

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA GRAB DI BODHICITTA

Yessica¹, Hengky Kosasih²

¹Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan

²Program Studi Perdagangan Internasional, Institut Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis, Medan

e-mail: *¹Yessiagt@gmail.com, ²hengkyko80@gmail.com

Abstrak

Perkembangan dunia bisnis semakin pesat dibarengi dengan perkembangan teknologi yang semakin maju. Minat generasi milenial terhadap perubahan dan kemajuan teknologi juga cukup besar, salah satunya yaitu penggunaan aplikasi jasa transportasi seperti Grab. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Grab di Bodhicitta. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna Grab yang berada di Bodhicitta. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi, koefisien determinasi, dan regresi linier berganda. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan aplikasi program SPSS versi 22, maka diperoleh hasil korelasi harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,648 dan korelasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,629 yang memberikan indikasi bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dan kuat terhadap kepuasan pelanggan pengguna Grab di Bodhicitta. Dari perhitungan analisis regresi diperoleh persamaan regresi $Y = 17.984 + 0.353.X_1 + 0.235.X_2$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Grab di Bodhicitta dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Grab di Bodhicitta. Dari hasil adjusted *r square* sebesar 52,2% dan sisanya 47,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna Grab di Bodhicitta.

Kata kunci—Harga; Kualitas pelayanan; Kepuasan pelanggan

Abstract

The development in business is growing rapidly alongside with advance progress of technology. The demand of millennial generation in changes and technological progress, including the transportation service apps like Grab. The purpose of the research was to assess the influence of price and service quality on customer satisfaction of Grab users in Bodhicitta. The method applied in this research is the quantitative associative method. The author in this research is using questionnaire for data collection. The participants in this research were Grab users located in Bodhicitta. The analytical methods used were correlation, coefficient of determination, and multiple linear regression. Based on calculation using SPSS version 22, the result of price correlation to customer satisfaction was 0.648, and service quality correlation to customer satisfaction was 0.629, which suggest that price and service quality have strong and positive correlation to customer satisfaction of Grab users in Bodhicitta. The regression analysis calculations yield the equation $Y = 17.984 + 0.353.X_1 + 0.235.X_2$. Therefore, it can be determined that price

significantly correlate with the customer satisfaction of Grab users in Bodhicitta, while service quality does not significantly correlate the customer satisfaction. The adjusted r square shows a result of 52.2%, while 47.8% is affected by other external factors, which suggest that the price and service quality influence the customer satisfaction of Grab user in Bodhicitta.

Keywords—Price; Service quality; Customer satisfaction

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis semakin pesat dibarengi dengan perkembangan teknologi yang semakin maju. Minat generasi milenial terhadap perubahan dan kemajuan teknologi juga cukup besar, salah satunya yaitu penggunaan media telekomunikasi berbasis internet seperti smartphone untuk berbagai keperluan (D. E. Sari, 2019). Kemajuan teknologi yang dilengkapi dengan fitur dan adanya internet juga perkembangan transportasi yang ramai membuat para investor tertarik untuk menciptakan aplikasi jasa transportasi. Besarnya peranan transportasi bagi kehidupan manusia menyebabkan bisnis di bidang jasa transportasi semakin meningkat. (A. I. Sari, 2020)

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga dilakukan oleh (Yunita, 2019), (Ramadhaniati & Susanti, 2020). Dari hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut (Yunita, 2019) Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Dengan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, maka akan terjalin suatu hubungan yang kuat antar konsumen dan perusahaan.

Hasil Penelitian dilakukan oleh (A. I. Sari, 2020), (Utami & Nur, 2023) menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Grab dan Gojek. Menurut Tjiptono dalam

(Nuryati dan Nur'Aini, 2019), penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu, terhadap harga pesaing. Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing.

Menurut Philip Kotler dalam (Indrasari, 2019) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen atas manfaat harga. Menurut (Suyatno & Anjarsari, 2023) nilai suatu jasa tidak ditentukan oleh harga, melainkan oleh manfaat yang pembeli dapatkan ketika mengkonsumsi jasa tersebut relative terhadap biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh layanan jasa tersebut, dan harga dari jasa yang bersifat alternatif yang dimiliki kompetitor.

Menurut Kotler dalam (Suyatno & Anjarsari, 2023) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Tjiptono dalam (Indrasari, 2019) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dikatakan baik jika penyedia jasa dapat memberikan layanan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.



Menurut Kotler dalam (Sangadji & Sopiah, 2023) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan – harapannya. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2020) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan. (Indrasari, 2019) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan, cenderung akan membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari.

Harga dan kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Harga dan kualitas pelayanan menjadi pertimbangan populasi anggota yang berada di sekolah Bodhicitta dalam memilih dan menggunakan layanan jasa transportasi online. Salah satu layanan transportasi online yang telah ada di Indonesia saat ini adalah Grab. Dengan adanya persaingan bisnis jasa transportasi online, membuat PT. Grab senantiasa terus berinovasi dalam memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk para pelanggan. Saat Konsumen yang merasa puas, maka akan menggunakan kembali layanan jasa tersebut serta merekomendasikannya kepada orang lain.

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan masalah berikut : (1) Apakah harga mempengaruhi kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan. (2) Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas

pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Grab di Bodhicitta, Medan.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada sekolah Bodhicitta di Medan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Grab di Bodhicitta, Medan. Subjek dalam penelitian ini meliputi pelanggan yang pernah menggunakan aplikasi jasa transportasi Grab serta berada di lingkungan sekolah Bodhicitta, Medan.

