

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI GOJEK
(Studi Pada Pengguna Layanan Go-Ride Di Kota Manado)**

*EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICES ON CUSTOMER LOYALTY OF GOJEK
APPLICATION USERS (Study on Go-Ride Service Users in Manado City)*

Oleh:

**Paulus A. Pangaila¹
Frederik G. Worang²
Rudy S. Wenas³**

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail :

¹pauluspangaila06@gmail.com

²fworang@gmail.com

³rudy.wenas@gmail.com

Abstrak: Transportasi pada jaman ini sudah menjadi kebutuhan dari tiap manusia dimana transportasi membuat semua kegiatan manusia menjadi lebih mudah dan lebih efektif dalam hal waktu. Seiring berkembangnya jaman membuat beberapa orang membuat inovasi dengan menggabungkan dunia transportasi dengan duni internet sehingga terbentuklah yang namanya transportasi online. Beberapa perusahaan transportasi online saling bersaing di Indonesia yaitu Gojek yang asli buatan Indonesia dan ada juga Grab yang berasal dari Malaysia, mereka bersaing dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik serta memberikan harga yang murah. Gojek memberi pelayanannya kepada pelanggan berupa memberikan masker dan helm. Untuk harga gojek memberikan harga dari Rp 4.000 dan seterusnya tergantung jarak yang dituju. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan gojek di Kota Manado dan diambil sampel sebanyak 110. Metode pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dalam penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan serta memiliki pengaruh positif dan signifikan, maka sebaiknya pihak gojek lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan khususnya dibagian waktu oprasional kepada pelanggan dan memperhatikan dalam penetapan harga dengan maupun tidak menggunakan promo serta lebih memperkuat hubungan dengan pelanggan agar kepercayaan dari pelanggan lebih meningkat.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, harga, loyalitas pelanggan*

Abstract: *Transportation in this era has become a necessity for every human being where transportation makes all human activities easier and more effective in terms of time. As the times developed, some people made innovations by combining the world of transportation with the world of internet, which formed the name of online transportation. Some online transportation companies compete with each other in Indonesia, namely Gojek, which is made in Indonesia and there are also Grab from Malaysia, they compete by providing the best service and providing low prices. Gojek provides services to customers in the form of providing masks and helmets. For the price of gojek give a price of Rp. 4,000 and so on depending on the distance to which you are going. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and price on customer loyalty. The population of this study is all customers gojek in Manado City and a sample of 110 is taken. The method of testing hypotheses uses multiple regression analysis. The results of the study show that service quality and price have a partial and simultaneous effect on customer loyalty and have a positive and significant influence. Therefore, you should better go to the city to improve the quality of service especially in operational time to customers and pay attention to pricing by or not using promos and further strengthen relationships with customers so that the trust of customers increases.*

Keywords: *service quality, price, customer loyalty*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring berkembangnya jaman maka ada beberapa orang yang mulai mengembangkan dunia transportasi dengan menggabungkannya dengan dunia internet. Inovasi ini akhirnya melahirkan dunia transportasi yang baru yang disebut transportasi *online*.

PT. Gojek Indonesia merupakan perusahaan transportasi online yang menjadi pelopor di Indonesia dan telah menjadi perusahaan transportasi *online* nomor 1 di Indonesia. Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan umum meliputi kendaraan bermotor roda dua maupun roda empat.

Ada jenis layanan dalam aplikasi gojek yang paling diunggulkan yaitu *goride*. Tujuan dari layanan ini adalah untuk antar jemput menggunakan kendaraan roda dua, layanan ini paling sering dipakai pengguna karena dapat mempersingkat waktu dari tempat awal ke tujuan.

Kota Manado adalah salah satu daerah yang menjadi pilihan dari perusahaan-perusahaan penyedia transportasi *online*. Tidak ketinggalan juga Gojek ikut membuka cabang mereka dikota tersebut. Untuk jumlah driver dari Gojek di Kota Manado adalah berjumlah kurang lebih 6000 yang tersebar diseluruh pusat kota maupun pinggiran kota Manado.

