

***THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON
GOJEK (GO-RIDE) CUSTOMER SATISFACTION IN STUDENTS OF THE
FACULTY OF LAW UNPRI***

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN GOJEK (GO-RIDE) PADA MAHASISWA
FAKULTAS HUKUM UNPRI**

Sherla Wijaya¹, Winda Sri Astuti Doloksaribu^{2*}, Yunus Andreas Sianturi³, Chelsea
Rajagukguk⁴, Anjarani⁵, Erwina⁶
Universitas Prima Indonesia^{1,2,3,4,5}
Universitas Andi Djemma⁶
windasriastutidoloksaribu@unprimdn.ac.id^{2*}

ABSTRACT

The Influence Of Price, Promotion And Service Quality On Gojek (Go-Ride) Customer Satisfaction In Students Of The Faculty Of Law UNPRI. Faculty of Economics, Prima Indonesia University. Thesis. This study aims to determine the effect of price on Gojek (Go-Ride) customer satisfaction, determine the effect of promotion on Gojek (Go-Ride) customer satisfaction, determine the effect of service quality on Gojek (Go-Ride) customer satisfaction, and determine price, promotion and service quality simultaneously influences Gojek (Go-Ride) customer satisfaction for UNPRI Law Faculty Students. This type of research uses descriptive quantitative methods. The population in this study amounted to 364 people with a sample of 78 respondents. The data analysis used in this study is Instrument Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, Hypothesis Test, and Coefficient of Determination Test (R^2). The results of this study are price has a positive and significant effect on customer satisfaction, promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction and price, promotion and service quality simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction customer satisfaction GOJEK (Go-Ride) to UNPRI Law Faculty Students.

Keywords: Price, Promotion, Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Go-Ride) Pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI. Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia. Skripsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Gojek (Go-Ride), mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Gojek (Go-Ride), mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek (Go-Ride), serta mengetahui harga, promosi dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek (Go-Ride) Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Populasi pada penelitian ini berjumlah 364 orang dengan sampel 78 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis, dan Uji Koefisien Determinasi (R^2). Hasil dari penelitian ini adalah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan pelanggan serta harga, promosi dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan kepuasan pelanggan GOJEK (Go-Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Kemudahan akses pada kebutuhan masyarakat sehari-hari merupakan suatu pengaruh positif dari suatu perkembangan teknologi yang semakin masif pada saat ini. Contohnya adalah perkembangan transportasi berbasis online yang bisa memberikan fasilitas pada pelanggannya berupa kemudahan serta kenyamanan. Saat ini terdapat beberapa jasa transportasi online, antara lain, Grab, Maxim, Uber, Indriver serta lainnya. Harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi pasar dan profitabilitas, perusahaan harus dapat menetapkan harga dengan sempurna, baik dalam jangka pendek maupun panjang. Agar mendorong konsumen untuk membeli lebih banyak dari jumlah tersebut.

Promosi merupakan langkah awal yang sangat penting untuk mengenalkan produk kepada konsumen. Dengan adanya promosi maka produk atau jasa yang dijual produsen dengan beberapa strategi untuk menarik konsumen membeli dengan cepat. Kualitas pelayanan merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh penyedia layanan kepada pelanggan guna mengkomunikasikan kelengkapan layanan yang tersedia sesuai dengan ketetapan, keinginan, dan kebutuhan dari pelanggan. Faktor lain yaitu, kepuasan pelanggan merupakan suatu reaksi konsumen terhadap layanan perusahaan sesuai dengan keinginan pelanggan. Pentingnya kepuasan pelanggan bagi perusahaan yaitu menjaga kelangsungan usaha bisnis tersebut dalam jangka panjang.

Dalam hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

(APJII) menunjukkan bahwa Jumlah pengguna aplikasi Go-jek belum mengalahkan pengguna Grab. Hal ini dapat terjadi karena beberapa faktor yaitu kenaikan tarif harga pada saat pandemi Covid-19. Terjadinya perubahan gaya hidup yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 yang memberikan dampak buruk terhadap aspek kehidupan. Adanya peraturan untuk menjaga jarak agar tidak tertular sehingga masyarakat banyak yang memilih untuk menggunakan ojek online agar lebih aman.

