

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
JASA TRANSPORTASI GO-JEK ONLINE PADA MAHASISWA FEB UNSRAT MANADO**

*THE INFLUENCE OF PRICE AND QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION OF
GO-JEK ONLINE TRANSPORTATION SERVICES IN STUDENT FEB UNSRAT MANADO*

Oleh:

Lumintang Intan Sintya¹
S. L. H. V. Joyce. Lapian²
Merlyn M. Karuntu³

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

¹intanlumintang95@gmail.com

Abstrak: Di era modern ini masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam, dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang salah satunya adalah transportasi online (GoJek). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk bisa bertahan dalam persaingan Gojek online sebaiknya melakukan evaluasi sejauh mana harga yang ditawarkan sesuai dengan pangsa pasar.

Kata Kunci: *harga, kualitas layanan, kepuasan pelanggan.*

Abstract: *In this modern era, people have various activities, and to fulfill these activities, people need transportation as a means of supporting one of them is online transportation (GoJek). This study aims to determine the Influence of Price and Quality of Service on Customer Satisfaction of Transportation Services Gojek Online on Student Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi University of Manado. This research uses multiple linear regression analysis method. The results of this study indicate that there is influence price and quality of service to customer satisfaction. To be able to survive in the competition Online gawdry should evaluate the extent to which the price offered in accordance with market share.*

Keywords: *price, service quality, customer satisfaction.*

Latar Belakang

Salah satu perusahaan jasa transportasi yang sedang berkembang dikota Manado adalah Gojek. Pengguna aplikasi Gojek cukup memesan melalui aplikasi *mobile* secara *online* dan nantinya akan dijemput oleh supir Gojek yang merespon pesanan pengguna atau calon penumpang. Transaksi pembayaran dilakukan saat pengguna sampai ketujuan. Tarif yang dikenakan bervariasi berdasarkan jarak yang ditempuh atau berdasarkan *flat rate* yang diberlakukan. Layanan Gojek cukup banyak digunakan diberbagai kalangan, termasuk para mahasiswa yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Sam Ratulangi (Unsrat) Manado. Populasi mahasiswa di fakultas ini cukup banyak, baik program reguler pagi maupun program reguler sore. Berdasarkan survey awal penelitian diketahui bahwa mahasiswa FEB Unsrat pada umumnya mengatakan lebih tertarik menggunakan layanan Gojek *Online* disebabkan Harga dan Kualitas Layanan dari Gojek *Online*.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.
2. Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.
3. Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakannya dari para pesaing (Hasan, 2013:521). Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti ciri khas produk dan perjanjian distribusi (Kotler, 2000:519).

Kualitas Layanan

Lovelock dan Wirtz (2011) memberikan definisi mengenai pelayanan sebagai aktivitas ekonomi yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lainnya. Sering berbasis waktu, pelaksanaannya membawa hasil yang diinginkan untuk penerima benda, atau aset lainnya yang memiliki tanggung jawab pembeli. Dengan imbalan uang, waktu dan usaha, pelanggan jasa mengharapkan nilai dari akses terhadap barang, tenaga kerja, keterampilan profesional, fasilitas, jaringan dan sistem. Tetapi mereka biasanya tidak mengambil kepemilikan dari setiap elemen fisik yang terlibat.

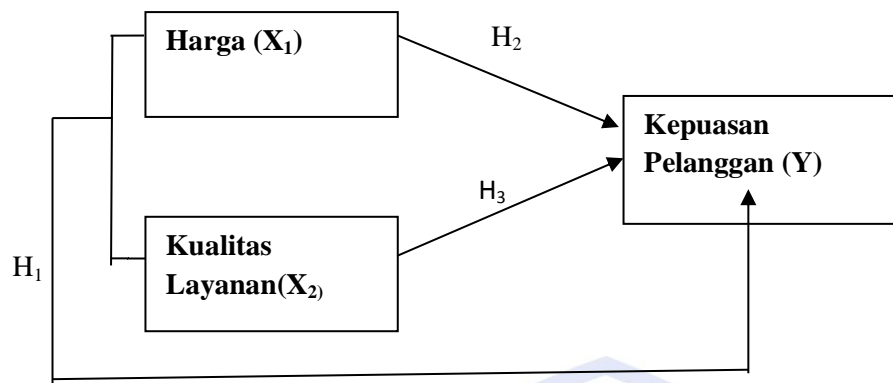
Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan atau kesenangan (Lovelock dan Wright, 2005:102). Kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapan (hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi.

Penelitian Terdahulu

Manus (2015) dengan penelitian Kualitas Produk Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. Hasil penelitian Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan secara Simultan dan Parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri.