Dari pihak Gojek sendiri memberi kenyamanan kepada masyarakat Kota Manado yang menggunakan jasa dari perusahaan dengan memberikan masker yang berguna agar penumpang tidak menghirup polusi udara saat melakukan perjalanan dan memberikan penutup rambut agar rambut terhidar dari kotoran maupun bau yang ada dihelm. Dari segi harga dari pihak Gojek memberlakukan tarif mulai dari 4 ribu rupiah dan seterusnya tergantung dari seberapa jauh jarak yang akan dituju. Tarif yang ada dalam aplikasi Gojek akan bertambah mahal jika jarak yang akan dituju bertambah jauh namun harga yang sudah tertera dalam aplikasi yang berada dalam *handphone* tidak akan berubah walaupun waktu yang akan di tempuh ke lokasi menjadi lebih lambat dikarenakan macet.

Dalam penggunaan layanan *goride* terkadang pelanggan merasakan pengalaman yang sangat baik namun ada juga yang merasakan pengalaman buruk seperti mulai dari pernah menemui *driver* yang dari cara berbicara ditelepon kurang sopan ada juga yang membawa kendaraan secara ugal-ugalan bahkan meminta uang lebih pada penumpang dikarenakan masuk dalam area yang menggunakan tarif parkir padahal dari pihak gojek tidak membenarkan akan tindakan tersebut.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh :

1. Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek *Goride* di Kota Manado
2. Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek *Goride* di Kota Manado
3. Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek *Goride* di Kota Manado

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Kotler dan Keller (2012:27), mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu dalam memilih target pasar dan mendapatkan, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan membuat, memberikan, dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang superior.

Kualitas Pelayanan

Hardiansyah (2011:41) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu: *Tangible* (Berwujud), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Emphaty* (Empati). Masing-masing dimensi memiliki indikator sebagai berikut:

1. Dimensi *Tangible* (Berwujud) yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.
2. Dimensi *Reliability* (Kehandalan) yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Dimensi *Responsiveness* (Respon/Ketanggapan), yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberika pelayanan dengan tanggap.
4. Dimensi *Assurance* (Jaminan), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf.

5. Dimensi *Emphaty* (Empati), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian secara personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

Harga

Menurut Tjiptono (2008) dalam Mar'ati dan Sudarwano (2016) ada beberapa indikator dalam mengukur harga yang mana indikator ini bisa dipakai oleh konsumen untuk menilai akan baik buruknya harga yang diberikan oleh perusahaan. Indikator yang di maksud adalah:

1. Jangkauan harga dengan daya beli konsumen, jangkauan harga dengan daya beli konsumen, yaitu apabila harga yang ditetapkan oleh suatu produk masih dapat dibeli atau dijangkau oleh konsumen (dalam artian tidak terlalu mahal).
2. Daya saing harga dengan produk sejenis, daya saing harga dengan produk sejenis adalah ketika harga yang ditetapkan oleh produk tertentu dapat bersaing dipasaran dengan produk sejenis.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan kualitas yaitu ketika harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kualitas yang didapatkan konsumen, barang yang dibeli tidak mudah rusak dan awet dalam jangka waktu lama.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2012:57) mengemukakan beberapa indikator dari pelanggan yang bersifat loyal sebagai berikut:

1. *Repeat Purchase* (kesetiaan dalam pembelian produk dari perusahaan)
2. *Retention* (ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan)
3. *Referrals* (merefereasikan secara total mengenai eksistensi dari perusahaan)

Penelitian Terdahulu

Bulan (2016), melakukan penelitian tentang 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa'. Pada variabel harga, dapat dinyatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. Untuk uji F dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama - sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa.

Moha dan Loindong (2016), melakukan penelitian tentang 'Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta Di Kota Manado'. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado. Populasi adalah para tamu yang menginap. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Manajemen Hotel.