Tetapi kepuasan pelanggan Go-ride mengalami penurunan, keluhan pelanggan yang berkaitan dengan waktu tunggu yang lama, driver kurang sopan, driver yang kurang memperhatikan protokol kesehatan serta seringnya, plat nomor atau identitas driver berbeda dengan yang tertera di aplikasi sehingga membuat konsumen kurang nyaman. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diuraikan di atas kami tertarik mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK (Go-Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI”**

Tinjauan Pustaka Harga

Menurut Malau (2017), harga adalah pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber-sumber yang langka, harga menentukan apa yang diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau

jasa yang diproduksi (permintaan). Menurut Kotler dan Armstrong (2012) terdapat empat indikator harga yaitu: Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga, Daya Saing, Kesesuaian harga dengan manfaat.

Promosi

Menurut Assauri (2017), mendefinisikan Promosi sebagai kegiatan pemasaran yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan. Adapun indikator promosi menurut Kotler & Armstrong (2012) yaitu Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perseorangan, Hubungan Masyarakat.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2018), Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dari persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan / inginkan, sehingga pelayanan itu sendiri memiliki nilai tersendiri bagi pelanggan dalam hubungannya dengan menciptakan nilai-nilai pelanggan. Ada lima indikator kualitas pelayanan menurut Lubis dan Andayani (2018) yaitu: *Tangible* (Bukti langsung), *Reliability* (Kehandalan), *Emphathy* (Empati), *Assurance* (Jaminan), *Responsiveness* (Daya Tangkap). Penelitian terdahulu menurut Panggabean Esther, Doloksaribu Winda, Barubara Maisara (2023) Kualitas layanan yang baik dapat memberikan pengaruh yang baik terhadap loyalitas Pelanggan.

Menurut Sudaryono (2016), kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Sangadji & Sopiah (2013), mengemukakan ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan

yaitu sebagai berikut : Perasaan Puas, Minat Pemakaian Berulang, Merekomendasikan, Terpenuhi Harapan konsumen. Penelitian terdahulu menurut Doloksaribu Winda, Ma'mun, Eko (2015) Kualitas layanan rekening ponsel berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah rekening ponsel PT. Bank CIMB Niaga.

Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan. Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah serta kerangka pemikiran maka hipotesis dari penelitian ini yaitu :

1. H1: Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK (Go-Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI .
2. H2 : Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK (Go Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI.
3. H3 : Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK (Go-Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI.
4. H4 : Harga, Promosi dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK (Go-Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI.

Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian ini adalah: Tabel

1. Penelitian Winda Sri Astuti Doloksaribu, Ma'mun Sarma dan Eko Ruddy Cahyadi 2015. dengan judul Pengaruh Layanan Rekening Ponsel dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Bank CIMB Niaga Hasil penelitian yaitu Layanan rekening

ponsel berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan tidak signifikan tetapi memberi kontribusi terhadap kepuasan melalui citra perusahaan dan Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Penelitian Panggabean Ester Praja Anggriany Panggabean, Doloksaribu Winda Sri Astuti, Batubara Maisara (2023) dengan judul *Anteseden Loyalitas Konsumen Pada PT. Rentokil Initial Medan Indonesia* Hasil penelitian yaitu: Kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan dan Jenis Data

Metode penelitian yang digunakan di penelitian ini yakni Regresi Linear Berganda yakni suatu metode guna menentukan apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat atau tidak. Peneliti ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Arikunto (2017), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menggunakan penelitian korelasi yang bertujuan untuk mencari pengaruh antara variabel yang satu dengan variabel lainnya. Penelitian ini menggunakan sifat deskriptif *explanatory* yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antarvariabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini berlokasi di Universitas Prima Indonesia di Jalan Sampul No.4, dan waktu penelitiannya di mulai pada bulan April sampai Juni 2023. Penelitian ini jumlah populasinya yakni 364 orang mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI dalam tahun 2021 yang menggunakan *Go-Ride*.

