

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Transportasi Online Gojek Di Jakarta Utara

Hakiki Panreist Meillid¹, Sofyan Marwansyah²

Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450
Email: hakikikiki07503@gmail.com¹, sofyan.smw@bsi.ac.id²

Submit:
15-09-2025

Revisi:
20-09-2025

Terima
30-09-2025

Terbit Online:
09-10-2025

ABSTRAKSI

Abstrak – Kemajuan teknologi sudah memicu transformasi utama di berbagai sektor, termasuk industri transportasi. Layanan transportasi online berbasis aplikasi seperti Gojek, termasuk layanan GoRide kini menjadi salah satu opsi solusi bagi masyarakat. Penelitian ini bertujuan, untuk mendapatkan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Gojek di Jakarta Utara. Populasi dalam penelitian ini meliputi 100 responden pengguna layanan transportasi online GoRide (Gojek) di Jakarta Utara. *Simple random sampling* digunakan untuk pengambilan sampel. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner melalui pilihan yang diukur dengan skala likert. Pengujian data dilakukan dengan analisis yang digunakan berupa uji kualitas data, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis, uji koefisien determinasi, dan uji koefisien regresi dengan menggunakan software berupa SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Harga, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

Abstracts – *Technological advancements have triggered major transformations in various sectors, including the transportation industry. Application-based online transportation services service such as Gojek, particularly the GoRide service, have now become one of the preferred solutions for the public. This study aims to explore the influence of service quality and price on consumer satisfaction with Gojek in North Jakarta. The population in this study includes 100 respondents who are users of the GoRide (Gojek) online transportation service in North Jakarta. A simple random sampling technique was used for sampling. Data were collected through a questionnaire measured using a likert scale. The data were analyzed using data quality tests, classical assumption tests, hypothesis testing, the coefficient of determination test, and regression coefficient test utilizing SPSS version 26 software. The results of the study indicate that service quality has a significant partial influence on consumer satisfaction. Price also has a significant influence on consumer satisfaction. Simultaneously, service quality and price have a significant influence on consumer satisfaction.*

Keywords: Consumer Satisfaction, Price, Service Quality

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi sudah memicu transformasi utama di berbagai sektor, termasuk industri transportasi. Layanan transportasi online berbasis aplikasi seperti Gojek, termasuk layanan GoRide kini menjadi salah satu opsi solusi bagi masyarakat, khususnya di wilayah metropolitan seperti Jakarta Utara. Salah satu kebijakan yang menjadi sorotan adalah kebijakan pemberian Bonus Hari Raya (BHR) kepada mitra pengemudi gojek, besaran BHR ini kerap

dianggap tidak sebanding dengan beban kerja yang ditanggung oleh para mitra pengemudi gojek. Di momen menjelang Hari Raya pemberian Bonus Hari Raya (BHR) untuk mitra pengemudi gojek dapat memiliki dampak pada semangat kerja pengemudi, yang pada akhirnya akan berdampak pada kualitas pelayanan untuk konsumen. Sementara itu, beberapa waktu terakhir kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) ikut mendorong penyesuaian harga atau harga tetap layanan transportasi online seperti gojek,

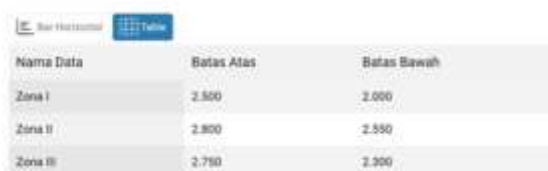
termasuk layanan GoRide. Penyesuaian harga atau harga tetap ini dapat berisiko menurunkan minat konsumen bilamana tidak di seimbangkan dengan peningkatan kualitas pelayanan.