Gulla, Oroh, dan Roring (2015), melakukan penelitian tentang 'Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel GRACE INN Manado'. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Manado Grace Inn. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Alhasni dan Ogi (2014) melakukan penelitian dengan judul Iklan dan Harga Pengaruhnya terhadap Penjualan Mobil Toyota Avanza Pada PT. HASJRAT ABADI Manado. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga dan iklan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap penjualan mobil Toyota Avanza pada PT. Hasjrat Abadi Manado. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan parsial iklan dan harga berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

Lumenta, Mandey dan Rotinsulu (2014) melakukan penelitian tentang 'Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. POS Indonesia (PERSERO) Manado'. Hasil analisis menunjukkan harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara parsial kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pimpinan PT. Pos Indonesia sebaiknya memperhatikan penetapan harga serta meningkatkan kualitas layanan agar konsumen akan tetap menggunakan jasa dari PT. Pos Indonesia.

Runtunuwu, Oroh dan Taroreh (2014) melakukan penelitian tentang 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Café Dan Resto CABANA Manado'. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan

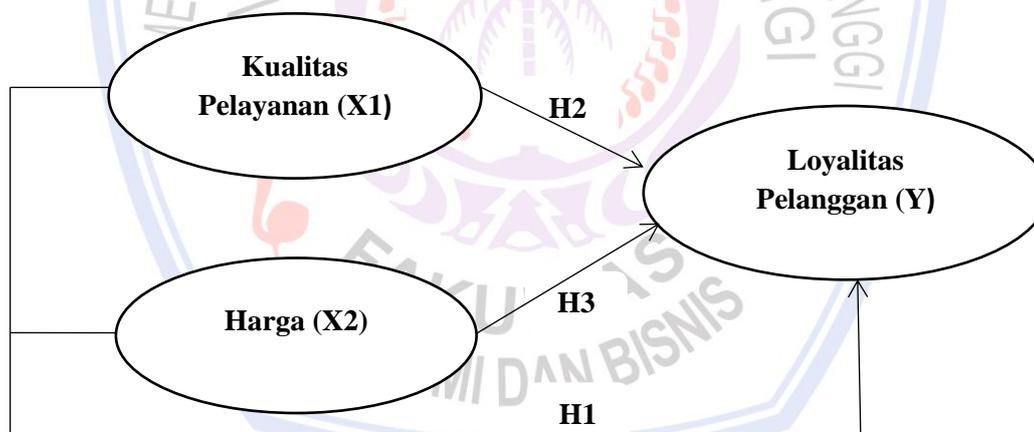
pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Kualitas produk berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Saputra (2013) melakukan penelitian tentang 'Kualitas Layanan, Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT Bank Bni 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya). Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (B) sebesar 0,560. Kualitas layanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas dengan nilai (B) sebesar 0,107. Citra perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai (B) sebesar -0,306. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai (B) sebesar 0,857. Terdapat pengaruh tidak langsung dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 0,243. Citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 0,480.

Kodu (2013) melakukan penelitian tentang 'Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avansa'. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Shofiyyuddin dan Noernijati (2013) melakukan penelitian tentang 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit NU di Tuban)'. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, serta pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pasien rawat inap Rumah Sakit NU di Tuban. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Kajian Teori, 2018

Hipotesis Penelitian

H₁: Diduga kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

H₂: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan

H₃: Diduga harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dipakai dalam judul ini bersifat kuantitatif dimana penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan [fenomena](#) serta [hubungan-hubungannya](#). Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan [model-model matematis](#), [teori-teori](#) dan/atau [hipotesis](#) yang berkaitan dengan fenomena alam.

