

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA GOJEK DAN GRAB TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO**

*COMPARATIVE ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AND GOJEK AND GRAB PRICES ON CUSTOMER SATISFACTION IN STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS SAM RATULANGI UNIVERSITY MANADO*

Oleh:

**Joshua Fernando Hendra Soge<sup>1</sup>**

**James D. D. Massie<sup>2</sup>**

**Imelda W. J. Ogi<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

<sup>1</sup>[sogejoshua@gmail.com](mailto:sogejoshua@gmail.com)

<sup>2</sup>[jamesmassie@unsrat.ac.id](mailto:jamesmassie@unsrat.ac.id)

<sup>3</sup>[ogi\\_imelda@unsrat.ac.id](mailto:ogi_imelda@unsrat.ac.id)

**Abstrak:** Bertambahnya jumlah penduduk di setiap negara membuat transportasi menjadi kebutuhan mendasar yang harus dipenuhi dalam kehidupan manusia, bahkan saat ini transportasi menjadi salah satu hal yang dapat menopang perekonomian di seluruh dunia. Fakultas Ekonomi dan Bisnis merupakan salah satu dari 11 fakultas yang ada di Universitas Sam Ratulangi Manado. Dengan berbagai aktifitas mahasiswa FEB mulai dari perkuliahan, bepergian maupun membeli berbagai perlengkapan akademik dan kebutuhan hidup lainnya, kehadiran gojek dan grab ternyata memberikan pengaruh positif di kalangan mahasiswa FEB karena memudahkan aktifitas mereka. Gojek dan grab menjadi transportasi alternatif di kalangan mahasiswa FEB dalam memenuhi kebutuhan yang tentunya sulit didapatkan dari transportasi konvensional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah tiap variabel yang diteliti berpengaruh secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan penelitian komparatif. populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Angkatan 2016 yang pernah menggunakan kedua jasa transportasi online gojek dan grab khususnya layanan *go-ride* dan *grabbike*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 377 mahasiswa jurusan manajemen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, variabel bebas (X1) kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel bebas (X2) harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan dan harga gojek dan grab berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

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

**Abstract:** The increasing number of populations in each country has made transportation a basic necessity that must be met in human life, even today transportation is one of the things that can sustain economies around the world. The Faculty of Economics and Business is one of 11 faculties at Sam Ratulangi University, Manado. With various activities of FEB students starting from lectures, traveling and buying various academic equipment and other living necessities, the presence of gojek and grabs has a positive influence among FEB students because it facilitates their activities. Gojek and grab are alternative transportation among FEB students in fulfilling needs which are certainly difficult to obtain from conventional transportation. The purpose of this study was to determine whether each variable under study had a partial and simultaneous effect. This research uses comparative research. The population in this study were all students of the Faculty of Economics and Business, Department of Management, Class of 2016 who had used both gojek and grab online transportation services, especially *go-ride* and *grabbike* services. The population in this study amounted to 377 students majoring in management. The sampling technique used *purposive sampling* technique. Based on the results of the analysis conducted, the independent variable (X1) service quality partially has a significant effect on customer satisfaction, the independent variable (X2) partially has a significant effect on customer satisfaction and service quality and the prices of gojek and grab have a simultaneous effect on customer satisfaction.

**Keywords:** Service Quality, Price, Customer Satisfaction.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Bertambahnya jumlah penduduk di setiap negara membuat transportasi menjadi kebutuhan mendasar yang harus dipenuhi dalam kehidupan manusia, bahkan saat ini transportasi menjadi salah satu hal yang dapat menopang perekonomian di seluruh dunia. Di Indonesia misalnya, dari keterangan Meteri Dalam Negeri (Mendagri) RI Tjahjo Kumolo diketahui jika jumlah penduduk Indonesia per tahun 2017 telah mencapai angka 262 juta jiwa. Jumlah masyarakat Indonesia yang sangat banyak inilah yang membuat kebutuhan transportasi di Indonesia menjadi salah satu masalah yang harus dipikirkan, sehingga munculah ide untuk membuat transportasi menjadi lebih minimalis dan mampu memberikan kemudahan kepada masyarakat.

Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan, teknologi yang menggunakan aplikasi tersebut biasa disebut dengan "Transportasi *Online*". Transportasi *online* itu dalam penelitian ini adalah gojek dan grab. Kedua aplikasi ini merupakan transportasi *online* yang paling menonjol dalam persaingan pasar Indonesia. Kemudahan mengakses beberapa hal melalui ponsel pintar (*smartphone*) membuat beberapa perusahaan menggunakan peluang ini untuk mengembangkan aplikasi berbasis *online* tersebut.