Metode Analisis Data

Setelah data dikumpulkan dalam bentuk data per tiga bulan atau triwulan,

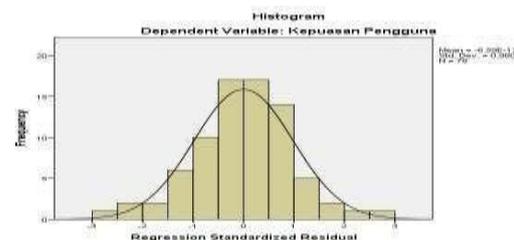
selanjutnya akan dilakukan pengujian data menggunakan alat analisis Statistik. Metode penelitian gunakan di penelitian ini yakni Regresi Linear Berganda yakni suatu metode guna menentukan apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat atau tidak. Untuk mengukur sebuah instrumen penelitian, peneliti menggunakan uji Validitas, dan uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsisten alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, koefisien Determinasi, dan uji Hipotesis Penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Analisis Data

Uji Asumsi Klasik Uji

Normalitas



Gambar 1. Normalitas

Hasil pengujian normalitas dengan metode grafik histogram adalah sebagai berikut: Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat normalitas data hal tersebut dapat dilihat dari bentuk grafik yang mengikuti bentuk lonceng.

Uji Multikolinieritas

Dilakukannya uji ini guna mengetahui ada tidaknya hubungan/korelasi antar variabel bebas di dalam model regresi. Kriteria model regresi yang baik adalah tidak adanya hubungan diantara sesama variabel bebas. Multikolinieritas dapat ditunjukkan dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai

FIV < 10 dan tolerance > 0,1 maka korelasi antar variabel bebas dikatakan tidak terdapat hubungan atau non multikolinieritas antara X1 dan X2.

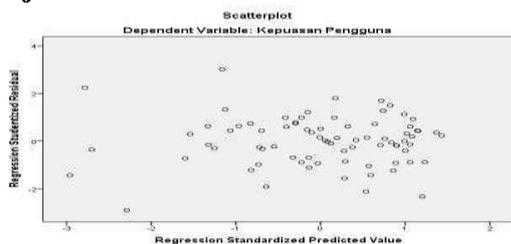
Tabel 1. Uji Multikolinieritas

Mode	VI	
1	F	
1	Harga	2.488
	Promosi	3.340
	Kualitas Layanan	4.001

Sumber : Hasil Olah Data Primer, Maret 2023

Dari hasil perhitungan, didapatkan nilai *Tolerance* pada masing-masing persamaan lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Nilai *tolerance* untuk variabel untuk masing-masing variabel yaitu: Harga (X1) adalah 0,402 lebih besar dari nilai *Tolerance* 0,10. Promosi (X2) adalah 0,299 lebih besar dari nilai *Tolerance* 0,10. Kualitas Layanan (X3) adalah 0,250 lebih besar dari nilai *Tolerance* 0,10. Sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk masing-masing variabel yaitu: Harga (X1) adalah 2,488 Promosi (X2) adalah 3,340 Kualitas Layanan (X3) adalah 4. Jadi dapat disimpulkan pada model regresi tidak mengandung multikolinieritas. Artinya bahwariabel bebas tidak saling mempengaruhi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat Bahwa titik-titik yang ada tidak membentuk pola yang teratur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel independent (bebas) terhadap variabel dependen (terikat).

