

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, CITRA MEREK GO RIDE (GOJEK)
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS
GUNADARMA DEPOK)**

Dr. Ir. Waseso Segoro, MM

Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma

waseso@staff.gunadarma.ac.id

Sanditra Utama

Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma

ditrasanditra232@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, citra merek Go Ride terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan data primer, melibatkan 84 responden sebagai sample.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah simple probability sampling, dengan kriteria orang yang sudah pernah menggunakan Go Ride. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji normalitas, koefisien determinasi, uji t dan uji f yang dibantu dengan software SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga, citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen baik itu secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek dan Kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada Zaman Modern ini sangat banyak terobosan baru yang muncul dibidang transportasi umum yang bisa di pesan di Smartphone kita. Salah satu contohnya PT. Gojek Indonesia yang

didirikan pada tahun 2011 oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran. Perusahaan ini bergerak di bidang Transportasi berbasis online. Perkembangan ojek online ini sangat pesat, karena sangat diminati oleh masyarakat dan bisa membantu masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan dengan mudah. Ojek Online sendiri berbeda dengan ojek yang zaman dulu hanya bisa dipesan dengan kita datang langsung ke pangkalannya tetapi ojek online ini bisa kita Instal langsung aplikasinya di smartpone kita. Dengan kita login ke aplikasinya lalu memilih menu yang tersedia kita sudah dapat melihat driver yang ada di sekitar kita, lalu kita memasukkan alamat tujuan kita kemudian muncul tarif yang telah ditentukan berdasarkan jarak kilometernya.

Dilihat dari tabel di atas Go-Jek memiliki peringkat kedua dengan jumlah 264.158 pengunduh aplikasi transportasi online. Dimana Go-Jek menjadi fenomena di Indonesia hal itu dikarenakan Go-Jek adalah transportasi yang berbasis aplikasi online yang pertamakali masuk dan dikenal oleh masyarakat indoneisa, meskipun Go-Jek belum terdapat di semua kota di Indonesia namun Go-Jek mampu menjadi alternatif jasa angkutan yang dibutuhkan masyarakat saat ini. Semakin banyaknya ojek online berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga dan banyaknya alternatif pilihan jasa ojek online. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan ojek online khususnya Gojek harus bisa menciptakan kualitas pelayanan yang baik, Harga yang bisa bersaing, citra merek yang baik dan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang

diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Kosumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra

perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Selain itu harga juga menjadi ukuran bagi pelanggan dalam memilih jasa yang paling tepat sehingga harga menjadi acuan bagi pelanggan dalam menentukan suatu kepuasan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen (YLKI), sebesar 72,6% dari 4.668 responden pengguna jasa transportasi online lebih memilih Gojek. Dengan alasan karena murah (84,1%), cepat (81,9%), nyaman (78,8%) dan aman (61,4). Sehingga berdasarkan hasil survei tersebut konsumen lebih memilih Gojek karena dipengaruhi oleh berbagai hal, namun berdasarkan survey tersebut menunjukkan bahwa harga yang diberikan Gojek menjadi alasan terbesar konsumen memilih Gojek sebagai sarana transportasi ojek online.

Citra merek yang dimiliki Gojek saat ini sudah sangat baik. Pada tahun 2017 Gojek meraih penghargaan Superbrands sebagai merek paling terkenal 2017. Superbrands merupakan sebuah lembaga arbiter internasional yang senantiasa memberikan penghargaan terhadap merek terkemuka di dunia. Dari 35 merek produk Indonesia peserta kompetisi, salah satu yang berhasil meraih penghargaan Superbrand adalah Gojek dalam kategori 'Most Outstanding Brand 2014'. Pola penentuan pemenang penghargaan Superbrands menggunakan sistem penilaian yang dilakukan oleh para panelis yang ditunjuk oleh Superbrands Indonesia, yang berkaitan dengan marketing, ahli komunikasi, ahli media dan juga pelaku industri itu sendiri. (indeksberita.com).