Tabel 1. Bonus Hari Raya Pengemudi Gojek

| Kriteria | Mitra Juara Utama | Mitra Juara | Mitra Unggulan | Mitra Adipati | Mitra Harapan |
|-----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------|---------------|
| Hari aktif per bulan minimal | 25 Hari | 25 Hari | 25 Hari | 25 Hari | - |
| Jam online per bulan minimal | 200 Jam | 200 Jam | 200 Jam | 200 Jam | - |
| Tingkat penyelesaian bid minimal | 90% | 90% | 90% | 90% | 90% |
| Tingkat penyelesaian trip minimal | 90% | 90% | 90% | 90% | 90% |
| Periode pencapaian | Mar 2024 - Feb 2025 | Sep 2024 - Feb 2025 | Des 2024 - Feb 2025 | Feb 2025 | Feb 2025 |
| Besaran Bonus | Rp 900 Ribu | Rp 450 Ribu | Rp 250 Ribu | Rp 700 Ribu | Rp 50 Ribu |

Sumber : <https://katadata.co.id/>

Tabel 2. Tarif Ojek Online



| Nama Data | Batas Atas | Batas Bawah |
|-----------|------------|-------------|
| Zona I | 2.500 | 2.000 |
| Zona II | 2.800 | 2.550 |
| Zona III | 2.700 | 2.300 |

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Beberapa penelitian sebelumnya telah memuat kajian tentang topik yang serupa, namun ada perbedaan hasil antara satu penelitiannya dengan penelitian lainnya. Berdasarkan temuan hasil penelitiannya yang dilakukan oleh (Novel et al., 2022) menunjukkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya, studi tersebut dilaksanakan oleh (Mahendri, 2021) menyimpulkan bahwasannya kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya variabel harga, dalam studi yang dilakukan oleh (Chasanah et al., 2022) menyatakan bahwasanya harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap (Sartika & Murniyati, 2025)kepuasan pelanggan secara parsial. Berdasarkan pendapat hasil penelitiannya yang dilaksanakan oleh (Juniarti et al., 2022) bahwasannya variabel harga tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang masalah, sudah diterangkan sebelumnya. Kemudian, peneliti memperoleh rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi online Gojek di Jakarta Utara?
2. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi online Gojek di Jakarta Utara?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi online Gojek di Jakarta Utara?

Ruang Lingkup Penelitian

Dalam studi, peneliti akan membagikan kuesioner penelitian untuk 100 responden yang diartikan sebagai konsumen pengguna layanan transportasi online Gojek, khususnya GoRide di Jakarta Utara. Kuesioner penelitian ini akan mengumpulkan data terkait dengan variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen dalam waktu penyebaran kuesioner sekitar 1 bulan yaitu pada bulan Mei 2025. Dengan analisis yang digunakan mencakup uji kualitas data yakni uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta uji hipotesis yaitu uji t, uji f, uji koefisien determinasi, dan uji koefisien regresi. Uji tersebut menggunakan software berupa SPSS versi 26.

Kualitas Pelayanan

“Kualitas pelayanan didefinisikan mencakup semua tindakan yang diterima oleh perusahaan jasa untuk mencukupi keinginan serta memberikan tingkat kepuasan dengan menyediakan layanan yang melebihi ekspektasi yang ada” (Adawia et al., 2020).

Indikator-indikator Kualitas Pelayanan. Berdasarkan pendapat Kotler dan Keller “Berjumlah lima dimensi beserta indikator penentu kualitas layanan” (Juliet, 2020). Diantaranya:

1. Bukti Fisik: Kebersihan kendaraan, perlengkapan dan peralatan, dan penampilan rapi.
2. Keandalan: Ketepatan pelayanan, konsistensi pelayanan, dan akurasi yang tinggi.
3. Daya tanggap: Pelayanan cepat dan tepat, kejelasan informasi, ketanggapan.
4. Jaminan: Reputasi perusahaan, keamanan, dan sikap.
5. Empati: Perhatian secara individu, akses kemudahan, dan kemauan mendengarkan.

Harga

Harga diterangkan bagai komponen dalam strategi pemasaran yang dinamis, karena berubah-ubah sesuai dengan periode dan lokasi. Harga bukan sekadar angka yang tercantum di penanda kemasan barang, melainkan meliputi beragam bentuk dan fungsi seperti, ongkos, gaji, harga tetap, sewa tempat, imbalan atas jasa, dan penghasilan tetap. Pada dasarnya semua bentuk tersebut diartikan sebagai nilai yang harus di bayarkan untuk memperoleh suatu barang dan jasa (Setyarana, 2022).

