan, (2018) Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Mereka menunjukkan bahwa pelanggan yang puas dengan kualitas layanan kemungkinan besar akan menggunakannya lagi di kemudian hari.

Hubungan antara Harga, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pengguna

Penelitian ekstensif telah meneliti hubungan antara harga, kualitas layanan dan kepuasan pengguna. Secara teori jika semakin baik persepsi konsumen dalam menilai tentang citra perusahaan, kualitas pelayanan dan harga maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen Umam, (2020). Studi tersebut menemukan bahwa perusahaan harus mencapai keseimbangan antara harga dan kualitas layanan untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi. Dalam Penelitian Muhammad Rezki,L.S (2019) Kualitas layanan dan harga akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam menikmati suatu produk dan jasa.

3. METODE Riset

Riset ini menerapkan metode kuantitatif. Data yang dikumpulkan diperoleh dari survei yang dibagikan kepada partisipan. Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan data statistik mengenai persepsi harga, kualitas layanan yang diberikan dan tingkat kepuasan pengguna Gojek di Kota Medan. Dengan asumsi responden bersedia menjawab semua pertanyaan, kuesioner disebarluaskan secara online menggunakan platform seperti Google Forms.

Pada penelitian ini, seluruh masyarakat aktif menggunakan aplikasi Gojek di kota Medan. Dari populasi tersebut dipilih seratus orang melalui simple random sampling yang mana setiap anggota populasi diberi kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi responden. Untuk mengetahui hubungan antara harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna akan digunakan metode statistik seperti uji t, uji F. Pada bulan Oktober 2024, dilakukan penelitian yang menyangkut pengguna aplikasi Gojek di wilayah Medan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Sebuah metode yang dikenal sebagai uji normalitas digunakan untuk mengevaluasi apakah data mengikuti distribusi normal. Tes Kolmogorov-Smirnov yakni salah satu metode paling umum. Pengujian dilakukan dengan kriteria sebagai berikut: nilai p di atas 0,05 berarti data berdistribusi normal; apabila nilai p kurang dari atau sama dengan 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi normal. Kemampuan menggunakan analisis statistik parametrik, yang mengasumsikan data yang diuji berdistribusi normal, bergantung pada pengujian ini.

Tabel 1.a Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.95318066
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.075
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.123 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan keluaran pengujian normalitas one-sample Kolmogorov-Smirnov diperoleh p-value 0,017 lebih kecil dari 0,05 yang berarti data berdistribusi tidak normal.

Tabel 1. b Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.041	1.602		1.898	.061		
Harga	.338	.092	.358	3.655	.000	.459	2.179
Kualitas Layanan Gojek	.494	.110	.439	4.490	.000	.459	2.179

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Gojek

Apabila angka toleransi lebih besar dari 0,100 dan VIF kurang dari 10,00, maka tidak terdapat bukti multikolinearitas. Dengan kata lain, hasil regresi tidak mempengaruhi hubungan kedua variabel independen penelitian: harga dan kualitas pelayanan. Dengan demikian asumsi multikolinearitas terpenuhi, analisis regresi dapat dilakukan dengan akurasi tinggi, dan permasalahan multikolinearitas tidak menjadi masalah.

UJI T

Tabel 2. Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.041	1.602		1.898	.061
Harga	.338	.092	.358	3.655	.000
Kualitas Layanan Gojek	.494	.110	.439	4.490	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Gojek

Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05. Ternyata variabel Y dipengaruhi secara signifikan oleh variabel harga, mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,00 (kurang dari 0,05). (H1 diterima). Variabel kualitas pelayanan Gojek mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,00 (kurang dari 0,05), menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (H2 diterima).

UJI F

Tabel 3. Hasil Uji Ketepatan Model
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	289.159	2	144.579	62.837	.000 ^b
Residual	234.689	102	2.301		
Total	523.848	104			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Gojek
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Gojek, Harga

Jika nilai signifikansinya minimal 0,05 maka variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan atau bersama-sama. Variabel Y dipengaruhi oleh variabel X1 dan X2 secara bersamaan atau bersama-sama, dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 ($< 0,05$).

Uji Koefisien Determidasi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.543	1.517
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Gojek, Harga				

Variabel dependen (kepuasan pengguna Gojek) serta variabel independen (kualitas layanan Gojek dan harga) mempunyai hubungan yang sangat erat dibuktikan dengan nilai R sebesar 0,743. Berdasarkan R Square sebesar 0,552, perubahan kepuasan pengguna Gojek menyumbang 55,2% terhadap perubahan harga dan kualitas layanan. Nilai Adjusted R-squared sebesar 0,543. Hal ini menunjukkan hasil penyesuaian jumlah variabel independen dan sampel dalam model.

Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna

Menurut penelitian, kepuasan pengguna Gojek sangat bergantung pada harga dan kualitas layanan. Terdapat hasil yang signifikan dengan nilai t hitung sebesar 3,655 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 untuk pengaruh harga yang meliputi unsur kewajaran harga, transparansi tarif, dan kepuasan terhadap promosi. Hal ini menunjukkan semakin adil dan transparan harga Gojek maka semakin puas pula pelanggannya. Menawarkan harga yang kompetitif sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, terutama ketika terdapat persaingan dari layanan serupa.

