PENGARUH PENENTUAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN OJEK ONLINE GRAB DI KOTA PAREPARE

The Effect Of Price Determination And Quality Of Service On Consumer Satisfaction Of Online Grab Ojek In The City Of Parepare

Humaida Hardi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare
humaidahardi.remmen03@gmail.com

Abstract

Humaida Hardi, 2021, with the title "The Influence of Price Determination and Service Quality on Online Grab Ojek Consumer Satisfaction in Parepare City (Case Study in Ujung District). Supervisor I Mr. Darmawan, SE., M, SI and Supervisor II Mrs. Dr. Nirwana Sampara, SP., M.Si. Thesis of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Parepare. This study aims to determine the Effect of Pricing and Service Quality on Consumer Satisfaction of Ojek Online Grab in Parepare City (Case Study in Ujung District). The data collection techniques used in this study were questionnaires, observations, and literature studies. The sample in this study amounted to 147 respondents. The data analysis technique in this study used multiple linear regression analysis with the help of a computerized system (computer program IBM Statistics SPSS 26). The results of the study partially Pricing (X_1) has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction (Y). Partially Service Quality (X_2) has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction (Y). Simultaneously Pricing and Service Quality have a positive and significant influence on Consumer Satisfaction.

***Keywords**: Pricing, Service Quality and Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Di era modern ini, dunia pemasaran saat ini terus berkembang dan berubah, dari konsep pemasaran tradisional hingga konsep pemasaran modern. Faktor-faktor yang terkait dengan meningkatnya jumlah pesaing, kemajuan dan pertumbuhan teknologi pendidikan pemasaran, yang selanjutnya mempercepat dan merangsang para pelaku bisnis dalam menciptakan strategi inovasi untuk bertemu kebutuhan sesuai dengan harapan konsumen. Para pebisnis harus selalu tahu perubahan yang terjadi di pasar dan bisa menciptakan ide-ide kreatif agar produk yang ditawarkan menjadi menarik perhatian

konsumen agar apa yang diinginkan konsumen terpenuhi baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek online yang namanya sudah terkenal seperti Grab. Mulai dari menyediakan pelayanan dengan biaya yang berbeda, semua perusahaan ini menyediakan layanan yang hampir sama, dan sistem pemesanan yang sama, yaitu memesan melalui aplikasi telepon genggam atau situs web. Kehadiran Grab di Kota Parepare menjadi salah satu sarana untuk menjalankan aktivitas masyarakat sehari-hari, seperti mengangkut penumpang, mengantarkan paket dan mengantarkan makanan, kini masyarakat sangat mudah memenuhi membutuhkan sehari-hari.

Langkah grab dalam mengembangkan strategi perusahaannya tak hanya berpusat pada layanan yang sudah ada. Mereka sadar akan pentingnya mengeluarkan inovasi baru, pengembangan aplikasi dan layanan baru. Dilihat dari semakin meluasnya jangkauan Grab di Indonesia, saat ini Grab sudah masuk ke pelosok-pelosok daerah tidak hanya di ibu kota saja. Sehingga banyak memberikan penghasilan tambahan daerah yang di kelolah oleh pemerintah daerah setempat, salah satunya adalah Kota Parepare.

Perkembangan dunia menciptakan persaingan yang ketat. Untuk mendapatkan pelanggan dan mempertahankan mereka, berbagai metode telah diadopsi. Kualitas layanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan.Karena layanan yang berkualitas tinggi, pelanggan tertarik untuk membeli produk atau jasa.

Kualitas layanan tergantung pada kemampuan barang dan jasa Perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas layanan yang telah diberikan kepada konsumen merasa puas jika merasa layanannya sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan konsumen tersebut. Merefleksikan ekspektasi konsumen dalam pelayanan yang baik, keramahan, kesopanan, ketepatan waktu dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, tampaknya kualitas layanan dan harga memegang peranan yang sangat penting dalam kepuasan pelanggan. Tanpa layanan yang berkualitas dan berkelanjutan, perusahaan transportasi sulit bersaing dengan perusahaan sejenis dengan harga yang terjangkau oleh semua orang. Dengan adanya Grab ini dapat mempermudah masyarakat memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Berkaitan dengan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penentuan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ojek Online Grab Di Kota Parepare”.**

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan Kecamatan Ujung, Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Peneltian ini dilakukan pada masyarakat konsumen pengguna Grab Kecamatan Ujung, dengan jangka waktu penelitian selama dua bulan mulai dari bulan Juni sampai Agustus 2021.

