

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online InDriver di Kota Manado

**Natasya Anugrasya Mapadang,
Johny R.E Tampi,
Tinneke Meyske Tumbel,**

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
E-mail : natasyamapadang082@student.unsrat.ac.id

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the influence of service quality and fare prices on customer satisfaction in the online transportation service Indriver in Manado City. The population for this research comprises residents of Manado City. Data collection techniques include questionnaires, observation, literature review, and documentation. The sampling technique used is accidental sampling using the Lemeshow formula, resulting in a sample size of 97 respondents. Data analysis for this study utilizes SPSS Version 25. The results of the hypothesis test indicate that service quality and fare prices have an influence on customer satisfaction.

Key word: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh kualitas pelayanan dan Harga kerja terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Indriver di Kota Manado. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat yang ada di Kota Manado. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi kuesioner, observasi, studi literatur, dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel digunakan adalah Teknik aksidental dengan menggunakan rumus Lemeshow sehingga memperoleh besar sampel sebanyak 97 responden. Tanalisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS Versi 25. Hasil Uji Hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga Memiliki Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu platform ride-sharing yang populer, InDriver telah menghadirkan berbagai masalah terkait dengan kualitas pelayanannya. Masalah-masalah ini mempengaruhi pengalaman pengguna secara keseluruhan dan memicu keprihatinan terhadap keamanan, kenyamanan, dan keandalan layanan. keterlambatan dalam menemukan pengemudi yang tersedia atau dalam waktu kedatangan pengemudi sering terjadi. Hal ini dapat menyebabkan ketidaknyamanan bagi pengguna yang membutuhkan transportasi cepat atau yang memiliki jadwal ketat.

Kualitas kendaraan yang digunakan juga menjadi perhatian. Beberapa pengguna melaporkan kendaraan yang tidak sesuai dengan standar atau tidak terawat dengan baik, yang dapat mempengaruhi kenyamanan dan keamanan perjalanan. Selain itu, kualitas layanan

pelanggan juga menjadi perhatian. Tanggapan yang lambat atau tidak efektif dari layanan pelanggan Indriver dalam menangani keluhan atau masalah pengguna dapat menurunkan kepuasan pengguna secara keseluruhan. Keterbatasan fitur juga merupakan masalah yang dihadapi oleh pengguna Indriver. Beberapa pelanggan merasa bahwa aplikasi Indriver memiliki keterbatasan fitur dibandingkan dengan pesaingnya, seperti opsi pembayaran yang terbatas atau kurangnya fitur keselamatan tambahan

Kualitas pelayanan dan harga dianggap sebagai faktor penting karena keduanya memiliki dampak langsung pada kepuasan pelanggan. dengan memperhatikan kualitas pelayanan dan harga, sebuah perusahaan dapat menciptakan nilai tambah bagi pelanggan serta membangun kepercayaan pelanggan. Pelayanan yang cepat dan baik atau melebihi pelayanan yang pelanggan harapkan dapat menciptakan pengalaman positif, membentuk hubungan yang kuat, dan meningkatkan tingkat kesetiaan. disamping itu, Harga memainkan peran penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga berkaitan langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Keputusan penentuan harga juga penting dalam menentukan seberapa jauh layanan/jasa dinilai oleh pelanggan. Menurut (Lupiyoadi 2013) Penentuan harga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas.

Mengacu pada latar belakang di atas, dengan maraknya pertumbuhan mitra pengemudi ojek online serta keinginan customer akan kualitas pelayanan dan harga khususnya InDriver, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Indriver Di Manado”

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2016) “salah satu tujuan utama kualitas pelayanan adalah meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurutnya, pelanggan yang puas cenderung lebih setia, memberikan referensi positif, dan memberikan kontribusi lebih besar terhadap bisnis.” Kualitas Pelayanan yang positif menghasilkan respon pelanggan yang positif juga, termasuk pertumbuhan bisnis, keuntungan yang berkelanjutan, dan reputasi yang kuat di pasar. Oleh karena itu, investasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan seringkali dianggap sebagai strategi yang sangat penting dalam bisnis dan pemasaran.

