

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI GOJEK ONLINE DI KOTA MAKASSAR

ADAM WAHYU SAPUTRA

Fakultas Ekonomi Universitas Patria Artha

adamspra21@gmail.com

ILHAM

Fakultas Ekonomi Universitas Patria Artha

andiilham.ar71@gmail.com

MURBAYANI

Fakultas Ekonomi Universitas Patria Artha

murnibahari@yahoo.co.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction. This research was conducted with an explanatory approach (explanatory research) which seeks to explain the effect of causality (causality relationship) and explain the effect of causality between the independent variables (service quality and price), and the dependent variable (customer satisfaction), the online Gojek application in Makassar and data. These were analyzed by means of multiple linear regression analysis.

This type of research is based on the method using descriptive research through a quantitative approach. The population in the study were 100 online Gojek application customers in Makassar. The sampling technique in this study was accidental sampling, where the researcher took the sample encountered at the time of the study. The data analysis technique used is descriptive statistical analysis and inferential statistical analysis using multiple linear regression analysis methods.

The results of the research indicate that Service quality has a significant effect on customer satisfaction, Price has a significant effect on customer satisfaction and Service Quality and Price simultaneously has a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan yang bersifat eksplanatif (eksplanatory research) yang berusaha menjelaskan pengaruh kausalitas (causality relationship) serta menjelaskan pengaruh kausalitas antara variabel bebas (kualitas layanan dan harga), dan variabel terikat (kepuasan pelanggan), aplikasi gojek

online di makassar dan data tersebut dianalisis dengan alat analisis regresi linier berganda.

Jenis penelitian berdasarkan metodenya menggunakan penelitian deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah pelanggan aplikasi Gojek online di Makassar yang berjumlah 100 orang Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *accidental sampling*, dimana peneliti mengambil sampel yang ditemui pada saat penelitian. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas layanan, Harga, Kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada zaman ini sangat pesat. Dengan berkembangnya teknologi maka pemanfaatan internet menjadi sangat penting karena semakin memudahkan manusia dalam melakukan berbagai aktivitas. Dalam kehidupan masyarakat, Internet sangat penting. Individu dapat dengan mudah memperoleh dan mengkomunikasikan informasi. Media internet tidak bisa lepas dari tujuan pebisnis, media komunikasi merupakan salah satu media internet

yang dapat digunakan untuk menunjang kegiatan bisnis perusahaan tertentu. Melihat peluang bisnis berbasis internet yang menjanjikan akan memungkinkan para pelaku bisnis untuk menggabungkan internet dengan transportasi. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat mempengaruhi kebutuhan akan jasa transportasi yang semakin meningkat pula, hal ini lah yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi. Sejak dahulu,

fenomena transportasi umum di Indonesia. Salah satu perusahaan yang memulai layanan transportasi berbasis aplikasi *online* adalah Gojek yang menyediakan layanan ojek online. Ojek *online* merupakan layanan pengiriman berbasis online yang dapat dipesan dimanapun dan kapanpun melalui aplikasi Gojek.

PT.Gojek Indonesia didirikan pada tahun 2011 oleh Nadiem Makariem dan Michaelangelo Moran adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa layanan transportasi perusahaan ini memimpin revolusi dalam industri transportasi ojek di Indonesia. Gojek adalah layanan penjemputan ojek berbasis aplikasi modern. Tidak hanya menyediakan jasa transportasi ojek Go-ride, Gojek sendiri juga menyediakan jasa transportasi penumpang menggunakan mobil, layanan

pengiriman barang, layanan pengiriman makanan, layanan belanja, layanan pijat, layanan kebersihan, layanan perawatan salon, layanan pemesanan tiket acara. Dalam era modern ini konsumen ingin menjadikan segala sesuatunya praktis, mudah dijangkau, serta memberikan layanan dan harga yang berkualitas sesuai kebutuhan konsumen. Layanan berkualitas tinggi memuaskan pelanggan karena layanan yang diberikan oleh penyedia jasa transportasi dinilai berdasarkan kebutuhan. Persiapan, keramahan, dan komunikasi yang baik merupakan kunci penting untuk mendukung kepuasan pelanggan, pelanggan yang mengalami layanan yang negaif dari perusahaan akan segera mengalihkan perhatiannya ke perusahaan lain.

Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing

bagi perusahaan jasa. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Dari definisi diatas dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang seperti senang atau tidaknya terhadap sesuatu yang diberikan.

Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan, baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dikatakan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercemin pada

pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan dimata konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga merupakan hal yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya harga suatu

produk sangat relatif sifatnya. Perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.

Harga jual pada hakekatnya merupakan tawaran kepada para konsumen. Apabila konsumen menerima harga tersebut pada saat akan melakukan pembelian, maka produk tersebut akan laku, sebaliknya bila konsumen menolaknya pada saat akan melakukan pembelian, maka diperlukan peninjauan kembali harga jualnya. Ada kemungkinan bahwa konsumen memiliki ketidaksesuaian setelah melakukan pembelian karena mungkin harganya dianggap terlalu mahal atau karena tidak sesuai dengan keinginan dan gambaran sebelumnya. Dengan demikian diperlukan strategi penetapan harga yang tepat.

Harga merupakan poin penting dalam memenuhi permintaan konsumen, karena harga adalah uang yang dibutuhkan untuk menukar berbagai kombinasi produk dan jasa. Oleh karena itu, harga harus dikaitkan dengan berbagai barang atau jasa pada akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa. Dalam perjalanan perkembangannya, sesuai dengan perkembangan penduduk, kebutuhan akan transportasi semakin meningkat dari waktu ke waktu. Tingkat teknologi yang tinggi dan banyaknya penduduk yang memiliki ponsel pintar membuat gaya hidup praktis semakin umum di berbagai sektor seperti transportasi. Jika perusahaan tidak mampu mempertahankan kepuasan konsumen, maka pangsa pasar akan tergerus oleh kompetitor. Berbagai hal yang dapat memengaruhi

kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan dan harga. Fenomena belakangan ini harga Gojek cukup mendapatkan perlawanan yang sengit dari kompetitornya yakni Grab, kondisi ini menjadikan konsumen memiliki alternatif pilihan.

Peningkatan jumlah ojek *online* berdampak pada peningkatan persaingan. Faktor yang berkontribusi terhadap situasi ini adalah persaingan harga dan kualitas pelayanan serta banyaknya alternatif layanan ojek *online*. Ini membuat konsumen lebih selektif. Konsumen akan memilih salah satu opsi lain berdasarkan kebutuhannya. Untuk mengantisipasi hal tersebut, perusahaan ojek *online* khususnya Gojek harus bisa meningkatkan kepuasan pelanggan.

Namun di sisi lain pelanggan Gojek mulai mengeluh mengenai aplikasi yang selalu bermasalah dan

ada beberapa mitra gojek yaitu pemilik UMKM yang bekerjasama dengan gofood yang ditipu oleh pihak Gojek karena adanya diskon dari Gojek tetapi justru pihak pemilik usaha yang tanggung semua diskon ke pelanggan alhasil mitra tersebut rugi besar.

Gojek merupakan transportasi yang berbasis aplikasi yang menjadi salah satu terbesar di Indonesia memiliki tingkat ketidakpuasan yang cukup tinggi dibandingkan pesaing lainnya. Banyak faktor yang menjadikan bahwa gojek banyak dikeluhkan oleh pelanggannya, seperti aplikasi yang diakses oleh pelanggan mengalami kesalahan baik saat membuka maupun saat membayar jasa transportasi tersebut, selain itu pelanggan dibuat tidak nyaman dengan adanya pelanggaran privasi dari *driver* dengan cara

mengubungi pelanggan diluar aktivitas antar jemput pelanggan.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Gojek *online*.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Perkembangan perusahaan telah menciptakan persaingan yang ketat. Untuk mendapatkan pelanggan dan mempertahankan mereka, berbagai metode telah diadopsi. salah Salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan layanan yang berkualitas. Karena kualitas layanan yang baik, pelanggan tertarik untuk membeli produk atau jasa.