Uji T

Uji parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Hasil analisis sebagai berikut :

Tabel 2 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	t	Sig.
1		
(Constant)	1.128	.263
Harga	2.135	.036
Promosi	3.989	.000
Kualitas Layanan	4.169	.000

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa :

- Nilai thitung variabel Harga adalah 2,135 dan ttabel bernilai 1,99254 sehingga thitung > ttabel (2,135 > 1,99254) dan nilai signifikan (sig.) 0,036 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK (Go-Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI.
- Nilai thitung variabel Promosi adalah 3,989 dan ttabel bernilai 1,99254 sehingga thitung > ttabel (3,989 > 1,99254) dan nilai signifikan (sig.) 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwariabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK (Go-Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI.
- Nilai thitung variabel Kualitas Layanan adalah 4,169 dan ttabel bernilai 1,99254 sehingga thitung > ttabel (4,169 > 1,99254) dan nilai

signifikan (sig.) $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK (Go- Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI.

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel X terhadap Y secara simultan. Hasil uji simultan (Uji F) adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		F	Sig.
1	Regression	104.087	.000b
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Promosi

Sumber : Hasil Olah Data Primer, Maret 2023

Berdasarkan perbandingan nilai Fhitung dengan Ftabel dengan tingkat signifikan 5% menggunakan rumus $F_{tabel} = df1 = k-1, df2=n-k$ di dapatkan rumus $(k;n-k)$, maka menghasilkan angka $(3;74)$. Berdasarkan nilai Ftabel $(3;74)$ adalah 3,73. Sehingga dapat disimpulkan Fhitung lebih besar dari Ftabel atau $104,087 > 3,73$. Sedangkan untuk nilai Sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga, Promosi dan Layanan Kualitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan kepuasan pelanggan GOJEK (Go-Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI

Koefisien Determinasi (R²)

Pengujian koefisien determinasi(R²) digunakan untuk

mengukur proporsi atau persentase atas persentase kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Jika R² semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini model yang digunakan semakin kuat menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan demikian sebaliknya. Adapun hasil dari perhitungan uji koefisien determinansi (R²) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899a	.808	2.701

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Promosi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber : Hasil Olah Data Primer, Maret 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai koefisien determinasi (R²) adalah 0,808 atau 80,80%% yang berarti bahwa variabel Harga, Promosi dan Layanan Kualitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 80,80%. Hal ini dapat diartikan bahwa 19,20% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan variabel yang tidak diteliti misalnya citra merek, keputusan pelanggan, dan lain-lain.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka terdapat beberapa kesimpulan :

1. Berdasarkan Uji Parsial (Uji t) harga berpengaruh positif dan signifikan

- terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK (Go-Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI .
2. Berdasarkan Uji Parsial (Uji t) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK (Go-Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI.
 3. Berdasarkan Uji Parsial (Uji t) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK (Go-Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI.
 4. Berdasarkan Uji Simultan (Uji F) Harga, Promosi dan Layanan Kualitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan kepuasan pelanggan GOJEK (Go-Ride) pada Mahasiswa Fakultas Hukum UNPRI.
- Saran**
1. Bagi Peneliti Selanjutnya Agar melanjutkan penelitian ini dengan variabel lainnya seperti rating yang diberikan konsumen gojek (Go-Ride). Bagi Perusahaan Diharapkan Gojek (Go-Ride) untuk memperhatikan keluhan konsumen untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan.
 2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia Diharapkan agar penelitian ini digunakan untuk acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya.
- DAFTAR PUSTAKA**
- Arikunto, Suharsimi. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Doloksaribu, Winda Sri Astuti, Ma'`mun Sarma, and Eko Ruddy Cahyadi. (2015). Pengaruh Layanan Rekening Ponsel dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank CIMB Niaga, Tbk. Thesis, Bogor: Institut Pertanian Bogor. Medan Indonesia Anteseden Loyalitas Konsumen Pada PT. Rentokil Initial Medan Indonesia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*,
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. (2012). *Principles of marketing new jersey*. New York: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2017). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Panggabean, E. P. A., Doloksaribu, W. S. A., & Batubara, M. (2023). Antecedents Of Consumer Loyalty In PT. Rentokil Initial
- Priyatno, Duwi. (2018). *SPSS panduan mudah olah data bagi mahasiswa & umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen: pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Semarang: Universitas Diponegoro. —. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2019). *Analisis laporan keuangan teori, aplikasi dan hasil penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press