

## **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi kasus penggunaan ojek online (Go-Jek) pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang)**

**Sutri Yanti<sup>1</sup>, Negia Chika<sup>2</sup>, Anggi Utami<sup>3</sup>, Sunita Dasman<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Pelita Bangsa

[sutri.112111339@mhs.pelita-bangsa.ac.id](mailto:sutri.112111339@mhs.pelita-bangsa.ac.id)<sup>1</sup>, [negia.112111110@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:negia.112111110@mhs.pelitabangsa.ac.id)<sup>2</sup>, [anggiu328@gmail.com](mailto:anggiu328@gmail.com)<sup>3</sup>, [sunita.dasman@pelitabangsa.ac.id](mailto:sunita.dasman@pelitabangsa.ac.id)<sup>4</sup>

### **Abstract**

*This study aims to analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction, with a case study on the online motorcycle taxi service Gojek (GoRide) used by students of Pelita Bangsa University, Cikarang. This study uses a quantitative method with a Delphi approach to obtain context from respondents. Data were collected through a questionnaire based on a Likert scale of 1-5, which was distributed to GoRide service users. The results of the analysis show that service quality, such as driver protection, punctuality, and vehicle cleanliness, as well as affordable and flexible price factors, have a significant influence on customer satisfaction. The indicators with the highest average values are driver preservation and price permanence, which reached a mean of 3.86. These findings provide an important impression for Gojek managers to continue to improve service quality and offer competitive prices in order to maintain customer satisfaction in an increasingly competitive market.*

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

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, dengan studi kasus pada layanan ojek online Gojek (GoRide) yang digunakan oleh mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan Delphi untuk memperoleh konsensus dari responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert 1-5, yang disebarluaskan kepada pengguna layanan GoRide. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan, seperti keramahan pengemudi, ketepatan waktu, dan kebersihan kendaraan, serta faktor harga yang terjangkau dan fleksibel, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi adalah keramahan pengemudi dan fleksibilitas harga, yang mencapai mean 3,86. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengelola Gojek untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan menawarkan harga yang kompetitif guna mempertahankan kepuasan pelanggan di pasar yang semakin kompetitif.

**Kata Kunci :** Kualitas Layanan, Arga, Kepuasan Pelanggan, Gojek.

## **I. PENDAHULUAN**

Seiring pesatnya perkembangan zaman di era milenial ini, populasi dan mobilitas manusia terus meningkat signifikan setiap tahunnya. Dampak dari perkembangan ini

menyebabkan kota-kota, termasuk Kediri, semakin padat dengan beragam aktivitas warganya, salah satunya adalah peningkatan penggunaan sarana transportasi. Kemajuan pesat dalam bidang teknologi informasi juga berdampak besar pada berbagai aspek kehidupan manusia.

Saat ini, kita dapat melihat banyaknya layanan berbasis online yang langsung menjangkau konsumen, sehingga mempermudah berbagai aktivitas dan kebutuhan sehari-hari. Di antara berbagai layanan jasa online tersebut, muncul ide untuk menciptakan layanan transportasi berbasis internet. Kehadiran jasa transportasi online memberikan pengaruh besar bagi masyarakat dalam aktivitas dan kehidupan sehari-hari, karena memungkinkan masyarakat untuk mempersingkat waktu dengan lebih efisien. Namun, munculnya layanan transportasi online juga menimbulkan tantangan, seperti konflik antara pengemudi transportasi online dengan pengemudi transportasi konvensional.

Layanan transportasi berbasis aplikasi seperti Gojek telah menjadi solusi populer di masyarakat, terutama di perkotaan besar. Sejak didirikan, Gojek telah berkembang dari layanan ojek online sederhana menjadi platform multifungsi yang menyediakan berbagai macam layanan, mulai dari transportasi, pengantaran makanan, pengiriman barang, hingga layanan pembayaran digital. Penggunaannya yang praktis dan efisien membuat Gojek menjadi pilihan utama bagi banyak orang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari secara cepat dan mudah.

Penggunaan jasa Gojek, khususnya layanan GoRide, mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat dan kebutuhan akan transportasi yang fleksibel dan terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memesan transportasi hanya melalui aplikasi, sehingga mereka dapat menghindari kerepotan mencari kendaraan di jalan. Selain itu, keberadaan fitur-fitur seperti tarif yang transparan, opsi pembayaran digital, dan layanan pelanggan yang responsif semakin menambah daya tarik layanan Gojek di berbagai kalangan.

