

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

*The Effect Of Pricing And Service Quality On Consumer Satisfaction Of Ojek
Online Grab In Parepare City*

Humaida Hardi¹, Sri Reski Handayani², Sudirman³

Email : humaidahardi.remme03@gmail.com¹, srirezkyhm@gmail.com²

Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare
Jl. Jend. Ahmad Yani No.Km. 6, Bukit Harapan, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan 91112

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Penentuan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ojek Online Grab di Kota Parepare (Studi Kasus pada Kecamatan Ujung). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 147 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan sistem komputerisasi (program komputer *IBM Statistics SPSS 26*). Hasil penelitian secara parsial Penentuan Harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Secara parsial Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Secara simultan Penentuan Harga dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Penentuan Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

Abstract

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 indicate that 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, 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.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan Kecamatan Ujung, Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat konsumen pengguna Grab Kecamatan Ujung, dengan jangka waktu penelitian selama dua bulan mulai dari bulan Juni sampai Agustus 2021. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan jasa ojek online grab di Kecamatan Ujung yang berjumlah 643 orang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 247 responden. Teknik Pengumpulan data dengan cara observasi, penelitian kepustakaan dan kuesioner. Teknik analisis data dengan menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Data, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1 Hasil Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.710	1.878		4.105	.000
1 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 1 di atas, dapat dilakukan persamaan dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

X₁ = Penentuan Harga

X₂ = Kualitas Pelayanan

e = Residual Error

Dilihat dari persamaan di atas dapat disimpulkan bahwa nilai persamaan konstanta yaitu 7,710, artinya nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel Penentuan Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) 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 (X₁) 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 (X₂) meningkat 1% maka Kepuasan Konsumen akan naik sebanyak 0,292.

**Tabel 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 (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap 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.

**Tabel 3 Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	637.171	2	318.586	22.149	.000 ^b
1 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 menunjukkan bahwa $22,149 > 3,87$ yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$. Jadi dapat disimpulkan bahwa penentuan harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 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 4 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 kepuasan konsumen (Y) secara parsial. Signifikannya $0,000 < 0,005$ hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) diterima yang berarti bahwa kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial.

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 program *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 $F_{hitung} > F_{tabel}$. Jadi variabel Penetapan Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan pembahasan diatas terkait pengaruh penentuan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ojek online Grab di Kota Parepare dapat ditarik simpulan 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).

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 Kenyamanan 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 Penelitian*. 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 lain 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.