Populasi, Besaran Sampel, dan Teknik Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi gojek khususnya layanan *goride* di Kota Manado. Populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti sehingga menurut Hair et al (2006: 112) menyatakan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, dapat dihitung dengan mengambil minimal 5 kali jumlah variabel yang dianalisa atau indikator pertanyaan. Jumlah indikator pertanyaan dalam penelitian ini berjumlah 22, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut

$$\begin{aligned}\text{Sample} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 22 \times 5 \\ &= 110\end{aligned}$$

Maka sample dalam penelitian ini yang akan dipakai sebanyak 110. Untuk teknik pengambilan data yang dipakai adalah *Purposive sampling*

Jenis dan Sumber data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Sumber data primer yang akan dipakai dalam penelitian ini yaitu penyebaran angket yang berisi kuesioner kepada pelanggan pengguna aplikasi gojek khususnya yang menggunakan layanan *goride*. Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung seperti buku, catatan, atau arsip yang dipublikasikan.

Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang akan diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kualitas Pelayanan (X_1)

Tjiptono (2007: 151) Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen

Harga (X_2)

Menurut Kotler dan Armstrong (2013:345) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Loyalitas Pelanggan (Y)

Menurut Tjiptono (2012:482) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten

Teknik Analisa

Data yang di peroleh dari para responden nantinya akan di analisa dengan bantuan dari program *Statistical Program for Sosial Sciences (SPSS)* Versi 22 sehingga dapat dikelola secara cepat, datanya lebih akurat, dan mempermudah dalam menyalin data dalam bentuk tabel atau secara diagram.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Narimawati (2008) pengertian analisis regresi linier berganda yaitu suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tergantung dengan skala interval.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2012: 97) koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kekuatan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) atau bisa dipakai kriteria dari Sarwono (2006:107) yaitu sebagai berikut:

- 0 (Tidak ada korelasi antara dua variable)
- $> 0 - 0,25$ (Korelasi sangat lemah)
- $> 0,25 - 0,5$ (Korelasi cukup)
- $> 0,5 - 0,75$ (Korelasi kuat)
- $> 0,75 - 0,99$ (Korelasi sangat kuat)

f. 1 (Korelasi sempurna)

Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai F hitung \geq dari nilai F tabel maka berarti variabel bebasnya secara serempak memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama diterima (Ghozali, 2013:98).

Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Jika nilai t hitung $>$ t tabel, atau signifikansi t < 0.05 ($\alpha=5\%$), maka artinya variabel bebas yang diuji secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2004: 45). Untuk analisis uji t dapat dilihat dari tabel 'Coefficient' pada SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Uji Validitas

Nama variabel	Item	R product moment	Nilai signifikans	Keterangan
X1 = Kualitas Pelayanan	X1.1	0,475	0,000	Valid
	X1.2	0,450	0,000	Valid
	X1.3	0,694	0,000	Valid
	X1.4	0,563	0,000	Valid
	X1.5	0,678	0,000	Valid
	X1.6	0,549	0,000	Valid
	X1.7	0,566	0,000	Valid
	X1.8	0,711	0,000	Valid
	X1.9	0,658	0,000	Valid
	X1.10	0,662	0,000	Valid
X2 = Harga	X2.1	0,718	0,000	Valid
	X2.2	0,589	0,000	Valid
	X2.3	0,400	0,000	Valid
	X2.4	0,688	0,000	Valid
	X2.5	0,654	0,000	Valid
	X2.6	0,667	0,000	Valid
Y = Loyalitas Pelanggan	Y1	0,603	0,000	Valid
	Y2	0,662	0,000	Valid
	Y3	0,697	0,000	Valid
	Y4	0,730	0,000	Valid
	Y5	0,721	0,000	Valid
	Y6	0,750	0,000	Valid

Sumber: Olah Data, 2018

Tabel 1 terlihat bahwa korelasi dari masing-masing item terhadap jumlah skor total untuk masing-masing 10 pernyataan untuk variabel X1, 6 pernyataan untuk variabel X2, dan 6 pernyataan untuk variabel Y, seluruhnya menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka keseluruhan item pernyataan variabel penelitian adalah valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,748	Reliabel
Harga (X2)	0,745	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,774	Reliabel