Di sisi lain, Kualitas Layanan juga berperan besar dalam memengaruhi kepuasan pengguna, dengan nilai t-hitung 4,490 dan nilai signifikansi 0,000. Kualitas layanan meliputi ketepatan waktu, kenyamanan kendaraan, keramahan pengemudi, serta kemudahan dalam menggunakan aplikasi. Faktor-faktor ini berkontribusi signifikan terhadap pengalaman pengguna yang lebih positif, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka. Jika layanan memenuhi ekspektasi kecepatan dan kenyamanan, pelanggan pengirim akan lebih puas dan loyal. Secara keseluruhan, kombinasi antara harga yang adil dan layanan berkualitas tinggi menjadi kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan Gojek. Kedua variabel ini saling melengkapi, di mana harga yang kompetitif harus seimbang dengan layanan yang memadai untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal.

Kepuasan pengguna gojek

Riset ini memakai uji F (ANOVA) guna menganalisis pengaruh harga (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan Gojek (Y). Penelitian memperlihatkan bahwasanya harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan bagi kepuasan pelanggan. Pelanggan Gojek puas terhadap pelayanan dan biaya karena nilai F sebesar 62,837 dan tingkat signifikansi statistik 0,000 ($p < 0,05$).

Pengaruh Simultan Kualitas Layanan dan Harga

Harga (X1): Di sisi lain, harga merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan layanan Gojek. Harga yang kompetitif dan transparan akan menciptakan kesan adil di mata pelanggan. Promo, diskon, serta kebijakan harga yang fleksibel juga meningkatkan daya tarik layanan Gojek. Pengguna akan puas jika harga layanan sebanding dengan kualitasnya. Namun, harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan layanan berkualitas dapat menurunkan kepuasan pengguna.

Kualitas Layanan (X2): Kualitas layanan yang ditawarkan oleh Gojek meliputi berbagai aspek penting seperti ketepatan waktu, kenyamanan kendaraan, keramahan dan profesionalisme pengemudi, serta kemudahan dalam menggunakan aplikasi. Aspek-aspek ini sangat memengaruhi kepuasan pengguna. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan pengguna. Pengguna mengharapkan layanan yang tidak hanya cepat tetapi juga nyaman dan responsif. Jika kualitas layanan terus ditingkatkan, pengalaman pengguna menjadi lebih positif, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan kepuasan mereka.

Implikasi Hasil Uji Simultan

Hasil ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Harga memiliki peran yang saling melengkapi dalam memengaruhi Kepuasan Pengguna secara simultan. Kombinasi keduanya menjadi faktor kunci dalam menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan. Jika kualitas layanan yang diberikan tinggi, namun harga yang ditawarkan tidak seimbang, pengguna mungkin akan merasa kecewa. Sebaliknya, harga yang murah tanpa disertai kualitas layanan yang baik juga dapat menurunkan kepuasan dan kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut.

5. KESIMPULAN

Hasil analisis meliputi kesimpulan sebagai berikut: *pertama*, Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengguna. Harga yakni termasuk faktor utama yang memiliki keterpengaruhannya bagi keputusan pengguna dalam menggunakan layanan Gojek. Pengguna cenderung memilih layanan yang menawarkan harga kompetitif dan transparan. Penelitian ini menunjukkan bahwa harga yang adil, transparansi tarif, serta penawaran promo dan diskon yang sesuai, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Gojek. Pengguna merasa puas ketika harga yang dibayarkan seimbang dengan kualitas layanan yang diterima. Ini menegaskan pentingnya kebijakan harga yang kompetitif bagi Gojek, terutama dalam menghadapi persaingan dengan layanan serupa seperti Grab dan ShopeeFood. *Kedua*, Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna. Selain itu, kualitas layanan Gojek terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ketepatan waktu, kenyamanan dan profesionalisme pengemudi, serta kemudahan navigasi melalui aplikasi menjadi indikator kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan. Berdasarkan penelitian ini, pelanggan Gojek mengharapkan layanan tidak hanya cepat, tetapi juga nyaman, ramah, dan mudah digunakan. Pengalaman layanan yang positif meningkatkan loyalitas dan kepuasan pengguna. *Ketiga*, Hubungan Simultan antara Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna. Pengujian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat bergantung pada harga dan kualitas layanan. Kedua variabel ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman pengguna yang ditunjukkan oleh hasil uji F (ANOVA). Studi ini mendukung gagasan bahwa kombinasi harga yang wajar dan pelayanan yang baik adalah kunci kepuasan maksimal. Pengguna mungkin tidak puas jika salah satu variabelnya tidak terpenuhi.

DAFTAR PUSTAKA

- Hinggo, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Gojek di Kota Pekanbaru. *Economic, Accounting and Bussiness Journal*, 387-391.
- Gunawan, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Trasportasi Online Grab Terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Manajemen Unismuh Makassar (Vol. 151)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Muhammad Rezki, L. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek. *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, 50-57.
- Putra, A., et al. (2020). Pengaruh Pengalaman Emosional terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Gojek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 78-89.
- Rizkon Ariyandi, D. N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 131-140.
- Umam, K. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Pada Penumpang Gojek Di Kota Tegal), 13(April), 15–38.
- Zahra, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta). *Hilos Tensados*, 1, 1–476