Kota Manado menjadi salah satu pilihan kota yang berpotensi dalam pengembangan bisnis transportasi *online*. Manado merupakan salah satu kota yang memiliki kegiatan yang pada tentunya tidak lepas dari kegiatan transportasi sehari-hari. Dengan hadirnya gojek dan grab memberi kemudahan bagi masyarakat kota Manado yaitu pelajar, wisatawan, karyawan, pedagang, dan masyarakat luas umumnya untuk mendapatkan transportasi dengan cepat, dan selalu datang ke tempat yang mereka inginkan tanpa harus pergi ke jalan raya, tempat umum, terminal maupun pangkalan dan dalam penelitian ini berfokus pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis merupakan salah satu dari 11 fakultas yang ada di Universitas Sam Ratulangi Manado. Dengan berbagai aktifitas mahasiswa FEB mulai dari perkuliahan, bepergian maupun membeli berbagai perlengkapan akademik dan kebutuhan hidup lainnya, kehadiran gojek dan grab ternyata memberikan pengaruh positif di kalangan mahasiswa FEB karena memudahkan aktifitas mereka. Gojek dan grab menjadi transportasi alternatif di kalangan mahasiswa FEB dalam memenuhi kebutuhan yang tentunya sulit didapatkan dari transportasi konvensional.

Perkembangan teknologi, pendapatan, status sosial, sekarang ini berakibat kepada perubahan perilaku dan gaya hidup pada mahasiswa FEB. Perubahan tersebut pada akhirnya mempengaruhi perubahan selera mereka terhadap layanan transportasi yang akan mereka gunakan baik gojek maupun grab. Mahasiswa FEB menginginkan kualitas pelayanan dan harga yang sesuai dengan harapan mereka. Sehingga strategi yang perlu di lakukan oleh pihak manajemen untuk memuaskan konsumen yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan jasa serta menetapkan harga yang terjangkau.

### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen gojek dan grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen gojek dan grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen gojek dan grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado

## TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:27), "*Marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value*". Arti dari definisi tersebut, manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar, sasaran dan mendapatkan, serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan pelanggan yang unggul.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Kasmir (2017b:47) Kualitas Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Indikator yang digunakan untuk mengukur Kualitas Pelayanan:

1. *Tangibles* (bukti fisik)
2. *Reliability* (kehandalan)
3. *Responsiveness* (daya tanggap)
4. *Assurance* (jaminan)
5. *Emphaty* (kepedulian)

### **Harga**

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:324), "*Price the amount of money charge for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service*". Artinya harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, untuk mendapatkan manfaat/nilai yang ditukar oleh pelanggan untuk kepentingan memiliki atau menggunakan produk layanan. Indikator yang digunakan untuk mengukur Harga:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Kesesuaian dengan manfaat
4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Kasmir (2017b:236) Kepuasan Konsumen adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa. Artinya apa yang diharapkan dapat tercapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataan. Harapan dengan kenyataan inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen:

1. Kualitas produk
2. Kualitas pelayanan
3. Emosional
4. Harga
5. Biaya

### **Penelitian Terdahulu**

Alinaung, Ogi (2016). Hasil akhir dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan citra merek, kualitas layanan dan tarif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa di RSUD PROF. DR. R. D. KANDOU MANADO.

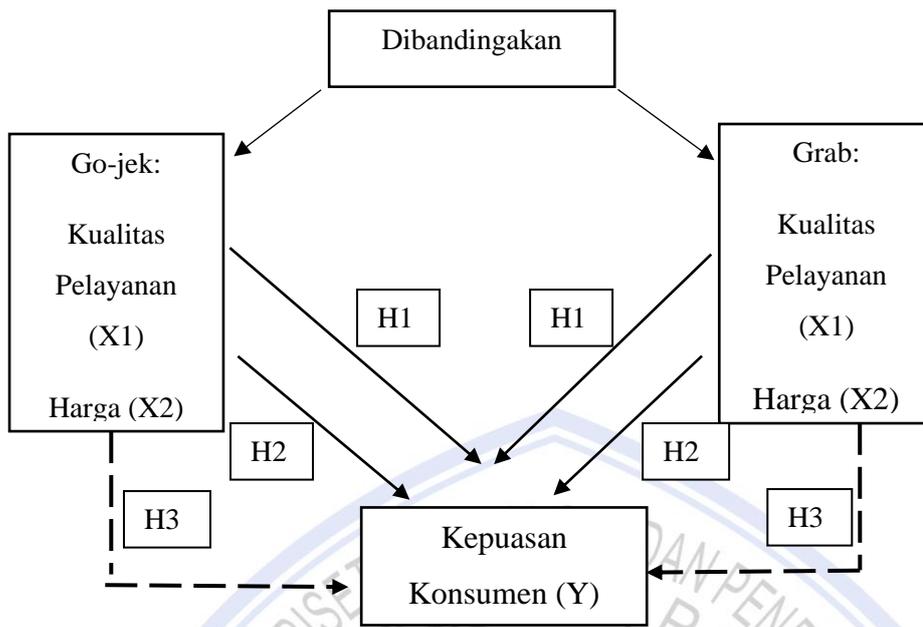
Triantoro, Hadi, Suryoko (2015). Hasil akhir dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 23,5%, variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 32,1%. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 39,6 %.