Panjaitan (2015) dengan penelitian pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. Hasil penelitian Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kerangka Pemikiran Teoritis**Gambar 1. Kerangka Berpikir***Sumber: Kajian Teori*

Berdasarkan Gambar 1 dapat dijelaskan bahwa ini merupakan kerangka pemikiran teoritis sebagai dasar dalam penelitian ini, dimana H_1 diartikan sebagai pengaruh variabel Harga, dan Kualitas Layanan yang secara simultan diduga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, H_2 diartikan sebagai pengaruh variabel Harga yang secara parsial diduga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, H_3 diartikan sebagai pengaruh variabel Kualitas Layanan yang secara parsial diduga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

METODE PENELITIAN**Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini di lihat dari tingkat eksplanasi merupakan jenis penelitian asosiatif dan deskriptif. Jenis penelitian asosiatif adalah jenis penelitian yang bersifat mencari hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2007:55). Jenis penelitian deskriptif adalah bagian dari statistika yang mempelajari alat, teknik, atau prosedur yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kumpulan data atau hasil pengamatan yang dilakukan

Lokasi atau Objek Penelitian

Lokasi penelitiannya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Lokasi atau objek tersebut dipilih karena mudah dalam melaksanakan penelitian mengingat bahwa sebaran lokasi tidak terlalu luas.

Populasi dan Sampel

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FEB Unsrat yang terdaftar dari tahun 2017 yang berjumlah 5060 mahasiswa. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

Sumber data

Sumber data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden. Sumber data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).

Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang diolah melalui program SPSS versi 23. Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****Uji Validitas**

Validitas adalah tingkat kehandalan dan ketepatan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2011). Adapun formulasi koefisien yang digunakan adalah *Product Moment Pearson*. Untuk mengetahui tingkat validitas item maka r adalah lebih besar dari 0,3. Dengan demikian maka pertanyaan yang telah disusun untuk mengumpulkan data dianggap mempunyai validitas atau valid. Oleh karena itu dibawah ini dapat disajikan data sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Pernyataan	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
Harga (X1)	1	0,536	Valid
	2	0,531	Valid
	3	0,525	Valid
Kualitas layanan(X2)	1	0,496	Valid
	2	0,617	Valid
	3	0,517	Valid
Kepuasan Pelanggan(Y)	1	0,441	Valid
	2	0,586	Valid
	3	0,515	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, dapat dijelaskan bahwa dari ketiga variabel diatas dan dari masing-masing pertanyaan semuanya valid, karena r hitung lebih besar dari r tabel.

Uji Realibitas

Uji Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Koefisien Reliabilitas (*Alpha Cronbach*), Nilai Koefisien *Cronbach Alpha* dikatakan baik bila koefisien bernilai antara 0,6 sampai 1,0 (Umar, 2007). Berikut ini hasil pengolahan data yang diperoleh melalui bantuan SPSS ;

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0.711	Reliabel
Kualitas Layanan(X2)	0.720	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.694	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2018

Dari hasil uji realibilitas dapat disimpulkan bahwa dari masing-masing variabel ternyata memperoleh nilai *Cronbach alpha* $\geq 0,06$. Maka, hasil uji realibilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian masing-masing variabel telah menyebar secara normal. Uji normalitas perlu diperiksa keberlakuannya agar langkah-langkah penelitian selanjutnya dapat dipertanggung jawabkan.

Menurut Hastono (2006) untuk mengukur normalitas itu sendiri ada 3 cara, yaitu:

1. Dilihat dari grafik Histogram dan Kurva normal. Bila bentuknya menyerupai bel Shape, berarti distribusi normal.
2. Menggunakan nilai Skewness dan Standar Errornya. Bila nilai Skewness dibagi standar errornya menghasilkan angka ≤ 2 , maka distribusinya normal.
3. Uji *Kolmogrov-Smirnov* bila hasil uji signifikan (p Value $> 0,05$) maka distribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Kolmogrov-Smirnov	Nilai p	Keterangan
Harga (X1)	0.117	0,175	Normal
Kualitas Layanan(X2)	0.118	0,133	Normal
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.113	0,286	Normal

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Dari uji Kolmogorov-Smirnoff didapat untuk Harga (X1) = 0,175, nilai $p > 0,05$ menunjukkan bahwa data tersebar normal. Untuk Kualitas Layanan nilai $p = 0,133$, nilai $p > 0,05$ menunjukkan bahwa data tersebar normal. Untuk Kepuasan Pelanggan nilai $p = 0,286$, nilai $p > 0,05$ menunjukkan bahwa data tersebar normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah suatu keadaan dimana variabel-variabel independen dalam persamaan regresi memiliki hubungan yang kuat satu sama lain. Multikolinieritas dapat menyebabkan variabel-variabel independen menjelaskan variance yang sama dalam mengestimasi variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