Menurut Seth, Deshukh, dan Vrat (2005) menyatakan bahwa indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Bukti Nyata (Tangibles)
2. Keandalan (Reliability)
3. Ketanggapan (Responsiveness)
4. Asuransi (Assurance)
5. Empati (Empathy)

Harga

Menurut Tjiptono (2008:151) Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga merupakan faktor penting dalam pemasaran karena harga merupakan satuan terpenting dalam menentukan nilai tukar dari produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan definisi tersebut maka dapat disimpulkan Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk atau layanan yang mereka beli, baik untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), ada empat indikator yang digunakan untuk menggambarkan harga yaitu :

1. Keterjangkauan Harga Konsumen
2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk/Jasa
3. Daya Saing Harga
4. Kesesuaian Harga dengan manfaat

Kepuasan Pelanggan

Menurut Sukmawati dan Massie (2015), kepuasan pelanggan adalah respons dan perasaan pelanggan setelah mereka mengevaluasi produk atau kinerja jasa dalam perbandingan dengan harapan mereka. Kepuasan pelanggan mencerminkan sejauh mana produk atau jasa memenuhi harapan pelanggan dan bagaimana pelanggan meresponsnya. dapat disimpulkan bahwa Kepuasan pelanggan adalah respons emosional yang muncul dari perbandingan antara kinerja produk atau hasil yang dirasakan oleh pelanggan dengan ekspektasi mereka. Jika kinerja produk atau jasa tidak memenuhi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan merasa tidak puas.

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2014:11) Indikator pembentuk kepuasan terdiri dari :

1. Kesesuaian harapan
2. Minat Menggunakan Kembali
3. Kesiediaan Merekomendasikan

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Kuantitatif. Untuk tempat penelitian yang diambil dalam penelitian ini yaitu di Kota Manado lebih tepatnya pada masyarakat yang ada di Kota Manado yang menggunakan jasa Transportasi Online InDriver. untuk waktu penelitian sendiri akan dilakukan setelah SK Penelitian dikeluarkan, dan juga sesuai dengan syarat penelitian maka penelitian dalam skripsi ini akan dilakukan dalam jangka waktu satu bulan sesuai dengan isi SK Penelitian. Data dalam penelitian ini diperoleh dari angket yang disebarakan kepada responden dengan memanfaatkan google form, kemudian diolah menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS). Hasil pengolahan data tersebut akan digunakan dalam menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan teknik sampling aksidental atau Accidental. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini dikarenakan populasi dalam penelitian tidak diketahui maka digunakan Rumus lemeshow untuk menentukan jumlah sampel penelitian. sesuai dengan rumus lemeshow maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 97 Responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Korelasi Berganda

Tabel 1. Koefisien Kolerasi dan Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .806 | .650 | .642 | 1.664 |

Sumber : Data diolah Penulis, 2024

Berdasarkan table diatas, keeratan hubungan antar variabel independent dengan variabel dependen yaitu dapat dilihat pada nilai R square, dan dalam hasil output yang tertera bahwa nilai dari R square yaitu berjumlah 0.650 yang berarti memiliki interval hubungan yang Kuat. selanjutnya Nilai Koefisien Determinasi (R²) menggunakan Adjusted R Square adalah 0,642 atau 64,2% Artinya pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan pelanggan sebesar 64,2% dan sebesar 41,3% sisanya di pengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Regresi Linear Berganda
Coefficients

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 2.018 | 1.188 | | 1.699 | .093 |
| Kualitas Pelayanan | .693 | .070 | .755 | 9.905 | .000 |
| Harga | .076 | .072 | .080 | 1.051 | .296 |

Sumber : Data diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel diatas, maka diperoleh bentuk persamaan regresi linear berganda adalah $Y = 2.018 + 0.693 X_1 + 0.076 X_2$.

- Nilai a (constant) dari persamaan regresi linear berganda pada Tabel adalah 2.018 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa jika Kualitas Pelayanan dan Harga nilainya 0 (nol), maka Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 2.018 .
- Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0.693 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan pada Kualitas Pelayanan, sementara Harga diasumsikan tetap, maka besarnya Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan 0.693.
- Koefisien regresi variabel Harga adalah sebesar 0.076 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan pada Harga, sementara Kualitas Pelayanan diasumsikan tetap, maka besarnya Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan 0.076.