Menurut (Wiratna Sujarweni, 2022) Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Dalam pengambilan sample untuk penelitian, penulis memilih Teknik Convenience Sampling yaitu metode pengambilan sampel non-probabilitas di mana unit dipilih untuk dimasukkan ke dalam sampel karena unit tersebut paling mudah diakses oleh peneliti berdasarkan kedekatan geografis, ketersediaan pada waktu, atau kesediaan untuk berpartisipasi dalam penelitian.

Dalam menentukan besarnya ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut :

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96.04$$

Dari perhitungan tersebut, diperoleh hasil jumlah sampel sebanyak 96 responden.

Menurut (Wiratna Sujarweni, 2022) Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti dengan tujuan untuk mengumpulkan data agar menjadi runtut, sistematis dan mudah diolah datanya. Dari pengertian yang instrumen penelitian yang telah dijabarkan, instrumen yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Menurut

(Sugiyono, 2018), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pertanyaan dalam kuisisioner mengandung jawaban yang telah disediakan dalam bentuk Skala Likert. Adapun alat ukur dalam penelitian ini akan menggunakan SPSS V22 untuk menghitung data yang bersifat angka maupun statistik dengan skala likert.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut (Imam, 2018), analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda juga digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, analysis linier berganda bertujuan untuk membuktikan sejauh mana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembeli. Berikut adalah persamaan regresi linear berganda :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 x_3 + \varepsilon$$

Tabel 1. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		Std. Error	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
1 (Constant)	17.984		4.607	3.904	.000
HargaX1	.353		.169	.235	.039
PelayananX2	.235		.125	.213	.062

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Diolah dari SPSS, 2024

Berdasarkan hasil di atas, dapat diprediksi bagaimana nilai dari variabel terikat berubah jika nilai dari variabel bebas bertambah atau berkurang dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = 17.984 + 0.353.X_1 + 0.235.X_2$$

- a. Nilai Konstanta (a) 17,984, artinya jika nilai variabel bebas, harga dan kualitas pelayanan 0, maka kepuasan pelanggan yaitu sebesar 17,984.

- b. Koefisien regresi ($\beta_1 X_1$) harga bernilai 0,353, yang berarti apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel harga (X_1) maka kepuasan akan meningkat sebesar 35,3 %.
- c. Koefisien ($\beta_2 X_2$) kualitas pelayanan bernilai 0,235, yang berarti apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan (X_2) maka kepuasan akan meningkat sebesar 23,5 %.

B. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian ini didasarkan pada tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi lebih kecil (<) dari 0,05 maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan jika nilai signifikansi lebih besar (>) dari 0,05 maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 2. Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a		Std. Error	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
1 (Constant)	17.984		4.607	3.904	.000
HargaX1	.353		.169	.235	.039
PelayananX2	.235		.125	.213	.062

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Diolah dari SPSS (2024)

Berdasarkan hasil Uji T pada gambar diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. Variabel Harga (X_1) memiliki nilai signifikansi 0,039 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) memiliki nilai signifikansi 0,062 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak

berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

C. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi < 0,05, artinya model penelitian layak digunakan dan jika nilai signifikansi > 0,05 artinya model penelitian tidak layak digunakan.

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	627.656	2	313.828	8.471	.000 ^b
Residual	3445.303	93	37.046		
Total	4072.958	95			

a. Dependent Variable: KepuasanY

b. Predictors: (Constant), PelayananX2, HargaX1

Sumber : Diolah dari SPSS (2024)

Berdasarkan tabel 4.19 nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan dan harga yg diberikan, maka kepuasan pelanggan pengguna Grab juga akan semakin meningkat.

IV. KESIMPULAN

Permasalahan dalam penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Grab di Bodhicitta, Medan. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Bahwa secara parsial, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Grab di Bodhicitta.

2. Bahwa secara parsial, kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Grab di bodhicitta.
3. Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna Grab di Bodhicitta.

Hasil pembahasan juga menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 52,2% dan sisanya 47,8% dipengaruhi faktor – faktor lain seperti citra merk, pengalaman konsumen dan sebagainya. Hasil dari penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Utami & Nur, 2023), (David, 2019) dan (Ramadhaniati & Susanti, 2020) yang menyatakan harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik tingkat pelayanan dan harga terjangkau yang diberikan kepada pelanggan maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan tersebut.

V. SARAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan juga kepuasan konsumen pada khususnya. Penulis juga berharap bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan serta referensi bagi penulis lain yang akan mengadakan penelitian dengan judul atau pun materi yang sama.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- David, C. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantin Sekolah Maitreyawira Medan*. Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Cendana, Medan.
- Imam, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas



- Diponegoro.
 Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo press.
- Ramadhaniati, S., & Susanti, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 2(4), 259–269.
<https://doi.org/10.54066/jikma.v2i4.2359>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2023). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi Yogyakarta.
- Sari, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Mahasiswa Pengguna Layanan Go-Ride dan Go-Food). In *jurnal Manajemen*. Program Studi Pendidikan akuntansi, Universitas Muhammadiyah, Surakarta.
- Sari, D. E. (2019). Quizlet: Aplikasi Pembelajaran Berbasis Smartphone Era Generasi Milenial. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 9–15.
<https://doi.org/10.23917/jpis.v29i1.8150>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.
- Suyatno, A., & Anjarsari, D. P. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Pustakabaru press.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran : Prinsip dan Penerapan*. Andi.
- Utami, M., & Nur, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Jabotabek. 10(1), 205–214.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/19446/0>
- Wiratna Sujarweni, V. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi : Pendekatan Kuantitatif*. Pustakabaru press.
- Yunita, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. Grab Indonesia terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Makassar [Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah, Makassar].
https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/01/2019.01.23_PLAN-NACIONAL-DE-CANCER_web.pdf