Indikator-Indikator Harga. Berdasarkan pendapat Tjiptono “persepsi harga diukur dengan indikator” (Anggraeni & Soliha, 2020). Diantaranya:

1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk: Harga mencerminkan kualitas produk atau pelayanan.
2. Kesesuaian harga dengan manfaat: Rasio manfaat dan biaya.
3. Daya saing harga: Harga bersifat fleksibel, harga mudah diadaptasikan dengan dinamika pasar.

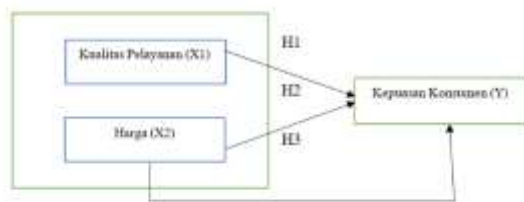
Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen diartikan sebagai beberapa sasaran utama yang ingin diraih setiap perusahaan. Saat kepuasan ini berhasil diraih, perusahaan akan mendapatkan berbagai keuntungan seperti terbentuknya korelasi yang selaras antara perusahaan dan konsumen, terbentuknya landasan kuat untuk pembelian kembali serta kesetiaan konsumen dan munculnya usulan secara lisan yang bermanfaat. Semua hal ini pada akhirnya berpotensi meningkatkan jumlah penjualan dan keuntungan perusahaan (Ariani & Oetama, 2023).

Indikator-indikator kepuasan konsumen. Berdasarkan pendapat Handi Irawan “ada beberapa indikator utama yang mendorong kepuasan pelanggan” (Absari et al., 2024).

1. Harga: Kepuasan terhadap harga
2. Kualitas Pelayanan: Kepuasan pelayanan.
3. Faktor emosional: Kebanggaan atau pengakuan sosial.
4. Biaya: Kemudahan dan kenyamanan.

Kerangka Berpikir



Gambar I. Kerangka Berpikir

Hipotesis

Hipotesis statistik dalam penelitiannya ini dirumuskan dalam dua macam, yakni hipotesis nol (H_0) serta hipotesis alternatif (H_a), yang dijelaskan sebagaimana yang tercantum:

H_{01} : Diduga tidak ada pengaruh yang secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi online Gojek di Jakarta Utara.

H_{a1} : Diduga ada pengaruh yang secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi online Gojek di Jakarta Utara.

H_{02} : Diduga tidak ada pengaruh yang secara signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi online Gojek di Jakarta Utara.

H_{a2} : Diduga ada pengaruh yang secara signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi online Gojek di Jakarta Utara.

H_{03} : Diduga tidak ada pengaruh yang secara signifikan secara bersama antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi online Gojek di Jakarta Utara.

H_{a3} : Diduga ada pengaruh yang secara signifikan secara bersama antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi online Gojek di Jakarta Utara.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitiannya ini, desain yang dimanfaatkan adalah pendekatan kuantitatif statistik. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 09 April - 27 Juni 2025. Populasi dalam penelitiannya ini meliputi semua konsumen pengguna layanan transportasi online GoRide (Gojek) di Jakarta Utara. Teknik pengambilan sampel tersebut diterapkan di dalam studi yakni pengambilan *probability sampling* melalui pendekatan pengambilan *simple random sampling*.

Mengingat jumlah pasti populasi belum diketahui, peneliti memakai rumus Cochran untuk menentukan ukuran sampel ini diperlukan. Rumus Cochran (Vanessa, 2025) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel.

z = Nilai z berasal dari distribusi normal standar yang setara dengan tingkat kepercayaan tersebut ditentukan (misalnya, $z = 1,96$ untuk tingkat kepercayaan 95%).

P = Peluang kebenaran 50% = 0,5.

q = Peluang kesalahan 50% = 0,5.

e = Margin of eror atau kesalahan kesalahan sampling

Dalam penelitiannya ini, peneliti membuat ketetapan senilai 10% atau 0,1. Dengan margin of erorr tersebut, jumlah sampel minimum yang di perlukan dalam penelitiannya adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2} = 96,04 \text{ atau dibulatkan menjadi } 96$$

Berlandaskan analisis data tersebut, sudah dilaksanakan. Sehingga hitungan minimal responden tersebut dibutuhkan di studi yaitu 96 responden. Guna mengantisipasi kemungkinan data yang tidak valid, peneliti memutuskan untuk membuat ketetapan jumlah sampel dalam penelitiannya ini 100 responden.