Sumber: Olah Data, 2018

Tabel 2 terlihat bahwa *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel yang berarti kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Tabel 3. Analisis Regresi Berganda (Uji R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,698	0,487	0,478	2,274

Sumber: Olah Data, 2018

Tabel 3 menunjukkan nilai R sebesar 0,698 yang berarti pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi gojek di Kota Manado dengan studi kasus pada layanan *goride*, mempunyai pengaruh sebesar 69,8 % atau memiliki hubungan yang kuat antara variable dependen dan independen. Hasil koefisien determinasi atau *R Square* adalah 0,487 yang menunjukkan bahwa 48,7 % loyalitas pelanggan pengguna aplikasi gojek dengan studi kasus pengguna layanan *goride* di Kota Manado diteliti dalam penelitian ini dan sisanya 51,3 % tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4. Analisis Regresi Berganda (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F Hitung	Sig.	F Tabel
1	Regresion	526.367	2	263,184	50,879	0,000	3,08
	Residual	553.487	107	5,173			
	Total	1079.855	109				

Sumber: Olah Data, 2018

Tabel 4 menunjukkan bahwa pengaruh variable kualitas pelayanan (X1), dan harga (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) signifikan, ditunjukkan oleh nilai sig sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05. Dilihat juga dari nilai F hitung maka menyatakan seluruh variable independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variable dependen dikarenakan nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel (50,879 > 3,08).

Tabel 5. Analisis Regresi Berganda (Uji t)

Model		Unstandardized	Coefficients	Standardized	Sig	t Tabel	
		B	Std. Error	Beta			t Hitung
1	(Constant)	2.063	2.236	.922	.358		
	Kualitas Pelayanan	.117	.049	.176	2.377	.019	1.982
	Harga	.709	.085	.615	8.302	.000	1.982

Sumber: Olah Data, 2018

Tabel 5 menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai signifikan $0,019 < 0,05$ atau dalam bentuk persentase $1,9 \% < 5\%$, dilihat juga dari nilai t hitung dengan t tabel maka nilai yang dihasilkan adalah $2,377 > 1,982$, dan dapat juga dilihat dari nilai B memiliki nilai yang positif yaitu $0,117$.

Untuk variable harga (X2) memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dilihat juga dari nilai t tabel dengan t hitung maka nilai yang dihasilkan adalah $8,302 > 1,982$, dan nilai B memiliki nilai $0,709$.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hasil tersebut terlihat pada nilai signifikan yang lebih kecil dari batas signifikan atau dilihat dari nilai F hitung dan F tabel yang dimana F hitung lebih besar dari F tabel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pongoh (2013), dengan judul Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel di Kota Manado dimana dalam penelitian ini memiliki hasil yang sama yaitu kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan memiliki nilai yang positif. Hasil tersebut terlihat pada nilai signifikan yang lebih kecil dari batas signifikan atau nilai t hitung yang lebih besar dari pada t table dan memiliki nilai B positif. Hal ini menjelaskan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan kondisi yang signifikan yang berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka tingkat loyalitas dari pelanggan semakin tinggi. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kalalo (2013) dengan judul *Customer Relationship Management* Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen PT. Matahari Dept. Store Manado dimana dalam penelitian ini memiliki hasil yang sama yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil tersebut terlihat pada nilai signifikan yang mana nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikan atau t hitung lebih besar dari pada t table dan memiliki nilai B positif. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sinurat, Lumanauw, dan Roring (2017) yang melakukan penelitian tentang Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga dimana hasil yang diperoleh memiliki kesamaan yaitu variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil analisa data sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas Pelayanan dan Harga Berpengaruh Secara Simultan terhadap Loyalitas Pelanggan.
2. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Harga Berpengaruh Secara Parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran diuraikan sebagai berikut:

1. Saran untuk PT. Gojek cabang Manado, berdasarkan variabel kualitas pelayanan terdapat tanggapan responden terendah pada indikator *Reliability* (kehandalan), maka PT. Gojek cabang Manado harus perlu meningkatkan kualitas pelayanan dalam segi jam pelayanan, hubungan antara driver gojek serta pihak pelanggan dalam urusan pemberitahuan keterlambatan.
2. Saran untuk PT. Gojek cabang Manado, berdasarkan variable harga pada indikator daya saing harga dengan produk sejenis, maka perusahaan harus memperhatikan dalam penetapan harga dengan maupun tidak menggunakan promo.