B. Populasi dn Sampel

1. Populasi

   Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan jasa ojek online grab di Kecamatan Ujung yang berjumlah 643 orang.

2. Sampel

   Metode penentuan sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan slovin.

   Rumus :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

   Keterangan:

   n = Jumlah sampel

   N = Jumlah populasi

   e = error margin 5%.

   Sehingga $n = N / (1 + (N \times e^2))$

   $n = 643 / (1 + (643 \times 0{,}0025))$

   $n = 643 / (1 + 1{,}6075)$

   $n = 643 / 2{,}6075$

   $n = 246{,}5963$

   Apabila dibulatkan maka besar sampel minimal dari 643 populasi pada margin of error 5% adalah sebesar 247.

C. Definisi Oprasional

1. Kepuasan Konsumen (Y)

   Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diartikan sebagai respon pelanggan yang dirasakan antara ekspektasi dan kinerja Grab. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah menggunakan 3 metode yang yang dapat dipergunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

   a. Sistem Keluhan dan Saran

b. Survei kepuasan pelanggan
c. Analisa Pelanggan yang Beralih

2. Penentuan Harga (X_1)

Harga adalah nilai yang ditetapkan oleh perusahaan untuk memberikan informasi tentang produk atau jasa tersebut. Ada empat indikator yang dapat mengukur harga adalah:

a. Keterjangkauan harga,
b. Daya saing harga,
c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk,
d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

3. Kualitas Pelayanan (X_2)

Kualitas pelayanan adalah tindakan atau kemampuan dalam melayani seseorang dan memberikan yang terbaik dan memberikan pelayanan yang bermutu. Terdapat lima yang dapat mengukur ataupun merupakan kunci kesuksesan bisnis yang perlu di perhatikan yaitu:

a. Reliabilitas (realiability),
b. Daya Tanggap (responsiveness),
c. Jaminan (assurance),
d. Empati (empathy),
e. Bukti Fisik (tangibles).

D. Teknik Pengumpulan Data

Mekanisme pengumpulan data dalam penelitian ini seperti berikut :

1. Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung di Kecamatan Ujung Kota Parepare
2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), penelitian ini dilakukan melalui perpustakaan ataupun buku-buku ilmiah, artikel majalah, koran dan tulisan-tulisan (jurnal) yang berhubungan dengan kajian teoritis serta pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan.
3. Kuesioner atau angket penyebarkan kuesioner ini dimaksudkan untuk mendapatkan data deskriptif guna menguji hipotesis dan model kajian.

E. Jenis dan Suber Data

1. Paper
2. Person
3. Place

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif
2. Uji kualitas data
   a. Uji validitas
   b. Uji realibilitas
3. Uji Asumsi Klasik
   a. Uji Normalitas Data
   b. Uji Multikolinearitas
   c. Uji Heterokedastisitas
4. Uji Hipotesis
   a. Analisis Regresi Linier Berganda
   b. Uji determinan R square
   c. Uji F(Uji Simultan)
   d. Uji Parsial (Uji t)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Hasil Deskriptif
   a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

      Dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berjumlah 247 dari jenis kelamin laki-laki sebanyak 88 orang atau 35,6%, sedangkan untuk jenis kelamin perempuan ada sebanyak 159 orang atau 64,4%. Dapat disimpulkan bahwa reponden dari konsumen ojek online grap lebih dominan berjenis kelamin perempuan.

   b. Karakteristik Responden Menurut Usia

      Dapat diketahui bahwa dari 247 responden diketahui usia 18-23 tahun sebanyak 134 orang atau 54,3%, usia 24-29 tahun sebanyak 90 orang atau 36,4%, usia 30-35 tahun sebanyak 18 orang atau 7,3%, dan untuk usia >30 tahun sebanyak 5 orang atau 2,0%. Dapat disimpulkan bahwa responden dari konsumen ojek online grap di kota Parepare sebagian besar berusia 18-23 tahun.