Teknik pengumpulan data yaitu observasi, pembagian kuesioner, dan studi dokumentasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Penelitian ini fokus pada 2 variabel independen yakni Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2), berserta 1 variabel dependen yakni Kepuasan Konsumen (Y). Data dikumpulkan melalui pembagian kuesioner penelitian tersebut telah diisi oleh 100 responden yang merupakan pengguna layanan transportasi online Gojek, khususnya GoRide di Jakarta.

3.2. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), serta Kepuasan Konsumen (Y) dijalankan dengan bantuan software berupa SPSS versi

26 terhadap 100 responden. Hasilnya ditunjukkan di tabel, sebagai berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

| Variabel | Item | R hitung | R tabel | Keterangan |
|-------------------------|-------|----------|---------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | X1P1 | 0,800 | 0,1966 | Valid |
| | X1P2 | 0,757 | 0,1966 | Valid |
| | X1P3 | 0,850 | 0,1966 | Valid |
| | X1P4 | 0,804 | 0,1966 | Valid |
| | X1P5 | 0,746 | 0,1966 | Valid |
| | X1P6 | 0,744 | 0,1966 | Valid |
| | X1P7 | 0,839 | 0,1966 | Valid |
| | X1P8 | 0,782 | 0,1966 | Valid |
| | X1P9 | 0,830 | 0,1966 | Valid |
| | X1P10 | 0,847 | 0,1966 | Valid |
| | X1P11 | 0,773 | 0,1966 | Valid |
| | X1P12 | 0,756 | 0,1966 | Valid |
| | X1P13 | 0,775 | 0,1966 | Valid |
| | X1P14 | 0,770 | 0,1966 | Valid |
| | X1P15 | 0,814 | 0,1966 | Valid |

Sumber: Olah data SPSS oleh peneliti, 2025

Hasil pada uji validitas dapat ditinjau bahwasanya seluruh item indikator pernyataan bersumber pada hasil Kualitas Pelayanan (X1) dinyatakan Valid. Hal tersebut terdapat dari setiap item pernyataan r hitung $>$ r tabel dikarenakan uji validitas ini menggunakan rumus $df = n - 2$ yaitu $100 - 2 = 98$, sehingga didapat nilai r tabel 0,1966.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

| Variabel | Item | R hitung | R tabel | Keterangan |
|------------|------|----------|---------|------------|
| Harga (X2) | X2P1 | 0,839 | 0,1966 | Valid |
| | X2P2 | 0,829 | 0,1966 | Valid |
| | X2P3 | 0,861 | 0,1966 | Valid |
| | X2P4 | 0,791 | 0,1966 | Valid |

Sumber: Olah data SPSS oleh peneliti, 2025

Perolehan pada uji validitas dapat ditinjau bahwasannya seluruh item indikator pernyataan bersumber pada hasil variabel Harga (X2) dinyatakan valid. Hal tersebut ada dari setiap pernyataan r hitung $>$ r tabel dikarenakan uji validitas ini menggunakan rumus $df = n - 2$ ialah $100 - 2 = 98$, kemudian didapat nilai r tabelnya 0,1966.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

| Variabel | Item | R hitung | R tabel | Keterangan |
|-----------------------|------|----------|---------|------------|
| Kepuasan Konsumen (Y) | YP1 | 0,875 | 0,1966 | Valid |
| | YP2 | 0,839 | 0,1966 | Valid |
| | YP3 | 0,827 | 0,1966 | Valid |
| | YP4 | 0,824 | 0,1966 | Valid |

Sumber: Olah data SPSS oleh peneliti, 2025

Hasil pada uji validitas dapat ditinjau bahwasanya seluruh item indikator pernyataan bersumber pada hasil variabel Kepuasan Konsumen (Y) dinyatakan valid. Hal tersebut ada dari tiap pernyataan r hitung $>$ r tabel dikarenakan uji validitas ini menggunakan rumus $df = n - 2$ ialah $100 - 2 = 98$, kemudian didapat nilai r tabelnya 0,1966.