3. Saran untuk PT. Gojek cabang Manado, berdasarkan variable loyalitas pelanggan pada indikator *Retention* (ketahanan terhadap pengaruh negative mengenai perusahaan) memperbaiki kembali system yang ada didalam aplikasi pelanggan agar tidak mudah terjadi gangguan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhasni, A. dan Ogi, I. 2014. Iklan Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Penjualan Mobil Toyota Avanza Pada PT. HASJRAT ABADI Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.2 No.2 Juni 2014, Hal. 1021-1031. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/4483/4012>. Tanggal Akses: 02/10/18.
- Bulan, T. P. L. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT.TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. Volume 5, Nomor 2 . <https://media.neliti.com/media/publications/196977IDpengaruhkualitaspelayanan-dan-harga-te.pdf>. Tanggal akses: 16/03/18.
- Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro, Yogyakarta.
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Edisi Ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gulla, G., Oroh, S. G. dan Roring, F. 2015. Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel GRACE INN Manado. *Jurnal EMBA*. Vol3, Nomor 1, Hal 1313-1322. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/8297>. Tanggal akses: 16/03/18.
- Hair., Black., Babin., dan Anderson. 2006. *Multivariate Data Analysis*. Edisi Enam. Pearson Education, New Jersey.
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Gava Media, Yogyakarta.
- Kalalo, R. E. 2013. *Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Matahari Dept. Store Manado*. *Jurnal EMBA*. Vol 1, Nomor 4, Hal 1553-1561. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2960>. Tanggal Akses: 16/03/18.
- Kodu, S. 2013. Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avansa. *Jurnal EMBA*. Vol 1, Nomor 3, Hal 1251-259. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2536>. Tanggal Akses: 16/03/18.
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- _____. 2013. *Principle Of Marketing*. 15 edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga, Jakarta.
- Lumenta, D. J., Mandey, S. I. dan Rotinsulu, J. J. 2014. Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. POS Indonesia (PERSERO) Manado. *Jurnal Emba*. Vol 2 No 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5913/5445>. Tanggal Akses: 16/02/18.
- Mar'ati, N, C. dan Sudarwano, T. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol 3, No 3. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/15757>. Tanggal Akses: 03/10/2018.

- Moha, S. dan Loindong, S. 2016. Analisa Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 4, Nomor 1, Hal 575-584. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11715>. Tanggal akses: 16/03/18.
- Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori, Dan Aplikasi*. Agung Media, Bandung.
- Pongoh, M. E. 2013. Persaingan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 1 No 4. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/2576/2108>. Tanggal Akses: 16/03/18.
- Runtuuwu, J. G., Oroh, S. dan Taroreh, R. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Café Dan Resto CABANA Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 2 No 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5973/5492>. Tanggal Akses: 16/02/18.
- Saputra, F. I. 2013. Kualitas Layanan, Citra Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT Bank Bni 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya). *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 11 Nomor 3. <http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/viewFile/539/599>. Tanggal Akses:02/10/18.
- Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Shofiyyuddin, A. dan Noermijati. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Nu Tuban. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol 11, Nomor 3. <http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/123>. Tanggal akses: 17/03/18.
- Sinurat, E. S. M., Lumanauw, B. dan Roring, F. 2017. Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA*. Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 2230 – 223. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16522/16014>. Tanggal akses: 13/09/18.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Andi Offset, Yogyakarta.
- _____. 2012. *Service Manajemen: Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset, Yogyakarta.