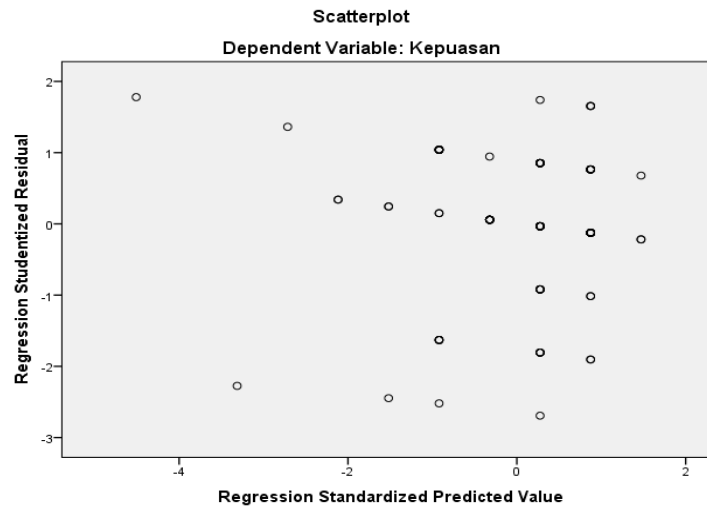
Variabel Bebas	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Harga (X1)	1,000	1,000	Non-multikolinieritas
Kualitas Layanan(X2)	1,000	1,000	Non-multikolinieritas

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan hasil tabel 5 maka dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas, yaitu Harga dan Kualitas Layanan karena nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika variance berbeda disebut heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas
 Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Dengan grafik tersebut dapat terlihat titik-titik yang membayar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan melakukan Uji *Durbin-Watson (Dw test)* (Ghozali, 2011).

Berikut ini hasil uji autokorelasi yang dinyatakan dengan *Durbin-Watson* yang dalam perhitungannya menggunakan program *Software Program SPSS Version 17.0 Windows* dapat dilihat pada tabel

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.151 ^a	.023	.013	1.134	2.085

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan hasil Durbin Watson di dapat nilai durbin watson = 2,085. Berdasarkan Tabel nilai dL (n=100 dan Variabel Dependen = 2, taraf signifikanis 5%). Maka hasil itu menjadi $1,554 < 2,085 < 2,328$, hasil tersebut menunjukkan tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut ini adalah hasil perhitungan regresi linear berganda antara Harga(X1), Kualitas Layanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) dengan dibantu SPSS dalam perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.253	.729		1.719	.089
	Harga	.426	.147	.393	2.897	.005

Kualitas Layanan	.481	.135	.484	3.567	.001
------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Persamaan Regresi menjadi $Y = 1,253 + 0,426 X1 + 0,481 X2$

Dari persamaan linear berganda tersebut dapat diketahui bahwa :

1. Nilai Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,426 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi Harga semakin baik maka, Kepuasan Pelanggan akan meningkat.
2. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Layanan sebesar 0,481 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap Kualitas Layanan semakin baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Uji t digunakan untuk menguji apakah pertanyaan hipotesis benar. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh kontribusi suatu variabel penjelas secara individu dalam menerangkan variabel terikat.

1. Hasil uji t untuk Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan nilai 0,005 dan t hitung menunjukkan nilai 2,897 artinya nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,005 < 0,05$) atau nilai t hitung $>$ t tabel ($2,897 < 1,98$), maka dapat dijelaskan bahwa Harga secara individu atau parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna Gojek Online.
2. Hasil uji t untuk Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan nilai sig 0,001 dan t hitung menunjukkan nilai 3,567 artinya nilai signifikansi lebih kecil dari probabilitas 0,05 ($0,001 < 0,05$) atau nilai t hitung $>$ t tabel ($3,567 > 1,992$), maka dapat dijelaskan bahwa Kualitas Layanan secara individual atau parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna Gojek Online. Dengan demikian, jika terdapat produk yang beraneka ragam berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F yaitu uji yang dilakukan untuk mengetahui bagaimanakah kontribusi dari variabel bebas terhadap tak bebas secara bersama-sama. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai kontribusi secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Uji Hipotesis Secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	95.493	2	47.746	138.261	.000 ^b
	Residual	33.497	97	.345		
	Total	128.990	99			

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Karena tingkat signifikansi pada uji F sebesar 0,000 dibawah 0,05. F tabel $<$ F hitung maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga hal ini dapat berarti bahwa variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan secara signifikan oleh Harga dan Kualitas Layanan.

Koefisien Determinasi (Adjusted R)

Koefisien determinasi berfungsi untuk melihat besarnya kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.740	.735	.588

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa r^2 sebesar 0,740 berarti bahwa variasi yang terjadi sebesar 0,740 dalam kepuasan pelanggan dijelaskan oleh Harga dan Kualitas Layanan, pengaruh Harga dan Kualitas Layanan sebesar 74,0% sedangkan sisanya 26,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Karena itu bila terjadi penurunan kepuasan pelanggan, maka pihak manajemen perlu memperhatikan kemungkinan bahwa hal itu disebabkan oleh Harga yang tidak terjangkau serta kurangnya Kualitas Layanan yang tersedia.