Menurut Tjiptono (2017:59), “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”, sedangkan menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2017:284). mengungkapkan ada terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu:

- 1) Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
- 2) Empati (*Empathy*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
- 3) Cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu

- pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen.
- 4) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten.
- 5) Kepastian (*Assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2017:157), “terdapat faktor yang mempengaruhi sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima)”. Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif.

Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas layanan terdiri dari lima unsur penting yaitu, Bukti Fisik, Jaminan, Empati, Daya Tanggap, dan Keandalan. Untuk mewujudkan layanan yang berkualitas positif perusahaan harus mampu memenuhi layanan yang diharapkan konsumen.

Harga

Harga merupakan salah satu faktor persaingan dalam memasarkan produk. Setiap perusahaan berlomba-lomba menawarkan harga yang menarik bagi agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkannya.

Menurut Fandy Tjiptono (2016: 218) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan menurut Buchari Alma (2011:169), mengemukakan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat diketahui bahwa harga adalah nilai dari suatu produk dalam bentuk uang yang harus dikorbankan atau dikeluarkan oleh konsumen guna mendapatkan produk yang diinginkan, sedangkan bagi

produsen atau pedagang harga dapat menghasilkan pendapatan atau sebagai pemasukan bagi produsen tersebut.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Lovelock dan Wirtz yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2017:74), “kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan”. Sedangkan menurut Tjiptono (2015:146), “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya”. Kotler & Keller (2016:150), menyatakan bahwa “*satisfaction is a*

person's feelings of pleasure or dissatisfaction that result from comparing a product's perceived performance or outcome to expectations. If the performance falls short of expectations, the outcome is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied or delighted".

Dapat diartikan bahwa konsumen adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumen akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Oleh karena itu, berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan

pelanggan adalah perasaan pelanggan sebelum dan sesudah mengonsumsi produk atau jasa, terlepas dari layak dan tidaknya produk atau jasa tersebut memenuhi kebutuhannya.

METODE PENELITIAN

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dapat berupa opini subyek, hasil observasi terhadap suatu perilaku atau kejadian, dan hasil pengujian, dalam penelitian ini yang menjadi sumber data skunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs diinternet yang berkenaan dengan penelitian yang

dilakukan. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari sumber- sumber asli, sumber pertama dari mana data tersebut diperoleh. Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden. Responden pada penelitian ini adalah ditujukan kepada konsumen/pengguna aplikasi Go-jek yang ditemui peneliti secara langsung.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di kota Makassar. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah tidak pasti atau tidak jelas, mengingat perkembangan jumlah pengguna layanan Go-jek yang selalu mengalami perubahan. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi, karena keterbatasan dana,

tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability* yaitu teknik *sampling insidental* yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Karena sulit untuk menentukan banyaknya jumlah populasi yang tepat, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow oleh Stanley Lemeshow (1997) dalam Murti (2013), sehingga pada penelitian ini peneliti diperoleh 100 orang dan di bagi dengan beberapa wilayah kecamatan di kota makassar.

Berdasarkan tujuan penelitian, analisis data dilakukan dengan

menggunkan analisis linier berganda. Dalam penelitian ini variabel bebas (X) yaitu dua variabel, kualitas pelayanan (X1), harga (X2), sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian, rumus persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut (Sugiarto, 2017):

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan
b₀ = Nilai konstanta
b₁, b₂ = koefisien regresi
X₁ = kualitas pelayanan
X₂ = harga
e = Kesalahan observasi atau pengganggu (merupakan bentuk variabel lainnya yang tidak diteliti oleh peneliti)

Teknik analisis yang digunakan sesuai model di atas adalah *regresi* berganda dimana nilai dari variabel dependen dapat diperoleh dari hasil

survey yang perhitungannya akan menggunakan skala *likert*.