2. Uji Reliabilitas

Dalam studi tersebut, memakai cara Cronbach's Alpha dilakukan buat pengujian reliabilitas, dimana

sebuah variabel dianggap reliabel jikalau nilai Cronbach's Alpha $>$ 60.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Konsumen

| Variabel | Nilai Cronbach's Alpha | Nilai Reliabilitas | Keterangan |
|-------------------------|------------------------|--------------------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,958 | 0,60 | Reliabel |
| Harga (X2) | 0,850 | 0,60 | Reliabel |
| Kepuasan Konsumen (Y) | 0,860 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Olah data SPSS oleh peneliti, 2025

Hasil uji reliabilitas pada tiap-tiap variabel menunjukkan bahwasanya nilainya cronbach's alpha buat variabel Kualitas Pelayanan (X1) yaitu 0,958, buat variabel Harga (X2) yaitu 0,850, serta buat variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah 0,860. Bisa ditarik kesimpulan bahwasanya semua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik atau dinyatakan reliabel.

3.3. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji ini juga dikerjakan dengan menerapkan metode kolmogorov-smirnov dan hasilnya terlihat di dalam tabel diantaranya:

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-smirnov

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|---------------------|
| Unstandardised Residual | | |
| N | | 100 |
| Normal Parameter ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 1,02868124 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,057 |
| | Positive | ,041 |
| | Negative | -,057 |
| Test Statistic | | ,057 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,200 ^{a,d} |

Sumber: Olah data SPSS oleh peneliti, 2025

Hasil pada uji statistik non-parametik kolmogorov-smirnov menunjukkan bahwasannya nilainya asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0,200 $>$ 0,05. Dalam studi ini, nilai tersebut menunjukkan bahwasanya data berarti terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Deteksi multikolinearitas di studi tersebut diselenggarakan mengenai analisis nilai tolerance serta Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai tolerance $>$ 0,10, dapat disimpulkan bahwasanya tidak ada gejala multikolinearitas di data. Kebalikannya, jikalau nilai tolerance $<$ 0,10, data menunjukkan adanya multikolinearitas. Selain itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) $<$ 10,00 menunjukkan bahwasanya multikolinearitas tidak terjadi. Sementara, nilai VIF $>$ 10 menandakan adanya gejala multikolinearitas.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | | |
|--------------------|-----------------------------|-------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-----------|-----|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| B | Std. Error | Beta | | | | | | |
| 1 (Constant) | 1,067 | 1,053 | | 1,013 | ,313 | | | |
| Kualitas Pelayanan | ,133 | ,013 | ,583 | 10,485 | ,000 | ,990 | 1,010 | |
| Harga | ,468 | ,048 | ,546 | 9,812 | ,000 | ,990 | 1,010 | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olah data SPSS oleh peneliti, 2025

Menunjukkan hasil uji, diperoleh nilai dapat tolerance senilai 0,990 > 0,10 beserta nilai VIF senilai 1,010 < 10,00 ini menunjukkan bahwasanya tidak terdapat multikolinearitas model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Ada kemungkinan bahwasanya heteroskedastisitas tidak ada apabila nilainya sig > 0,05 dan heteroskedastisitas ada apabila nilainya sig < 0,05.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|--------------------|-----------------------------|------|---------------------------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | Sig. |
| B | Std. Error | Beta | t | | |
| 1 (Constant) | ,465 | ,645 | | ,721 | ,472 |
| Kualitas Pelayanan | -,003 | ,008 | -,043 | -,421 | ,675 |
| Harga | ,003 | ,029 | ,113 | 1,116 | ,267 |

a. Dependent Variable: Abs RES

Sumber: Olah data SPSS oleh peneliti, 2025

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwasanya nilai signifikansi dari tiap variabel independen > 0,05 yakni variabel Kualitas Pelayanan (X1) yaitu 0,675, variabel Harga (X2) yaitu 0,267. Oleh sebab itu, mampu ditarik kesimpulan bahwasanya tidak terjadi heteroskedastisitas di dua variabel independen terkait dengan variabel dependent dalam model regresi.