Namun, seiring dengan pertumbuhan pengguna, harapan terhadap kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan juga meningkat. Penelitian mengenai kepuasan pengguna layanan Gojek menjadi penting untuk memahami bagaimana perusahaan ini dapat terus memenuhi ekspektasi konsumen dan bersaing dalam industri transportasi online yang semakin ketat. Penelitian ini akan fokus pada aspek kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan GoRide dari Gojek.

## **II. KAJIAN PUSTAKA**

### **Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan, menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) dalam penelitian (Tsalisa, Hadi and Purbawati, 2022) adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil produk atau layanan dengan apa yang mereka harapkan. Indikator kepuasan menurut Kotler dalam Tjiptono (2004:107) meliputi: a) tingkat kepuasan keseluruhan pelanggan, b) kesesuaian antara harapan dan hasil yang diterima, minat untuk melakukan pembelian ulang, c) kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain, dan d) ketidakpuasan pelanggan.

### **Pengertian Kualitas Pelayanan**

Merujuk pada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menyampaikannya secara tepat agar sesuai dengan harapan mereka (Tjiptono, 2008). Kualitas pelayanan dapat diukur dengan membandingkan persepsi konsumen terhadap layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan yang mereka harapkan dari perusahaan. Ketika layanan yang diterima konsumen sesuai dengan harapan mereka, kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melebihi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dianggap sangat baik dan berkualitas tinggi. Sebaliknya, jika layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, kualitas pelayanan dipandang buruk. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2008:75) dalam penelitian (Fauzan Noor et al.), ada empat peran atau pengaruh dari aspek konsumen yang dapat memengaruhi konsumen lainnya, yaitu:

1. Contractor

Calon pelanggan baru sering berinteraksi dengan pelanggan lama, yang dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka.

2. Modifier

Calon pelanggan baru berinteraksi dengan konsumen lain yang memiliki karakteristik beragam, yang bisa memberikan perspektif berbeda.

3. Influencer

Konsumen dapat terpengaruh secara tidak langsung melalui kontak atau interaksi yang terjadi dengan pihak lain.

4. Isolated

Calon konsumen turut serta dalam bauran pemasaran meskipun mereka belum pernah bertemu atau berinteraksi langsung dengan konsumen lain.

### **Pengertian Harga**

Menurut Basu Swastha (2010:147) dalam penelitian((Tsalisa, Hadi and Purbawati, 2022)) , harga adalah sejumlah uang (dan terkadang barang tambahan) yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi barang dan layanan tertentu. Sementara itu, menurut Siti Nurhalimah dan rekan-rekan (2018), harga adalah nilai (umumnya dinyatakan dalam bentuk uang) yang harus dikorbankan agar konsumen dapat memiliki, menggunakan, atau mengonsumsi barang dan jasa demi memperoleh kepuasan. Penilaian harga juga bisa dilihat dari kesesuaian antara pengorbanan yang dilakukan konsumen dengan nilai yang diterima setelah membeli produk atau layanan. Berdasarkan hal ini, konsumen akan membentuk persepsi tentang produk atau jasa tersebut. Persepsi positif muncul ketika konsumen merasa puas dengan pembelian yang dilakukan, sementara persepsi negatif mencerminkan ketidakpuasan atas produk atau jasa yang dibeli.

Adapun dalam penelitian (Fauzan Noor *et al.*, no date) menurut Tjiptono (2008) terdapat beberapa indikator harga dapat disimpulkan, yaitu:

1. Jangkauan harga terhadap daya beli konsumen  
Harga produk dianggap sesuai jika masih dapat dijangkau oleh konsumen (tidak terlalu mahal).
2. Daya saing harga dengan produk sejenis  
Harga suatu produk dinilai baik jika mampu bersaing di pasaran dengan produk lain yang serupa.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas  
Harga produk dianggap tepat jika konsumen merasa bahwa kualitas yang didapatkan sesuai, misalnya produk tidak mudah rusak dan tahan lama

### **III. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan yang terkait dengan variabel-variabel yang diteliti, yaitu kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Kuesioner ini dibagikan kepada pengguna layanan Gojek, khususnya mereka yang menggunakan layanan Goride. Penelitian ini menggunakan penarikan opini

dengan skala likert 1 sampai 5, dimana 1 berarti sangat tidak setuju dan 5 berarti sangat setuju. Hasil dari kuesioner tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode Delphi. Objek penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang menggunakan jasa ojek online (Go-Jek) pada Universitas Pelita Bangsa Cikarang