HASIL PENELITIAN

Analisis Statistik Deskriptif

Dapat diketahui bahwa dari 100 Orang yang diteliti, secara umum persepsi pelanggan terhadap item-item pernyataan pada kualitas layanan berada pada daerah tinggi dengan nilai rata-rata 4,63 Hal ini berarti bahwa responden memberikan persepsi yang baik pada Kualitas Layanan. Terlihat bahwa nilai indeks tertinggi sebesar 4.63 terdapat pada item 7 pada kuesioner, dimana peneliti menganggap apabila Gojek *online* memberikan layanan prima saat penjemputan dan pengantaran pelanggan akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Persepsi responden terhadap harga dapat diketahui bahwa dari 100

orang yang diteliti, secara umum persepsi pelanggan terhadap item-item pernyataan harga berada pada daerah tinggi dengan nilai rata-rata 4,38. Hal ini berarti bahwa responden memberikan persepsi yang baik terhadap harga. Terlihat bahwa nilai indeks tertinggi sebesar 4,51 terdapat pada item 5 atau poin 5 pada kuesioner, dimana peneliti menganggap pelanggan paham saat menggunakan jasa yang dipesan melalui aplikasi Gojek *online*, tarif yang ditetapkan sesuai dengan layanan yang diberikan.

Aspek kepuasan pelanggan dapat diketahui bahwa dari 100 orang yang diteliti, secara umum persepsi pelanggan terhadap item-item pernyataan pada kepuasan pelanggan berada pada daerah tinggi dengan nilai rata-rata 4,53. Hal ini berarti bahwa responden memberikan

persepsi yang baik terhadap kepuasan pelanggan. Terlihat bahwa nilai indeks tertinggi sebesar 4,53 terdapat pada item 2 atau poin 2 pada kuesioner, dimana peneliti menganggap pelanggan paham bahwa apabila pelanggan mendapatkan harga dan layanan yang baik dari aplikasi gojek online pelanggan akan kembali menggunakan aplikasi tersebut.

Hasil analisis Regresi Linier

Berganda

Berdasarkan hasil penelitian, maka model persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = 7,074 + 0,174 X_1 + 0,146 X_2$$

Model regresi tersebut di atas dapat diartikan bahwa nilai koefisien 7,074 berarti secara statistik jika semua variabel bebas bernilai 0, maka nilai variabel terikat bernilai 7,074. Nilai regresi dari Kualitas layanan 0,174, dan Harga 0,146 memiliki

pengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan.

Masing-masing variabel bebas diukur pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan menggunakan uji t

1) Kualiatas Layanan Terhadap

Kepuasan Pelanggan

Variabel Kompensasi bernilai sig 0,001 < nilai probabilitas 0,05. Sedangkan mempunyai t hitung 3,375 > t tabel 1,984, pada taraf signifikan 5% yang berarti variabel Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Aplikasi Gojek Online di Makassar. Hasil yang didapat sama seperti dengan penelitian yang dilakukan Imelda Sitinjak (2018) melakukan penelitian tentang pegraruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek Online di Medan

dengan hasil bahwa Kualitas layanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Harga Terhadap Kepuasan pelanggan

Variabel Kompetensi bernilai sig 0,004 < nilai probabilitas 0,05. Sedangkan mempunyai t hitung 2.800 > t tabel 1,984 pada taraf signifikan 5% yang berarti variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan aplikasi Gojek Online. Hasil penelitian ini sama seperti hasil penelitian yang dilakukan Lumintang Intan Sintya (2018) dimana Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

aplikasi gojek online di manado.

Uji F untuk regresi variabel dependen kepuasan pelanggan mendapatkan hasil bahwa nilai sig $0,001 <$ dari nilai probabilitas $0,05$ dan didapat juga nilai F hitung $23,278 > 2,70$ yang berarti secara simultan atau bersama-sama Kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek Online di Makassar.

Setelah dilakukan uji koefisien determinasi didapatkan hasil bahwa nilai *R Square* untuk regresi variabel dependen Kepuasan pelanggan didapat $0,424$ atau $42,4\%$ yang berarti angka kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas layanan dan harga sebanyak $42,4\%$, sedangkan sisanya $57,6\%$ dipengaruhi faktor lain.

Dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang menggunakan aplikasi Gojek Online. Jika kualitas layanan yang diberikan buruk, maka rasa kepuasan pelanggan akan menurun karena pelanggan merasa tidak mendapatkan layanan yang optimal seperti yang diharapkan dalam menggunakan Gojek online. Hal tersebut didukung pula dari hasil observasi lapangan, menggunakan metode wawancara, sebagian pelanggan menyadari salah satu faktor penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan layanan prima saat penjemputan dan pengantaran serta pihak gojek harus memberikan fasilitas kepada *driver* berupa jaket, helm dan menetapkan standar

untuk kelayakan kualitas motor yang digunakan.