3.4. Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Penentuan hasil dalam uji ini didasarkan pada dua kriteria, yakni jika tingkat signifikansi > 0,05 atau nilai t hitung < t tabel, di ambil simpulan bahwasanya tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y maka hipotesis nol (H0) diterima. Kebalikannya, jikalau tingkat signifikansi < 0,05 atau nilai t hitung > t tabel, di tarik kesimpulan ada pengaruh yang signifikan dari variabel X terhadap variabel Y maka hipotesis nol (H0) ditolak.

Tabel 10. Hasil Uji t (Parsial)

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|--------------------|-----------------------------|-------|---------------------------|--------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | Sig. |
| B | Std. Error | Beta | t | | |
| 1 (Constant) | 1,067 | 1,053 | | 1,013 | ,313 |
| Kualitas Pelayanan | ,133 | ,013 | ,583 | 10,485 | ,000 |
| Harga | ,468 | ,048 | ,546 | 9,812 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olah data SPSS oleh peneliti, 2025

Hasil uji t (parsial), dapat ditarik kesimpulan berikut:

1. Nilai signifikansi buat variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,000 < 0,05 serta nilai t hitung 10,485 > t tabel 1,984. Ini

menunjukkan bahwasannya variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

2. Nilai signifikansi buat variabel Harga (X2) adalah 0,000 < 0,05 serta nilainya t hitung 9,812 > t tabel 1,984. Oleh karena itu, variabel Harga (X2) juga menunjukkan bahwasanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

2. Uji F (Simultan)

Uji F adalah teknik analisis tersebut dimanfaatkan guna menilai pengaruh simultan seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Landasan penentuan dalam pengujian hipotesis ini dikemukakan. Jika nilai signifikansi < 0,05 atau F hitung > F tabel, maka ada pengaruh secara simultan variabel X terhadap variabel Y. Jika nilai signifikansi > 0,05 atau F hitung < F tabel, maka tidak ada pengaruh secara simultan variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 11. Hasil Uji F (Simultan)

| Model | ANOVA ^a | | | | |
|--------------|--------------------|----|-------------|---------|-------------------|
| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 Regression | 247,750 | 2 | 123,875 | 114,699 | ,000 ^b |
| Residual | 104,760 | 97 | 1,080 | | |
| Total | 352,510 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Olah data SPSS oleh peneliti, 2025

Didapat nilai sig. 0,000 < 0,05 serta nilai F hitung adalah 114,699 > F tabelnya 3,090 ini menunjukkan bahwasanya H03 ditolak dan H3 diterima. Jadi, ditarik kesimpulan bahwasanya variabel Kualitas Pelayanan (X1) serta Harga (X2) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

3.5. Uji Koefisien Determinasi

Sebuah uji dilakukan menggunakan koefisien determinasi (R Square). Nilai R Square memperlihatkan proporsi kontribusi variabel independen dalam menguraikan variasi itu muncul di dalam variabel dependen.

1. Uji Koefisien Determinasi Parsial

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial

| Model | Correlations ^a | | |
|----------------------|---------------------------|---------|------|
| | Zero-order | Partial | Part |
| 1 Kualitas Pelayanan | ,639 | ,729 | ,580 |
| Harga | ,605 | ,706 | ,543 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

| Variabel | β x Zero-order x 100 | Hasil | (%) |
|-------------------------|----------------------------|----------|----------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,580 x 0,639 x 100 | 0,37062 | 37,062% |
| Harga (X2) | 0,543 x 0,605 x 100 | 0,328515 | 32,8515% |
| Total | | 0,699135 | 69,9135% |

Sumber: Olah data SPSS oleh peneliti, 2025

Diketahui bahwasanya variabel Kualitas Pelayanan (X1) berkontribusi 37,06% serta Harga (X2)

berkontribusi 32,85% terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

2. Uji Koefisien Determinasi Simultan

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .838 ^a | .703 | .697 | 1,03923 |

Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Olah data SPSS oleh peneliti, 2025

Nilai koefisien korelasi (R) senilai 0,838 menunjukkan bahwasanya variabel independen memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap variabel dependen yakni senilai 83,8%. Sementara itu, koefisien determinasi R square (R²) senilai (0,838)² x 100% menghasilkan nilainya 0,703 atau 70,3% dan nilai adjusted R square senilai 0,697 atau 69,7% mengindikasikan bahwasanya kedua variabel independen ialah Kualitas Pelayanan (X1) serta Harga (X2) secara simultan senilai 0,703 atau 70,3% memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yakni Kepuasan Konsumen (Y).