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Kotler (2010: 138) secara umum kepuasan (satisfaction) adalah

perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi

mereka. Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah the expectancy disconfirmation model, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum

pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Ketika konsumen membeli suatu produk, maka konsumen memiliki harapan tentang bagaimana produk itu berfungsi. Apabila produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas. Menurut Buttle (2007: 28) kepuasan konsumen membawa dampak yang besar bagi perusahaan. Dengan mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih mudah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau memprospek pelanggan baru, biaya mempertahankan pelanggan lebih murah dibandingkan biaya mencari pelanggan baru. Pelanggan yang puas dapat menjadikan hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, menjadi advokat bagi perusahaan terutama ketika reputasi perusahaan atau produk dilecehkan oleh orang lain, serta membentuk rekomendasi positif dari mulut ke mulut yang sangat menguntungkan bagi perusahaan.

Go Ride adalah salah satu contoh pelayanan yang diberikan oleh Go Jek yang berfungsi untuk mengantar penumpang ke tempat tujuan. Go Ride sendiri selalu memberikan penawaran khusus kepada pelanggan yaitu dengan memberikan diskon, misalnya ada cashback dengan pembayaran Go Pay. Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2017 Universitas Gunadarma Depok. Dengan berbagai kemudahan dan keuntungan yang dinikmati oleh mahasiswa tentu tidak heran jika GoRide menjadi transportasi yang sangat disukai oleh para Mahasiswa yang ingin pulang pergi memakai jasa Go Ride.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA MEREK GO RIDE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN(STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS GUNADARMA DEPOK)”**.

I. TINJAUAN PUSTAKA

1. KUALITAS PELAYANAN

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan public tersebut. Ibrahim dalam Hardiyansyah (2011:40)

H1 :Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

2. Harga

Dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kotler dan Armstrong (2012)

H2 : Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

3. Citra Merek

persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Kotler dan Keller (2016)

H3 : Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

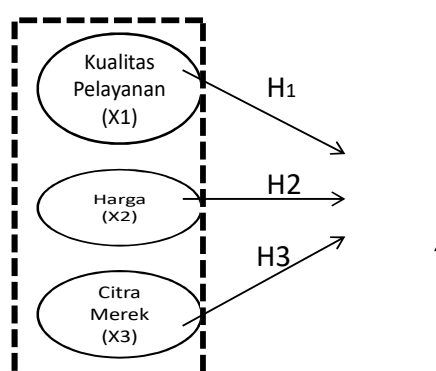
4. Kepuasan Konsumen

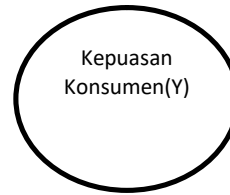
Kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Daryanto & Setyobudi (2014)

H4 : Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian pustaka dan latar belakang yang sudah diuraikan, maka model dan hipotesis penelitian seperti pada gambar 2.1





Gambar 1: Kerangka pemikiran

II. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Manajemen fakultas Ekonomi angkatan 2017 Universitas Gunadarma Depok pernah menggunakan Go Ride.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian Mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Gunadarma Depok yang berjumlah 520 mahasiswa. Variabel independen (X) adalah variabel yang nilainya tidak dipengaruhi variabel lain, yaitu:

1. X1 = Kualitas Pelayanan
2. X2 = Harga
3. X3 = Citra Merek

Variabel dependen (Y) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain yaitu Kepuasan Konsumen.

$$Y = \text{Kepuasan Konsumen}$$

Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan f.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hipotesis	Uji Statistik	Hasil	Makna
H1 Kualitas Pelayanan	Signifikansi : $0,000 < 0,05$ T hitung T table $0,001 < 0,05$	Berpengaruh	Kualitas Pelayanan Go Ride mempunyai pengaruh pada kepuasan konsumen. Karena kualitas pelayanan yang diberikan Go Ride sangat memenuhi kepuasan konsumen. Pengaruh yang terjadi antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dikarenakan penampilan karyawan rapih, kesiapan karyawan dalam melayani konsumen, kesediaan membantu konsumen, sikap sopan dari karyawan saat melayani konsumen, dan kepedulian terhadap komplain dari konsumen
H2 Harga	Signifikansi : $0,000 < 0,05$ T hitung T table $0,024 < 0,05$	Berpengaruh	harga Go Ride mempunyai pengaruh pada kepuasan Konsumen. Pengaruh yang terjadi antara Variabel persepsi harga dan kepuasan konsumen dikarenakan harga produk sesuai dengan daya beli saya, harga prosuk yang ditawarkan sesuai, pembelian harga promo atau diskon kepada konsumen secara langsung.
H3 Citra	Signifikansi :	Berpengaruh	Hasil pengujian hipotesis