2. Uji Kualitas Data
   a. Uji Validitas

      Masing-masing butir pernyataan yang digunakan dalam kuesioner untuk mengukur variabel penentuan harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki nilai r hitung > 0.124, maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid. Hal ini dapat diartikan bahwa masing-masing butir pernyataan untuk setiap variable tersebut adalah valid. Dengan kata lain butir-

butir pernyataan tersebut dapat mewakili atau membentuk masing-masing variable.

b. Uji Reliabilitas

Dapat disimpulkan bahwa reliabilitas konstruk jawaban atas pernyataan dan konsistensi jawaban dari butir-butir pernyataan pada masing-masing variabel penelitian sudah baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* yang berkisar antara 0,631 sampai dengan 0,717 yang berarti nilai tersebut > 0,060.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

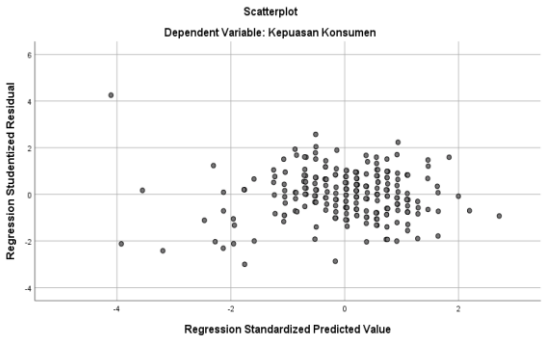
Dapat disimpulkan bahwa pengujian normalitas menujukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed sebesar 0,200 yang lebih tinggi dari 0,05. Sehingga bisa dikatakan data residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih 0,10. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan semua variabel independen memiliki nilai VIF < 10. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

c. Uji Heterokedastisitas

Gambar 5 1 Hasil Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan data grafik diatas diketahui bahwa titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah 0 (nol) pada sumbu Y. Demikian dapat disimpulkan tidak terjadi masalah tereroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. 1 Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.710	1.878		4.105	.000
	Penentuan Harga	.285	.077	.225	3.707	.000
	Kualitas Pelayanan	.292	.065	.272	4.488	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Dari hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 5.5 di atas, dapat dilakukan persamaan dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = 7{,}710 + 0{,}285X_1 + 0{,}292X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja

X_1 = Tingkat Pendidikan

X_2 = Budaya Organisasi

e = Residual Error

Dilihat dari persamaan di atas dapat disimpulkan bahwa nilai persamaan konstanta yaitu 7,710, artinya nilai tersebut menujukkan bahwa jika variabel Penentuan Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) dalam keadaan konstan, maka nilai Kepuasan Pelanggan yaitu 7,710.

Koefisien regresi Penentuan Harga mempunyai nilai persamaan yaitu 0,285, dapat diartikan jika Penentuan Harga (X_1) meningkat 1% maka Kepuasan Konsumen akan naik sebanyak 0,285.

Koefisien regresi Kualitas pelayanan mempunyai nilai persamaan yaitu 0,292, dapat diartikan jika Kualitas Pelayanan (X_2) meningkat 1% maka Kepuasa Konsumen akan naik sebanyak 0,292.

b. Uji determinan R square

Tabel 5. 2 Uji Determinan R Square

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.392[a]	.154	.147	3.79262
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Penentuan Harga				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Dapat dilihat nilai korelasi berganda (R) yaitu 0,392 hal itu menentukan bahwa hubungan variabel bebas Penentuan Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) terhasap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y) adalah positif.

Data adjusted R square dapat diketahui berdasarkan data diatas bahwa besarnya nilainya yaitu 0,154, yang berarti variabel penentuan harga dan kualitas pelayanan memiliki kemampuan menjelaskan variabel kepuasan konsumen ojek online grab kota Parepare adalah 15,1% dan untuk 84,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

c. Uji F(Uji Simultan)

Tabel 5. 3 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	637.171	2	318.586	22.149	.000[b]
	Residual	3509.687	244	14.384		
	Total	4146.858	246			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Penentuan Harga						

Dapat dilihat bahwa dalam pengujian regresi berganda menunjukkan hasil F hitung sebesar 22,149 dan berdasarkan nilai dari F tabel diketahui bernilai 3,87. Hal tersebut menunjukan bahwa 22,149 > 3,87 yang berarti Fhitung > Ftabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa penentuan harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

d. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 5. 4 Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.710	1.878		4.105	.000
	Penentuan Harga	.285	.077	.225	3.707	.000
	Kualitas Pelayanan	.292	.065	.272	4.488	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Berdasarkan tabel 5.10 diatas dapat diketahui bahwa pengujian hipotesisnya sebagai berikut:

Hipotesis 1

Rumusan Hipotesis :

H1 : Penentuan Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Ojek Online Grab Di Kota Parepare.