3.6. Uji Koefisien Regresi Linear Berganda

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji koefisien regresi di dalam analisis regresi linier berganda berupaya guna memastikan sejauh apa setiap variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen. Hasil analisis regresi linier berganda disajikan di tabel berikut:

Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | | B | Std. Error | Beta | T | Sig. |
| 1 | (Constant) | 1,067 | 1,055 | | 1,011 | .313 |
| | Kualitas Pelayanan | .133 | .013 | .583 | 10,485 | .000 |
| | Harga | .468 | .048 | .546 | 9,812 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olah data SPSS oleh peneliti, 2025

Terdapat bentuk persamaan regresi linear berganda di antaranya:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 1,067 + 0,133X_1 + 0,468X_2$$

Berarti persamaan regresi bisa diinterpretasikan, seperti di bawah ini:

1. Nilainya konstanta senilai 1,067 menunjukkan kondisi awal variabel Kepuasan Konsumen (Y) saat variabel lain yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X1), serta Harga (X2), belum memiliki pengaruh.
2. Koefisien Regresi B1 buat variabel Kualitas Pelayanan (X1) senilai 0,133, menyatakan bahwasannya variabel ini memiliki pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Jadi, jikalau terjadi peningkatan satu satuan variabel Kualitas Pelayanan (X1) berarti mengenai meningkatnya Kepuasan

Konsumen (Y) senilai 0,133, dengan anggapan bahwasanya variabel lainnya dalam model regresi tetap konstan.

3. Koefisien Regresi B2 buat variabel Harga (X2) senilai 0,468, menunjukkan bahwasanya variabel Harga juga memiliki pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Jadi, jika terjadi peningkatan satu satuan variabel Harga (X2) untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y) senilai 0,468, dengan asumsi variabel lain tidak berubah.

3.7. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berlandaskan dari kesimpulan penelitian yang dilaksanakan, pengujian hipotesis menunjukkan bahwasanya Kualitas Pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan. Temuan tersebut menunjukkan bahwasanya variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada layanan transportasi online Gojek di Jakarta Utara. Hasil tersebut pun sejalan dengan temuan sebagian penelitian terdahulu yang sudah dilaksanakan. Penelitiannya terdahulu yang dilaksanakan oleh (Ramanda Fichan & Tiara Narundana, 2022) ditinjau dari hasil penelitian bahwasanya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung. Temuan tersebut sejalan dengan hasil uji yang sudah dilaksanakan oleh peneliti serta diperkuat oleh penelitian terdahulu yang sudah disebutkan.

2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berlandaskan kesimpulan penelitian tersebut dilaksanakan, pengujian hipotesis menunjukkan bahwasannya Harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan. Soal ini menerangkan bahwasanya variabel Harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada layanan transportasi online Gojek di Jakarta Utara. Hasil tersebut pun sejalan dengan temuan beberapa penelitian terdahulu yang sudah dilaksanakan. Penelitiannya terdahulu yang dilaksanakan oleh (Rohiman et al., 2022) ditinjau dari hasil penelitian bahwasannya harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek pada mahasiswa Politeknik Negeri Medan jurusan Administrasi Niaga. Temuan tersebut sejalan pada hasil uji yang sudah dilaksanakan oleh peneliti dan diperkuat oleh penelitian terdahulu yang sudah disebutkan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berlandaskan perolehan pengujian secara simultan menyatakan bahwasanya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada layanan transportasi online Gojek di Jakarta Utara. Hasil temuan pun sejalan pada

beberapa macam penelitian terdahulu yang sudah dilaksanakan. Penelitiannya terdahulu yang dilaksanakan oleh (Christono, 2022) ditinjau dari hasil penelitian bahwasanya kualitas pelayanan dan harga secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berlandaskan penelitiannya tersebut, didapatkan perihal pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi online gojek di Jakarta utara, kesimpulan berikut dapat diambil:

1. Kualitas Pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) senilai 37,06%.
2. Harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) senilai 32,85%.
3. Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara simultan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Kepuasan Konsumen (Y) senilai 0,703 atau 70,3%. Sementara itu, sisa 29,7% mencerminkan faktor lain tidak termasuk pengujian penelitiannya ini.