### Metode Delphi

Metode Delphi adalah alat yang digunakan secara sistematis untuk mencapai konsensus dari sekelompok ahli (panel). Setiap anggota panel dipastikan tetap independen, sehingga mereka bebas mengungkapkan pandangan masing-masing. Metode Delphi bertujuan untuk memperoleh opini, konsensus, atau permasalahan dengan pendekatan kualitatif. Biasanya, koordinator kelompok ahli akan mengajukan suatu pertanyaan kepada setiap anggota dengan cara mendistribusikan kuesioner (Herdhiansyah, Sutiarmo and Purwadi, 2013) Teknik Delphi dikembangkan untuk mengumpulkan opini para ahli. Dalam penelitian ini, metode Delphi digunakan sebagai cara untuk memverifikasi hasil analisis yang telah dilakukan, dengan tujuan untuk memahami pendapat dan preferensi dosen berdasarkan pengalaman mereka dalam menjalankan pembelajaran daring. Dosen yang dipilih sebagai responden adalah mereka yang memiliki pemahaman tentang isu, permasalahan, dan kondisi aktual.

Metode Delphi memiliki beberapa karakteristik. Yang pertama adalah anonimitas, yaitu memastikan bahwa setiap responden, yang memiliki pengetahuan terkait, memberikan tanggapan secara terpisah tanpa mengetahui penilaian satu sama lain. Hal ini dilakukan untuk mencegah keberpihakan atau dominasi satu opini terhadap yang lain. Karakteristik kedua adalah iterasi dengan umpan balik terkontrol, yang bertujuan mencegah responden membuat keputusan hanya berdasarkan opini pribadi. Disarankan agar kuesioner diulang lebih dari tiga kali hingga tercapai konsensus, tergantung pada kompleksitas permasalahan yang dibahas (Aldo, Parulian and Yusi, 2021). Ciri utama Metode Delphi adalah perlakuan terhadap seluruh peserta sebagai individu anonim (Schroeder, 2000). Hal ini bertujuan untuk mengurangi rasa segan atau risiko menyinggung peserta lain yang dianggap memiliki posisi atau pengaruh lebih tinggi. Menurut Ciptomulyo (2001), ciri Metode Delphi antara lain:

1. kemampuannya untuk menampung opini subyektif setiap individu secara berulang dengan adanya umpan balik terkontrol dalam penilaian kelompok
2. Sifat anonim dalam survei memungkinkan peserta mengungkapkan pendapat dengan bebas tanpa adanya efek dominasi,

3. Seluruh responden berperan aktif sejak awal proses serta melalui setiap putaran survei. Pendekatan ini dapat dilakukan melalui wawancara langsung atau email, di mana tanggapan para ahli dibandingkan dan dianalisis, lalu hasilnya disampaikan kembali kepada partisipan untuk mendapatkan respons lebih lanjut (Graham et al., 2003).

Dalam pengambilan keputusan, penggunaan Metode Delphi melalui wawancara berulang yang mirip dengan “musyawarah untuk mufakat tertulis” memungkinkan responden memberikan pandangan tanpa tekanan dari pihak lain (Ciptomulyo, 2001). Alasan utama penggunaan Metode Delphi dalam penelitian ini meliputi (1) kemudahan dalam memperoleh informasi dan kebebasan berpendapat dari para ahli tanpa mengganggu aktivitas mereka, (2) kecepatan dalam mencapai konsensus, (3) fleksibilitas lokasi peserta di seluruh dunia, (4) jangkauan berbagai keahlian, (5) menghindari groupthink, (6) kemampuan untuk menghasilkan prediksi spesifik dengan pertanyaan yang satu dimensi, dan (7) kemampuan menggambarkan masa depan secara lebih akurat dan profesional, sehingga hasil penelitian diharapkan mendekati realitas

#### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Kuesioner Tahap 1**

Dalam proses penyusunan instrument penelitian berupa kuesioner, peneliti melakukan identifikasi terhadap kriteria-kriteria utama yang mempengaruhi variable penelitian, yaitu Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan ojek online (Go-Jek) pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang berdasarkan literatur dan studi terkait serta mendiskusikan dengan para pakar untuk memvaliditasi. Adapun hasil kuesioner tahap 1 sebagai berikut :

Tabel.1 Kualitas Layanan dan Harga Ojek Online Gojek serta dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan dikalangan mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang.