Putuhena, Bahari (2019). Hasil akhir dalam penelitian ini menunjukkan semua variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen..

### **Hipotesis Penelitian**

- H1: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen gojek dan grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado
- H2: Diduga harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen gojek dan grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.
- H3: Diduga kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen gojek dan grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.

**Model Penelitian**



**Gambar 1. Model Penelitian**  
 Sumber: *Kajian Teori (2020)*

Ket:  
 1. Secara parsial  
 2. Secara simultan

**METODE PENELITIAN**

**Pendekatan Penelitian**

Penelitian yang dipakai dalam judul ini adalah penelitian komparatif. menurut Sugiyono (2015:36) penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan keadaan suatu variabel atau lebih pada dua sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda. Penelitian ini akan dilakukan dengan sasaran pengguna aplikasi gojek dan grab khususnya layanan go-ride dan grabbike dan hasil pengumpulan data akan dikelola dengan program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*.

**Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FEB Manajemen Angkatan 2016 yang pernah menggunakan kedua jasa transportasi online gojek dan grab khususnya layanan go-ride dan grabbike. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 377 mahasiswa jurusan manajemen. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2015:144), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 79 responden.

**Data dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti (tidak melalui perantara), data diperoleh dari penyebaran kuisioner.

**Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para responden penelitian. Skala Likert merupakan skala yang paling sering dan paling harus digunakan dalam penelitian dan studi literatur.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebuah instrument yang akan digunakan dalam penelitian harus dapat mengukur atau mengungkapkan data dari variabel yang diteliti. Hal ini dapat diketahui dengan uji validitas untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah instrument. Realibilitas berbicara mengenai masalah ketetapan (*accuracy*) alat ukur. Ketepatan ini dapat dinilai dengan statistik untuk mengetahui measurement error atau salah ukur. Suatu intsrumen dikatakan *reliable* apabila instrument tersebut cukup dapat dipercaya sebagai alat pengukur data

### Teknik Analisis Data

Pengukuran persepsi responden menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2015:134) Skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pertanyaan dalam kuisisioner dibuat dengan menggunakan skala 1 sampai 5 untuk mewakili pendapat dari para responden. Kemudian menggunakan analisis statistic dengan program SPSS. Data yang terkumpul akan dianalisis dengan beberapa tahap, yaitu Uji Validitas dan Reliabilitas, analisis Regresi Linear Berganda, uji parsial, simultan dan koefisien determinasi.

## HASIL PENELITIAN

### Hasil Penelitian

#### Uji Validitas

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Gojek (Go-Ride)**

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Corelation (r hitung)	Sig.	r Tabel	Keterangan
X1	X1.1	0,661	000	0,2213	Valid
	X1.2	0,836	000	0,2213	Valid
	X1.3	0,766	000	0,2213	Valid
	X1.4	0,670	000	0,2213	Valid
	X1.5	0,759	000	0,2213	Valid
X2	X2.1	0,764	000	0,2213	Valid
	X2.2	0,751	000	0,2213	Valid
	X2.3	0,856	000	0,2213	Valid
	X2.4	0,806	000	0,2213	Valid
Y	Y1	0,913	000	0,2213	Valid
	Y2	0,846	000	0,2213	Valid
	Y3	0,818	000	0,2213	Valid