Berdasarkan fakta empiris yang terjadi di Makassar adalah bahwa Gojek *online* memberikan layanan prima saat penjemputan dan pengantaran pelanggan serta mengupayakan kenyamanan dan keselamatan pelanggan selama perjalanan. Berdasarkan hasil analisis pula menunjukkan bahwa semakin baik pemberian harga maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Begitupun sebaliknya, apabila pemberian harga tidak sesuai dengan pelayanan yang diberikan maka akan menurunkan rasa kepuasan bagi pelanggan. Hal ini diperkuat pula berdasarkan hasil observasi dilapangan, dengan menggunakan metode wawancara, sebagian pelanggan aplikasi Gojek *online* menyatakan harga merupakan salah

satu faktor terpenting pelanggan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan aplikasi gojek *online* di Makassar dan apabila pelanggan merasa harga yang diberikan tidak sesuai dengan pelayanan yang diberikan pelanggan tidak akan mengulang kembali untuk menggunakan aplikasi gojek *online* dan berpindah menggunakan perusahaan aplikasi ojek *online* lainnya. Berdasarkan fakta empiris yang terjadi di Makassar adalah bahwa harga yang ditawarkan oleh perusahaan Gojek *online* cukup kompetitif dibandingkan dengan perusahaan *online* lainnya.

Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pemberian harga dan kualitas layanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Begitupun sebaliknya, buruknya pemberian harga dan

kualitas layanan tersebut maka akan berdampak menurunkan rasa kepuasan bagi pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan yang terjadi di Makassar adalah sebagian pelanggan menyadari bahwa pentingnya dukungan kualitas layanan dan harga, pelanggan merasa puas apabila layanan yang diberikan Gojek online baik. Buruknya kualitas layanan dan harga akan membuat pelanggan memilih perusahaan ojek online lainnya.

KESIMPULAN

Adapun simpulan yang dapat di ambil dari hasil penelitian dan pembahasan adalah sebagai berikut:

Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan aplikasi Gojek online di Makassar. Demikian pula harga berpengaruh signifikan terhadap

Kepuasan pelanggan aplikasi Gojek online di Makassar.

Melihat hasil penelitian tersebut maka hendaknya pihak Gojek online terus memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan seperti tepat waktu pada saat penjemputan dan pengantaran pelanggan serta mengupayakan kenyamanan dan keselamatan pelanggan selama perjalanan. Demikian pula pihak perusahaan Gojek online harus terus memperhatikan segi harga yang ditetapkan di aplikasi gojek online apakah sesuai dengan fasilitas dan layanan yang diberikan kepada pelanggan, serta harus lebih memperhatikan atau menetapkan standar kelayakan kualitas kendaraan yang digunakan sehingga kepercayaan pelanggan selalu terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldilan Julian, Muhammad Edwar, 2016. Pengaruh Kualitas Layanan internet Banking Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pembantu Juanda, Sidoarjo). *Jurnal Universitas Negeri Surabaya. Vol 3, No 3*
- Alma, B. 2011. *Manajemen Pemasaran dan PemasaranJasa*. Bandung: Alfabeta.
- Imelda Sitinjak, 2018 , Pengaruh Kewajiban Harga dan Kualitas Pelayanan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online (Go-ride) PT. Gojek Indonesia (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan), *Jurnal Ilmiah Simantek, Vol.2 No.1.*
- Kotler, Philip and Amstrong. 2015. *Principle of Marketing*. 15th edition, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kurniawan, A. 2014. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dillengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.00)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiarto, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Andi
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2013. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Tjiptono, F, 2015. *Pelanggan Puas? Tak Cukup!* Yogyakarta: Andi Offset.
- _____, 2015. *Strategi pemasaran*, edisi keempat. Yogyakarta: Andi offset
- _____, 2017. *Service Management-Mewujudkan Layanan Prima* Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2016. *Service Quality and Satisfaction*, Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana, 2016. *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.