No	Kendala/Keterbatasan
1	Saya merasa pengemudi Gojek selalu ramah dalam melayani
2	Saya merasa pengemudi Gojek menjaga keamanan dan kenyamanan
3	Gojek merespon pesanan dengan cepat dan tepat waktu

4	Kendaraan yang digunakan pengemudi bersih dan nyaman
5	Saya merasa aman dan nyaman saat menggunakan Gojek
6	Harga layanan Gojek sesuai dengan kualitas yang ditawarkan
7	Saya merasa harga layanan Gojek terjangkau bagi mahasiswa
8	Gojek sering memberikan diskon atau promo yang menarik
9	Gojek memberikan pilihan harga yang fleksibel untuk berbagai layanan
10	Harga Gojek sesuai dengan jarak dan waktu perjalanan yang ditempuh

Sumber : data diolah oleh Penulis,2024

**Kuesioner Tahap 2**

Kuesioner tahap 2 merupakan lanjutan dari kuesioner tahap 1 dengan penarikan opini responden dari pernyataan yang diajukan variable Kualitas Layanan dan Harga Gojek serta dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Pelita Bangsa.

Tabel.2 Penarikan Opini Kualitas Layanan

V/R	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
X1.1	4	3	4	5	4	3	4
X1.2	4	3	5	3	4	3	4
X1.3	3	4	3	5	4	4	4
X1.4	4	3	4	4	4	3	3
X1.5	3	4	3	4	3	4	5

Tabel.3 Penarikan Opini Harga

V/R	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
X1.1	4	4	3	4	3	3	4
X1.2	3	4	5	4	4	3	4
X1.3	3	4	3	4	3	3	5

X1.4	3	5	4	3	4	4	4
X1.5	4	3	5	3	4	4	3

Penilaian diatas merupakan peringkat dari prioritas terbesar sampai terkecil dari setiap kriteria penentu dalam pemilihan objek dari responden. Berikut perhitungan dari tabulasi diatas.

Tabel.4 Hasil Perhitungan Kuesioner Kualitas Layanan

No	Mean	Std.Dev	Q1	Q2	Q3	IR	Std.Dev	IR
1	3,86	0,690	3,5	4	4	0,5	Konvergen	Konvergen
2	3,71	0,756	3	4	4	1	Konvergen	Konvergen
3	3,86	0,690	3,5	4	4	0,5	Konvergen	Konvergen
4	3,57	0,535	3	4	4	1	Konvergen	Konvergen
5	3,71	0,756	3	4	4	1	Konvergen	Konvergen

Sumber : Data diolah oleh Penulis,2024

Berdasarkan analisis statistic dari kuesioner tersebut, semua indicator menunjukkan adanya konvergensi atau consensus dimana seluruh nilai standar deviasi berada dibawah 1,5 dan nilai rentan interkuartil kurang dari 2,5.

Tabel.5 Hasil Perhitungan Kuesioner Harga

No	Mean	Std.Dev	Q1	Q2	Q3	IR	Std.Dev	IR
1	3,57	0,535	3	4	4	1	Konvergen	Konvergen
2	3,86	0,690	3,5	4	4	0,5	Konvergen	Konvergen
3	3,57	0,787	3	3	4	1	Konvergen	Konvergen
4	3,86	0,690	3,5	4	4	0,5	Konvergen	Konvergen
5	3,71	0,756	3	4	4	1	Konvergen	Konvergen

Sumber : Data diolah oleh Penulis,2024

Dari analisis statistic dari kuesioner tersebut, semua indicator menunjukkan adanya konvergensi atau consensus dimana seluruh nilai standar deviasi berada dibawah 1,5 dan nilai rentan interkuartil kurang dari 2,5. Pengumpulan opini diberhentikan pada tahap ini karena nilai standar deviasi dan rentang interkuartil telah mencapai konvergen atau consensus.