Berdasarkan uji hipotesis dengan uji T diketahui bahwa nilai t hitung untuk penentuan harga (X_1) adalah 3,707 dan diketahui nilai dari t tabelnya adalah 1,6967 dan nilai signifikannya 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penentuan harga (X_1) diterima yang berarti bahwa penentuan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ojek online grab di Kota Parepare.

Hipotesis 2

Rumusan hipotesis :

H2 : Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Ojek Online Grab Di Kota Parepare

Berdasarkan uji hipotesis dengan uji T diketahui bahwa kualitas pelayanan (X_2) diperoleh nilai T hitung 4,488 > 1,6967 dan nilai signifikannya 0,000< 0,005 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasn konsumen (Y) secara parsial. Signifikannya 0,000 < 0,005 hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) diterima yan berarti bahwa kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial.

B. Pembahasan

1. Penentuan Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

   Hasil perhitungan menggunakan *IBM SPSS Statistics* 26. menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,707 > 1,6967 dengan signifikansi 0,000< 0,05. Hal ini berarti hipotesis satu (H1) yang menyatakan bahwa penentuan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ojek online Grab di Kota Parepare.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

   Hasil perhitungan menggunakan progam *IBM SPSS Statistics 26* menunjukkan nilai t hitung sebesar 4.488 > 1,6967 dengan signifikan 0.000 < 0,05. Hal ini berarti hipotesis dua (H2) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ojek online Grab di Kota Parepare.

3. Pengaruh Penentuan Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

   Berdasarkan hasil perhitungan *IBM SPSS Statistics* 26 menggunakan uji F diketahui bahwa nilai F Hitungnya adalah 22,149 dan berdasarkan nilai dari Ftabel diketahui bernilai 3,87. Hal tersebut menunjukkan bahwa 22,149 > 3,87 yang berarti Fhitung> F tabel. Jadi variabel Penentapan Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas terkait pengaruh penentuan harga dan kualiatas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ojek online Grab di Kota Parepare dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Secara parsial Penentuan Harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan Konsumen (Y).
2. Secara parsial Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
3. Secara simultan Penentuan Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

B. Saran

Dapat kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi ojek online Grab di Kota Parepare agar penentuan harga dan kualitas pelayanan agar dapat di implementasikan dengan baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian variabel yang sama yaitu penentuan harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen agar lebih mengembagkan penelitian in dengan menggunakan populasi yang lebih banyak lagi agar teruji lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Dhita Tresiya, D. d. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri. *JIMEK – Volume 1 Nomor 2*.

Ekawati, N. L. (2019). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Clothing Online Melalui Instagram. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 9*.

Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Paduan Praktis Mengelola Data Penenlitian.* Hak Cipta.

Haryanto, F. F. (2019). *Manajemen Kualitas "Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan".* Duta Media.

Kusumadewi, R. d. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 8, No. 3*.

Mandala, M. K. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 2*.

Muliana. (2017). Analisis Penentuan Harga Jual Rumah Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada PT. Arista Jaya Kota Parepare. *Skripsi*.

Mulyana, M. (2019). *Manajemen Pemasaran.*

Mulyawan, D. R. (2016). *Birokrasi dan Pelayanan Publik.* Unpad Press.

Parepare, F. E. (2020). *Panduan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.* Parepare.

Rastini, M. A. (2019). Peran Kepuasan Memediasi Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Wom Pada Layanan Go-Jek Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 4*.

Respati, I. A. (2020). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 4*.

Rini. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayan Dan Persepsi Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab (Studi Kasus Iain Metro). *Skripsi*.

Sudiartha, I. G. (2019). Peran Kualitas Pelayanan Dalam Memediasi Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Bali Tour. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 5*.

Supriadi, S. (2018). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam.* Guepedia.

Zaid Zaid, S. A. (2021). *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan.* Hak Cipta.