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen dinyatakan valid karena dari hasil uji didapatkan r hitung yang lebih besar dari pada r tabel ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ) dan juga nilai sig. kurang dari 0,05 ( $\text{sig} < 0,05$ ). Pada variabel X<sub>1</sub> nilai r hitung tertinggi sebesar 0,836 dan terendah yaitu 0,661. Variabel X<sub>2</sub> nilai r hitung tertinggi sebesar 0,856 dan terendah yaitu 0,751. Variabel Y nilai r hitung tertinggi sebesar 0,913 dan terendah 0,818.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Grab (GrabBike)**

Pada tabel di berikut menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen dinyatakan valid karena dari hasil uji didapatkan r hitung yang lebih besar dari pada r tabel ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ) dan juga nilai sig. kurang dari 0,05 ( $\text{sig} < 0,05$ ). Pada variabel X<sub>1</sub> nilai r hitung tertinggi sebesar 0,822 dan terendah yaitu 0,643. Variabel X<sub>2</sub> nilai r hitung tertinggi sebesar 0,842 dan terendah yaitu 0,732. Variabel Y nilai r hitung tertinggi sebesar 0,930 dan terendah 0,876.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Grab (GrabBike)**

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Corelation/r hitung	Sig.	r Tabel	Keterangan
X1	X1.1	0,722	000	0,2213	Valid
	X1.2	0,768	000	0,2213	Valid
	X1.3	0,686	000	0,2213	Valid
	X1.4	0,643	000	0,2213	Valid
	X1.5	0,822	000	0,2213	Valid
X2	X2.1	0,769	000	0,2213	Valid
	X2.2	0,732	000	0,2213	Valid
	X2.3	0,842	000	0,2213	Valid
	X2.4	0,809	000	0,2213	Valid
Y	Y1	0,930	000	0,2213	Valid
	Y2	0,880	000	0,2213	Valid
	Y3	0,876	000	0,2213	Valid

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

### Uji Realibilitas

**Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas Variabel Gojek (Go-Ride)**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
(X1)	0,784	Reliabel
(X2)	0,814	Reliabel
(Y)	0,849	Reliabel

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Pada tabel diatas menunjukkan hasil bahwa uji realibilitas pada variabel yaitu kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen memiliki hasil reliabel, dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap item pertanyaan lebih dari 0,6.

**Tabel 4. Hasil Uji Realibilitas Variabel Grab (GrabBike)**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
(X1)	0,785	Reliabel
(X2)	0,812	Reliabel
(Y)	0,861	Reliabel

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Pada tabel diatas menunjukkan hasil bahwa uji realibilitas pada variabel yaitu kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen memiliki hasil reliabel, dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap item pertanyaan lebih dari 0,6.

**Analisis Regresi Linier Berganda****Tabel 5. Analisis Regresi Linier Berganda Gojek (Go-Ride)**

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig
1. (Constand)	1,960	0,914		2,145	.035
Kualitas Pelayanan	0,180	0,058	0,303	3,110	.003
Harga	0,389	0,071	0,535	5,496	.000

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

$$Y = 1,960 + 0,180 (X1) + 0,389 (X2)$$

Berdasarkan hasil pengolahan data persamaan regresi dengan menggunakan perhitungan SPSS 22 di atas maka dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta 1,960 yang artinya menunjukkan pengaruh positif variabel independen (X1) kualitas pelayanan, (X2) harga, bila variabel independen naik atau berpengaruh maka variabel dependen (Y) kepuasan konsumen akan naik.

Koefisien  $b^1$  memiliki nilai 0,180 yang artinya jika variabel X1 (kualitas pelayanan) meningkat sebesar 1 dengan asumsi variabel X2 (harga), dan (a) konstanta adalah 0, maka kepuasan konsumen dari gojek (go-ride) meningkat sebesar 0,180. Untuk koefisien  $b^2$  memiliki nilai 0,389 yang artinya jika variabel X2 (harga) meningkat sebesar 1 dengan asumsi variabel X1 (kualitas pelayanan) dan (a) konstanta adalah 0, maka kepuasan konsumen dari gojek (go-ride) meningkat sebesar 0,389.

**Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda Grab (GrabBike)**

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig
1. (Constand)	1,430	0,743		1,924	.580
Kualitas Pelayanan	0,178	0,051	0,307	3,480	.001
Harga	0,421	0,062	0,594	6,731	.000

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

$$Y = 1,430 + 0,178 (X1) + 0,421 (X2)$$

Berdasarkan hasil pengolahan data persamaan regresi dengan menggunakan perhitungan SPSS 22 di atas maka dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta 1,430 yang artinya menunjukkan pengaruh positif variabel independen (X1) kualitas pelayanan, (X2) harga, bila variabel independen naik atau berpengaruh maka variabel dependen (Y) kepuasan konsumen akan naik.