**Analisis Metode Delphi**

Berdasarkan nilai mean (rata-rata) telah terdapat pilihan rank dari semua variable yaitu Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) sebagai berikut :

Tabel.6 Peringkat Indikator Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	Mean	Rank
Kualitas layanan		
Saya merasa pengemudi Gojek selalu ramah dalam melayani	3,86	1
Saya merasa pengemudi Gojek menjaga keamanan dan kenyamanan	3,71	2
Gojek merespon pesanan dengan cepat dan tepat waktu	3,86	1
Kendaraan yang digunakan pengemudi bersih dan nyaman	3,57	3
Saya merasa aman dan nyaman saat menggunakan Gojek	3,71	2
Harga		
Harga layanan Gojek sesuai dengan kualitas yang ditawarkan	3,57	3
Saya merasa harga layanan Gojek terjangkau bagi mahasiswa	3,86	1
Gojek sering memberikan diskon atau promo yang menarik	3,57	3
Gojek memberikan pilihan harga yang fleksibel untuk berbagai layanan	3,86	1
Harga Gojek sesuai dengan jarak dan waktu perjalanan yang ditempuh	3,71	2

Berdasarkan pernyataan yang berkaitan dengan kualitas layanan dan harga, setiap pernyataan diukur menggunakan nilai rata-rata (mean) dan urutannya (rank) untuk menunjukkan seberapa besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Dalam variable kualitas layanan

memiliki mean tertinggi 3,86, yang menunjukkan bahwa responden setuju layanan pengemudi yang selalu ramah dan melayani akan mendapatkan kepuasan dari pelanggan. Selain itu, pengemudi yang merespon dengan cepat dan tepat waktu juga akan membuat kepuasan pelanggan.

Dalam variable harga, mencatat nilai rata-rata tertinggi dengan nilai 3,86 yang menunjukkan bahwa harga layanan gojek yang terjangkau serta memberikan harga yang fleksibel untuk berbagai layanan dapat menjadi indicator kepuasan pelanggan menggunakan aplikasi ojek online Gojek.

## **V. KESIMPULAN**

Berdasarkan informasi yang diperoleh penulis, dapat disimpulkan bahwa ada 4 indicator yang memiliki rank tertinggi dan dapat dipastikan memiliki dampak yang signifikan untuk mencapai kepuasan pelanggan kalangan mahasiswa Universitas Pelita Bangsa. Rank tertinggi indicator mencapai 3,86, sedangkan rank terendah berada di nilai 3,57. Rank tertinggi menunjukkan bahwa responden setuju layanan pengemudi yang selalu ramah dan melayani, pengemudi yang merespon dengan cepat dan tepat waktu, harga layanan gojek yang terjangkau serta memberikan harga yang fleksibel untuk berbagai layanan dapat menjadi indicator kepuasan pelanggan menggunakan aplikasi ojek online Gojek.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aldo, W., Parulian, L. and Yusi, D. (no date) *9% SIMILARITY INDEX 18% Penentuan Rekomendasi Strategi Pembelajaran Daring Menggunakan Metode Delphi ORIGINALITY REPORT PRIMARY SOURCES.*
- Dhita Tresiya, Djunaidi and Heri Subagyo (2018) 'PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KENYAMANAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUSAHAAN JASA OJEK ONLINE GO-JEK DI KOTA KEDIRI', *JIMEK*, 1(2).
- Fauzan Noor, dan M. *et al.* (no date) *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI ONLINE (GO-JEK).*
- Herdhiansyah, D., Sutiarmo, L. and Purwadi, D. (no date) *KRITERIA KUALITATIF PENENTUAN PRODUK UNGGULAN KOMODITAS PERKEBUNAN DENGAN METODE DELPHI DI KABUPATEN KOLAKA-SULAWESI TENGGARA Qualitative*

*Criteria Determination of the Main Product of Plantation Commodity with Delphi Method in Kolaka-East Sulawesi, AGRITECH.*

Solikha, S., Suprpta, I. and Muhammadiyah Jakarta, S. (no date) ‘PENGARUH HARGADAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI

KASUS PADA PT. GO-JEK)’. Available at:

<http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>.

Sri Handayani, L. and Syarifudin, A. (no date) ‘THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE AND RELATIONSHIP MARKETING ON CONSUMER SATISFACTION ON GOJEK TRANSPORTATION SERVICE’, 11, pp. 298–313. Available at:

<https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>.

Tsalisa, R.A., Hadi, S.P. and Purbawati, D. (2022) *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA*

*TRANSPORTASI ONLINE MAXIM DI KOTA SEMARANG, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.*

Available at: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>.