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

1. Koefisien Korelasi (R)
2. Koefisien Determinasi (R^2/R Square)
3. Nilai R menerangkan tingkat hubungan antara variabel-variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Dari hasil olahan data diperoleh nilai koefisien korelasi R sebesar 0,860 atau sama dengan 86,0% artinya hubungan antara variabel X (Harga dan Kualitas Layanan terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) dalam kategori kuat. R Square menjelaskan seberapa besar variabel kepuasan Y yang disebabkan oleh Harga dan Kualitas Layanan dari hasil perhitungan diperoleh nilai R^2 sebesar 0,740 atau 74,0%.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh sebuah variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,740. Hal ini berarti 74,0% pada pengguna Gojek *Online* dipengaruhi oleh Harga dan Kualitas Layanan, sedangkan sisanya 26,0% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Hasil regresi linear berganda yaitu : $Y = (1,253)a + 0,426 X_1 + 0,482 X_2$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan)

X1= Harga

X2 = Kualitas Layanan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Pembahasan

Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji F, menunjukkan adanya pengaruh secara simultan antara variabel independen yaitu Harga dan Kualitas Layanan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Gojek *Online*, terbukti dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dibawah 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa model regresi linear berganda layak sebagai model penelitian ini.

Dalam pengaruh secara simultan dihasilkan koefisien korelasi berganda (R) sebesar 86% dari data yang ada menunjukkan variabel independen yaitu Harga dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang cukup erat terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan pada pengguna Gojek *Online*.

Koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 74,0% dari data yang ada menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Harga dan Kualitas Layanan mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan pada pengguna Gojek *Online*, sedangkan sisanya sebesar 26,0% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak diteliti.

Pengaruh Harga secara parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji t diketahui bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna Gojek *Online* dengan tingkat signifikan (Sig) sebesar 0,005 yang lebih kecil dari 0,05 (Sig, 0,005 < 0,05). Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Gojek *Online* pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado. Hal ini berarti setiap peningkatan dan penurunan kepuasan pelanggan pengguna Gojek *Online* pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado dipengaruhi oleh peningkatan atau penurunan Harga.

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing (Hasan, 2013:521). Penelitian yang dilakukan oleh Manus (2015) mendapatkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintuan Tondano Barat.

Pengaruh Kualitas Layanan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji t diketahui bahwa Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna Gojek *Online* dengan tingkat signifikan (Sig) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 (Sig. 0,001 < 0,05). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Gojek *Online* pada mahasiswa FEB Unsrat Manado. Hal ini berarti setiap peningkatan dan penurunan Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek *Online* pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado dipengaruhi oleh peningkatan atau penurunan Kualitas Layanan. Kualitas Layanan dalam penelitian ini merupakan variabel yang terkuat atau paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dibandingkan dengan variabel Harga.

Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service* (Parasuraman, et al, 1994).

Penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan (2015) mendapatkan bahwa Kepuasan Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di JNE Cabang Bandung.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasannya maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,000 < 0,05)
2. Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji t dengan tingkat signifikansi sebesar 0,005 yang lebih besar dari 0,05 (sig. 0,005 < 0,05). Hal ini disebabkan karena harga Gojek Online, sudah terbilang murah di mata Pelanggan.
3. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil hipotesis menggunakan uji t dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,001 < 0,05).

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah:

1. Untuk bisa tetap bertahan dalam persaingan, Gojek Online di Manado harus melakukan evaluasi sejauh mana harga yang ditawarkan sesuai dengan pangsa pasar.
2. Gojek Online harus lebih inovatif lagi dalam menyediakan Kualitas Layanan serta promo-promo yang menarik, agar pelanggan tidak merasa bosan dan jenuh dengan produk yang sudah ada.
3. Dengan meningkatkan Kualitas Layanan yang sudah ada serta tetap memperhatikan kestabilan harga yang ditawarkan, maka akan meningkatkan minat Pelanggan serta memberikan rasa puas kepada Pelanggan yang menggunakan Jasa Gojek Online di Manado.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Iman. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS: BP*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hasan. 2013. *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. CAPS, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Benjamin Molan Dan Hendra Teguh. Edisi Milenium. Jakarta.
- Lovelock dan Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa*. Edisi 7. Erlangga, Jakarta.

Manus,W. F. 2015. Kualitas produk, harga, dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *Jurnal EMBA*. Vol. 3 No. 2 Juni 2015.

Panjaitan, E. J. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*. Vol. 11 No. 2, September 2016.

Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