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh :

- Nilai thitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 9.905 > ttabel yang bernilai 1.665. dan tingkat signifikansi memiliki nilai yang < dari Alpha yaitu 0.05 yaitu sebesar 0.000. Dengan demikian variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Nilai thitung untuk variabel Harga (X_2) sebesar 1.051 lebih kecil dibandingkan dengan ttabel yang bernilai 1,665. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih besar dari Alpha (0,05) yaitu sebesar 0.296. Dengan demikian variabel Harga dinyatakan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Uji Simultan (Uji f)

Tabel 4. Uji F

| Model | F | Sig |
|----------------------|--------|------|
| 1 (Constant) | | |
| 1 Kepuasan Pelanggan | 87.108 | .000 |

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 87.108 dengan tingkat signifikansi 0.000. karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($87.108 > 3.09$) maka dapat dinyatakan Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersamaan atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil Uji T (Parsial) ditemukan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada penggunaan jasa transportasi *online InDriver* di Kota Manado. Hal ini berarti dengan adanya Kualitas pelayanan dapat membantu dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan yang menggunakan jasa transportasi di *InDriver*. dan hal ini juga terbukti lewat pengaruh yang terjadi peningkatan pelanggan yang menggunakan jasa transportasi ini, juga lewat hasil ini dapat menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan dari sebuah jasa, tentu saja dapat menunjang adanya perkembangan dan peningkatan dari jasa tersebut, lebih khususnya pada jasa transportasi *online*, dengan adanya peningkatan Kualitas Pelayanan yang ada tentu akan meningkatkan rasa percaya dari pelanggan kepada jasa tersebut, dan hal ini akan berujung pada adanya rasa puas dari pelanggan yang telah menggunakan jasa tersebut.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil Uji T menunjukkan nilai Thitung untuk variable harga (X2) lebih kecil dibandingkan dengan Ttabel. sehingga dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online indriver di kota manado. dalam konteks jasa transportasi online seperti Indriver, harga bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan kepuasan pelanggan meskipun Indriver menawarkan harga yang seringkali lebih fleksibel dan kompetitif. ada beberapa kemungkinan yang dapat menjadi penyebab variable Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sebagian besar pelanggan menganggap bahwa Harga bukan menjadi sesuatu yang begitu berarti dalam hal kepuasan pelanggan, karena pada dasarnya rasa puas dari konsumen atau pelanggan itu sendiri berasal dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara Simultan ditemukan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Jasa Transportasi *Online InDrive* di Kota Manado. Hal ini berarti dengan adanya Kualitas Pelayanan dan Harga sebagai salah satu faktor yang dapat membantu berkembang atau meningkatnya Kepuasan Pelanggan pada Penggunaan Jasa Transportasi *Online InDriver*, dan hal ini terbukti lewat hasil responden yang diberikan oleh para pelanggan pengguna *InDriver*, dan juga lewat hasil ini dapat menunjukkan bahwa semakin baik sebuah Kualitas Pelayanan dari sebuah jasa dapat membantu dalam peningkatan dari Kepuasan dari pelanggan sendiri, begitupun dengan Harga yang mana lewat harga juga bisa menunjang adanya peningkatan kepuasan pelanggan yang ada, dengan tentu memperhatikan faktor penunjang seperti: Kesesuaian Harapan, Minat Konsumen, dan Ketersediaan rekomendasi

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan hasil pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, maka didapatkan sebuah kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online *InDriver* di Kota Manado.
2. Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online *InDrive* di Kota Manado.
3. Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online *InDriver* di Kota Manado

DAFTAR PUSTAKA

- Harjanto, R. N. (2010). Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Unpublished Thesis. Universitas Diponegoro.
- Isra, J. M., & Trenggana, A. F. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 8(2), 26-33.
- Krisdianti, L. D., Sunarti, Sunarti. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
- Ngantung, V. A., Tampi, J. R., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan IndiHome Kota Tomohon. *Productivity*, 3(4), 325-330.
- Retnawati, H. (2017, September). Teknik pengambilan sampel. In Disampaikan pada workshop update penelitian kuantitatif, teknik sampling, analisis data, dan isu plagiarisme (pp. 1-7).
- Rumiyati, R., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasaran, terhadap kepuasan nasabah bank era covid-19. *Insight Management Journal*, 1(2), 32-42.
- Samosir, D. U. (2023). Analisis Perbedaan Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Jasa Antara Transportasi Online (Studi Pada Transportasi Online Go-Jek Dan Grab Di Kota Medan).
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114.
- Sugiyono, Dr. "Memahami penelitian kualitatif." (2010).
- Soromi, R. K., Pelleng, F. A., & Kalangi, J. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online GrabBike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(1), 19-27.
- Sinaga, L. R., Efendi, N., & Harori, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 89-96.