

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Transportasi *Online Grabbike* di Lowokwaru Kota Malang)

Prima Lailatul Amalia-¹
Arni Utamaningsih-²

^{1,2} Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹ primailatulamaliaaa@gmail.com,

² arni6965@polinema.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa transportasi *online grabbike* di Lowokwaru kota Malang.

Penelitian ini merupakan *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan menggunakan sampling *non-probability*. Metode analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga, secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan besarnya kontribusi kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan adalah 63,7%.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online *grabbike* di Lowokwaru kota Malang.

Kata-kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

Abstract

Referring to this fact, this study is conducted to assess the effect of service quality and price on customer satisfaction in using online grabbike transportation services in Lowokwaru, Malang City.

This research applied explanatory research by using a qualitative approach. Thus, the data collection method used in this study was by distributing the questionnaires to 100 respondents with a non-probability sampling. The methods used for data analysis were Multiple Linear Regression and Hypothesis Testing.

Results of the study showed that service quality and price partially and simultaneously had an effect on customer satisfaction, whereas the quantity of service quality and price to customer satisfaction were 63,7%.

Based on the research, it can be concluded that the service quality and price variables partially and simultaneously have a significant effect on customer satisfaction in using online grabbike transportation services in Lowokwaru, Malang City.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Di era perkembangan ilmu saat ini teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Peran penting teknologi juga dibutuhkan dalam bidang transportasi saat ini dapat kita lihat pada bagaimana akses mendapatkan jasa transportasi dengan menggunakan *smartphone*. Kota Malang merupakan kota pelajar sehingga menjadi salah satu pilihan kota yang berpotensi dalam pengembangan bisnis transportasi.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dalam penyusunan penelitian ini dapat diambil judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan

Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Transportasi *Online Grabbike* di Lowokwaru kota Malang).

1.2. Rumusan Masalah

Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online *grabbike* di Lowokwaru kota Malang ?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online *grabbike* di Lowokwaru kota Malang ?

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Kajian empiris dalam penelitian ini yaitu Immanuel (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Muhammad (2019) hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Atika (2017) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ella (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.2. Kajian Teori

2.2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Tjipno & Candra (2016:113) kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

2.2.2 Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:324) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.

2.2.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjipno (2012:146) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi dan kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dengan harapan-harapan tertentu.

2.3. Hubungan Variabel Kualitas

Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan

Faktor pertama yang mempengaruhi Kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Lupiyoadi dan Hamdani (2009:65) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik

berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga, menurut (Prof. Dr. Rahmat Majid, 2019) harga benar-benar harus dipertimbangkan dengan serius karena menyangkut keterjangkauan pelanggan pada jasa yang digunakan Harga pun menjadi salah satu faktor kepuasan pelanggan dimana kecenderungan pelanggan memilih layanan yang dengan manfaat yang sepadan berasan keterjangkauannya, dalam hal ini value of money yang akan di dapatkan oleh pelanggan

3. Metodologi

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan dan pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian.

3.2. Populasi

Populasi yang digunakan adalah masyarakat pengguna jasa transportasi online grabbike di Lowokwaru kota Malang.

3.3. Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

3.4. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini peneliti menggunakan Sampling *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu, yang pertama variabel kualitas pelayanan, menurut Pasuratman dalam Tjipno & Candra (2012:78) terdapat 5 indikator kualitas pelayanan yaitu 1) Bukti Fisik dengan item kendaraan, perlengkapan dan kerapian, 2) Empati dengan item komunikasi, sopan santun, suasana nyaman dan pemebritahuan keterlambatan, 3) Keandalan dengan item kepercayaan, 4) Daya Tangkap dengan item tepat waktu dan cepat tanggap, 5) Jaminan dengan item keselamatan dan layanan pengaduan.

Kedua, variabel Harga Menurut Kotler dan Armstrong (2012:52) terdapat 3 indikator yaitu 1) Fungsi Biaya dengan

item keterjangkauan harga dan harga diskon, 2) perbandingan harga, dan 3) Nilai Pelanggan dengan item kesesuaian manfaat dan kualitas.