Koefisien  $b^1$  memiliki nilai 0,178 yang artinya jika variabel X1 (kualitas pelayanan) meningkat sebesar 1 dengan asumsi variabel X2 (harga), dan (a) konstanta adalah 0, maka kepuasan konsumen dari grab (grabbike) meningkat sebesar 0,178. Untuk koefisien  $b^2$  memiliki nilai 0,421 yang artinya jika variabel X2 (harga) meningkat sebesar 1 dengan asumsi variabel X1 (kualitas pelayanan) dan (a) konstanta adalah 0, maka kepuasan konsumen dari grab (grabbike) meningkat sebesar 0,421.

**Hasil Uji t dan Uji F****Tabel 7. Hasil Uji Parsial (t) Gojek Go-Ride**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig	t tabel
	B	Std. error	Beta				
1 (Constand)	1,960	.914			2,145	.035	1,665
Kualitas Pelayanan	.180	.058	.303		3,110	.003	1,665
Harga	.389	.071	.535		5,496	.000	1,665

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Dari hasil uji t pada diatas maka diperoleh hasil yaitu untuk variabel X1 (kualitas pelayanan) memiliki nilai sig .003 < 0,05 dan juga nilai t hitung 3,110 lebih besar dari t tabel 1,665 atau 3,110 > 1,665 untuk kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) gojek go-ride, dari hasil uji t pada table maka untuk variabel X2 (harga) memiliki nilai sig .000 < 0,05 dan juga t hitung 5,496 lebih besar dari t tabel 0,1864 atau 5,496 > 1,665 untuk itu harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen gojek go-ride. Ini berarti bahwa H1 dan H2 diterima karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (kualitas pelayanan) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan X2 (harga) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen gojek go-ride dan hipotesis kedua menyatakan bahwa harga mempengaruhi kepuasan konsumen gojek go-ride.

**Tabel 8. Hasil Uji Parsial (t) Grab GrabBike**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	sig	t tabel
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constand)	1.430	.743			1,924	.058	1,665
Kualitas Pelayanan	.178	.051	.307		3,480	.001	1,665
Harga	.421	.062	.594		6,732	.000	1,665

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Dari hasil uji t pada tabel diatas maka diperoleh hasil yaitu untuk variabel X1 (kualitas pelayanan) memiliki nilai sig .058 < 0,05 dan juga nilai t hitung 3,480 lebih besar dari t tabel 1,665 atau 3,480 > 1,665 untuk kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) grab grabbike, dari hasil uji t pada table maka untuk variabel X2 (Harga) memiliki nilai sig .000 < 0,05 dan juga t hitung 6,732 lebih besar dari t tabel 1,665 atau 6,732 > 1,665 untuk itu harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen grabbike. Ini berarti bahwa H1 dan H2 diterima karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (kualitas pelayanan) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan X2 (harga) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen grab grabbike dan hipotesis kedua menyatakan bahwa harga mempengaruhi kepuasan konsumen grab grabbike.

**Tabel 9. Hasil Uji Simultan (F) Gojek Go-Ride**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F Hitung	Sig	F Tabel
1 Regression	139,751	2	69,876	54,687	000 <sup>b</sup>	3,12
Residual	97,109	76	1,278			
Total	236,861	78				

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Berdasarkan tabel diatas variabel X1 (kualitas pelayanan), X2 (harga) terhadap (Y) kepuasan konsumen gojek go-ride berpengaruh signifikan, karena dari pengolahan data diketahui bahwa nilai sig, yaitu sebesar .000 kurang dari 0,05 dan juga F hitung 54,687 lebih dari F table 3,12 atau (54,687 > 3,12) ini berarti bahwa H3 diterima karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (kualitas pelayanan) dan X2 (harga) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis ketiga menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen gojek go-ride

**Tabel 10. Hasil Uji Simultan (F) Grab GrabBike**

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F Hitung	Sig	F Tabel
1	Regression	179,424	2	85,212	91.943	.000 <sup>b</sup>	3,12
	Residual	70,436	76	.927			
	Total	240,861	78				

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Berdasarkan tabel diatas variabel X1 (kualitas pelayanan), X2 (harga) terhadap (Y) kepuasan konsumen grab *grabbike* berpengaruh signifikan, karena dari pengolahan data diketahui bahwa nilai sig, yaitu sebesar .000 kurang dari 0,05 dan juga F hitung 91, 943 lebih dari F table 3,12 atau ( $91,943 > 3,12$ ) ini berarti bahwa H3 diterima karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (kualitas pelayanan) dan X2 (harga) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis ketiga menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen grab *grabbike*.