4.2. Saran

Berhubung dengan saran tersebut, mampu peneliti sampaikan diantaranya seperti di bawah ini:

1. Bagi Pihak Perusahaan gojek
Perusahaan diharapkan terus menjaga dan menambah peningkatan kualitas pelayanan seperti dengan memastikan para pengemudi menjaga kebersihan diri dan kendaraan, serta bersikap ramah, sopan dan tanggap terhadap kebutuhan konsumen. Gojek disarankan untuk melakukan evaluasi berkala terkait sistem harga tetap supaya tetap bersaing di pasar, tetapi tetap terjangkau oleh konsumen khususnya dalam situasi ekonomi yang tidak stabil.
2. Bagi Peneliti di masa depan
Bagi peneliti di masa depan, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait kepuasan konsumen pada layanan transportasi online Gojek dengan memperluas cakupan area studi dan memasukkan jenis layanan transportasi online lainnya. Selain itu, penggunaan ukuran sampel yang lebih besar juga disarankan supaya hasil penelitian lebih spesifik serta mampu mencerminkan kondisi yang lebih besar. Diharapkan juga bahwasanya peneliti di masa depan akan menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen misalnya loyalitas konsumen dan strategi promosi.
3. Bagi Konsumen
Konsumen diharapkan dapat berpartisipasi secara aktif dalam memberikan evaluasi dan

masuk terhadap layanan yang diperoleh, sehingga perusahaan memiliki dasar untuk melakukan perbaikan serta peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Absari, R., Thrifty Harianja, & Nawang Kalbuana. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pada Bandar Udara: Faktor Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Tiket. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(4), 692–701. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i4.902>
- Adawia, P. R., Azizah, A., Endriastuty, Y., & Sugandhi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Commuter Line (Studi Kasus Commuter Line Arah Cikarang Ke Jakarta Kota). *Sebatik*, 24(1), 87–95. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v24i1.869>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Ariani, S., & Oetama, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan M2 Di Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 156–164.
- Chasanah, N. U., Ashlihah, A., & Firmansyah, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Gojek (Studi Pada Mahasiswa Unwaha). *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 52–72. <https://doi.org/10.32764/izdihar.v2i1.2553>
- Christono, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- Juliet, J. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Kembali Jasa Antar Ojek Online Merek Grab-Bike Di Jakarta Pusat. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 27(1). <https://doi.org/10.46806/jep.v27i1.702>
- Juniarti, S., Zuraida, L., & Wikaningtyas, S. U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Pada Bento Kopi). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 366–381. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.472>
- Mahendri, W. M. (2021). 2085-Article Text-6011-1-10-20211122. *Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 5(2), 11–17.

- Novel, A. H., Kamanda, S. V., & Kusumayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Cfc Batuaji Batam). *Jurnal Al-Amal*, 1(1), 26–32.
- Ramanda Fichan, M., & Tiara Narundana, V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keamanan, Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Ojek Online di Bandar Lampung. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 635–644. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.328>
- Rohiman, I., Riadi, F., Adinata, U. W. S., & Suherman, A. R. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(1), 66–74. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.30>
- Sartika, A. D., & Murniyati. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 104–111. <https://doi.org/10.63921/jmaeka.v2i1.202>
- Setyarana, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Go-Food Di Kota Jakarta. *Manajemen Dewantara*, 6(1), 35–44. <https://doi.org/10.26460/md.v6i1.12008>
- Vanessa, C. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan pada Loyalitas Nasabah PT Bank Central Asia Tbk Cabang Kartini. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(4), 7277–7287. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i4.10172>