Ketiga, variabel Kepuasan Pelanggan. Menurut Doni Juni Priansa (2017:210), terdapat 2 indikator yaitu 1) Kinerja dengan item kepuasan pelanggan dan fasilitas penunjang, 2) Harapan dengan item pesaing.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner/angket dan observasi.

3.7. Metode Analisa

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan persamaan $Y' = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

3.8. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji t, Uji F, Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51) "uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner".

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) "reliabilitas sendiri sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk".

3.8.3 Uji t

Menurut Ghazali (2013: 98) "Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen".

3.8.4 Uji F

Menurut Sunyoto (2013:137) "Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen secara bersama-sama yaitu menggunakan F hitung".

3.8.5 Uji Asumsi Klasik

3.8.5.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018:161) "Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal".

3.8.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018:137) "uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksama-

an *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain".

3.8.5.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2018:107) "Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya Kolerasi korelasi antar variabel bebas (independen)".

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Uji Validitas

Seluruh item yang digunakan sebagai alat ukur variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

4.2. Uji Reliabilitas.

Seluruh item yang digunakan sebagai alat ukur variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel.

4.3. Uji t

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas pelayanan t-hitung $2,779 > t$ -tabel $1,984$ dengan signifikansi $0,007 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudian untuk variabel Harga t-hitung $9,112 > t$ -tabel $1,984$, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

4.4. Uji F

Hasil penelitian menunjukkan bahwa F-hitung $84,950 > F$ -tabel $3,00$, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan.

4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Pada model regresi ini data berada disekitar/membentuk garis diagonal. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *Scatterplot* titik-titik menyebar secara acak dan tidak menunjukkan pola yang jelas, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas atau asumsi terpenuhi.

4.5.3 Uji Multikolinieritas

Pada model regresi ini tidak terjadi gejala multikolonieritas.

4.6. Bahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini yang dilakukan pada 100 responden maka di peroleh *adjusted R square* sebesar 0,637 atau 63,7% yang berarti variabel kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 63,7%, sedangkan sisanya sebesar 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat diketahui dari tabel uji F bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $84,950 > 3,00$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online grabbike* di Lowokwaru kota Malang.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi *online grabbike* di Lowokwaru kota Malang

5.2. Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Upaya meningkatkan kepuasan pelanggan pada pengguna jasa transportasi *online grabbike* di Lowokwaru kota Malang. Dalam kualitas pelayanan harus diperhatikan keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Langkah yang dilakukan oleh perusahaan grab kedepannya dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan empati berupa memberikan pelayanan yang sopan kepada pelanggan serta berkomunikasi secara sopan dengan pelanggan pengguna jasa transportasi *online grabbike*.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Saran yang dapat peneliti berikan kepada peneliti selanjutnya yaitu dalam melakukan penelitian selanjutnya, dapat menggunakan variabel bebas dan terikat lainnya yang belum digunakan dalam

penelitian ini. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan objek penelitian lain.

6. Daftar Rujukan

- Atika. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Presepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* E-ISSN: 2407-5523 ISSN :2407-3741 Vol.5 no.5
- Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi CV. Alfabeta, Bandung.
- Fandy Tjipno. 2016. *Service Quality & Satisfaction*. Edisi Ke-4. CV. Edisi Ke-4 Andi Offset. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Indahsari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya. ISBN 978-623-91788-2-6.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2015. 2015. *Principles of Marketing*. 15e Global Edition. Pearson
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya. ISBN 978-623-91788-2-6.
- Lypiyoadi. Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* Edidi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset: Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*, Yogyakarta: EKONE
- Pasuratman, A, Berry, Leonard L & Zeithaml, Valarie A. , Tjipno. 2012, "SERVQUAL : A multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality" *Journal of Retailing*. Vol. 64, pp.12-40.
- Zahra, L. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ojek Online di Bandung. *Jurnal MAKER* E-ISSN: 2686-259X ISSN :2502-4434 Vol. 4, No.1.