**Tabel 11. Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) Gojek Go-Ride**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 <sup>a</sup>	.590	.579	113.038

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien R yaitu .768 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga terhadap variabel kepuasan konsumen gojek *go-ride* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado mempunyai pengaruh sebesar 76,8% atau antara variabel dependen dan independen memiliki hubungan yang kuat.

Nilai koefisien determinasi atau *R Square* adalah .590 yang menunjukkan bahwa 59% kepuasan konsumen pada mahasiswa FEB Universitas Sam Ratulangi Manado diteliti dalam penelitian dan sisanya 41% tidak diteliti dalam penelitian ini atau 59% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

**Tabel 12. Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) Grab GrabBike**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.841 <sup>a</sup>	.708	.700	.96270

Sumber:

SPSS 22, Data Olahan (2020)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien R yaitu .841 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga terhadap variabel kepuasan konsumen grab *grabbike* pada mahasiswa FEB Universitas Sam Ratulangi Manado mempunyai pengaruh sebesar 84,1% atau antara variabel dependen dan independent memiliki hubungan yang kuat.

Nilai koefisien determinasi atau *R Square* adalah .708 yang menunjukkan bahwa 70,8% kepuasan konsumen pada mahasiswa FEB Universitas Sam Ratulangi Manado diteliti dalam penelitian dan sisanya 29,2% tidak diteliti dalam penelitian ini atau 70,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, variabel bebas (X1) kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada gojek (*go-ride*) dan pada grab (*grabbike*)

terhadap mahasiswa FEB Universitas Sam Ratulangi Manado dan berdasarkan olah data terhadap variabel kualitas pelayanan, dari lima indikator yang diteliti gojek (*go-ride*) lebih unggul dari segi *Reliability* (Kehandalan) dan *Responsiveness* (Ketanggapan) sementara untuk grab (*grabbike*) lebih unggul dari segi *Assurance* (Jaminan). Untuk *Tangible* (Berwujud) dan *Emphaty* (Empati) memiliki tanggapan dari responden yang sama rata.

2. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, variabel bebas (X2) harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena menunjukkan gojek maupun grab terhadap mahasiswa FEB Universitas Sam Ratulangi Manado dan berdasarkan olah data terhadap variabel harga, dari empat indikator yang diteliti grab (*grabbike*) lebih unggul dari segi harga dibanding gojek (*go-ride*) karena berdasarkan kuisioner yang dibagikan mayoritas menjawab setuju dengan harga dari grab (*grabbike*).
3. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, kualitas pelayanan dan harga gojek dan grab berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada gojek maupun grab terhadap mahasiswa FEB Universitas Sam Ratulangi Manado.
4. Berdasarkan olah data terhadap variabel kepuasan konsumen untuk gojek (*go-ride*) dari tiga indikator yang diteliti terdapat satu tanggapan responden terendah pada indikator perasaan dan untuk grab (*grabbike*) tidak terdapat tanggapan rendah. Jadi untuk kepuasan konsumen grab (*grabbike*) lebih unggul.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka hal-hal yang dapat disarankan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan gojek dan grab untuk variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen karena terdapat beberapa tanggapan responden rendah pada indikator saran peneliti agar supaya perusahaan gojek dan grab lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan harga agar dapat menjamin kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya bagi para peneliti lain yang tertarik untuk melaksanakan penelitian sejenis, agar meneliti variabel yang belum diteliti dalam penelitian.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alinaung, A. I., Ogi, W, J, I. (2016). Analisis Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Di RSUP Prof. Dr. R. D. Kandou Manado. *Jurnal Emba Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Volume. 3. No. 5. Halaman 303-408. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/14124>.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Exellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2016). *Pricinples of Marketing*. 15<sup>th</sup> Edition. England. Pearson.
- Kotler, P., Keller, K, L. (2016). *Marketing Management*, Edition 15<sup>th</sup> Edition. England Pearson.
- Putuhena, Z., Bahari, F. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Angkutan Online (GrabCar) di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. Volume. 2. No. 1. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS/article/view/115>.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan*. Bandung. Alfabeta.
- Triantoro, K., Hadi, S. P., Suryoko, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Menoreh Kelas Ekonomi Studi Kasus Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Volume. 4. No. 2. Halaman 1-10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/8301>.