Merek	$0,000 < 0,05$ T hitung T table $0,038 < 0,05$		menunjukkan bahwa variabel Citra Merek Go Ride mempunyai pengaruh pada kepuasan Konsumen. Pengaruh yang terjadi antara Variabel Citra Merek dan kepuasan konsumen dikarenakan Citra Merek Go Ride sangat baik. Selain itu banyaknya jenis layanan GoRide juga dianggap sangat membantu memudahkan kegiatan dan kebutuhan pelanggan.
H4 Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek	Nilai Fhitung adalah 25.016 dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$).	Berpengaruh	Kualitas pelayanan, harga, citra merek secara bersamaan mempengaruhi kepuasan konsumen

IV. PENUTUP

Berdasarkan hasil pembahasan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil dari uji T dapat di ketahui bahwa secara parsial Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), Citra Merek (X3) mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y).
2. Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa secara simultan atau bersama-sama pada Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen.

Implikasi

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dijelaskan maka implikasi manajerial bagi perusahaan GoJek adalah sebagai berikut :

- Kualitas Pelayanan Go Ride mempunyai pengaruh pada kepuasan konsumen. Karena kualitas pelayanan yang diberikan Go Ride sangat memenuhi kepuasan konsumen. Hal ini berarti driver GoJek memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan baik, dengan adanya kualitas pelayanan yang baik yang dirasakan pelanggan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Pengaruh yang terjadi antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dikarenakan penampilan karyawan rapih, kesiapan karyawan dalam melayani konsumen, kesediaan membantu konsumen, sikap sopan dari karyawan saat melayani konsumen, dan kepedulian terhadap keluhan dari konsumen.
- Harga dalam suatu produk memiliki sifat yang sangat relatif. Secara spesifik, setiap konsumen menyadari bahwa terdapat hubungan yang relatif antara harga dan tingkat harapan mereka tentang produk yang akan dibeli. Maka dari itu, perusahaan dituntut untuk memberikan kebijakan harga yang baik dan sesuai. Selain itu, perusahaan harus selalu memonitor atau memantau harga yang diterapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditetapkan pada perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.
- Citra merek yang baik akan meningkatkan atau menutupi kekurangan pelayanan yang dirasakan oleh konsumen, dan sebaliknya, jika citra merek buruk maka akan memperburuk pelayanan yang dirasakan oleh para konsumen. Perusahaan harus memberikan kesan yang baik pada produknya terhadap konsumen, agar konsumen merasa puas dengan citra merek Gojek.

Apabila kualitas pelayanan, harga, citra merek secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka ketiga variabel x tersebut mendorong konsumen untuk selalu menggunakan transportasi online Go Ride secara lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek Go Ride terhadap kepuasan Konsumen, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

Saran

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan pihak Gojek selaku pengelola Go Ride harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, harga, citra merek agar bisa bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat menelaah lebih dalam serta mengembangkan penelitian yang telah di laksanakan kali ini dengan menambahkan variabel independen seperti harga dan promosi. Hal tersebut bertujuan agar penelitian yang dilakukan peneliti selanjutnya bisa bermanfaat bagi perusahaan.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi., dkk. 2008. *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ashari, Purbayu Budi Santoso. 2005. *Analisis statistic dengan Microsoft exel dan SPSS*. Yogyakarta.
- Bitner, Mary Jo, Zeithaml, Valarie A, (1996). *Services Marketing*. Edisi1. Boston. MCGraw-Hill
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management*(terjemahan:Arief Subianto), Bayumedia Publishing.
- Choirul, Marati. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek di Surabaya)*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol. 3, No. 3
- Consuegra. (2007), *Customer Relationship Management (Manajemen. Hubungan Pelanggan)*. Jakarta: Bayumedia.
- Dagun, M. Save. (2006). *Kamus besar ilmu pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara
- Danang Sunyoto. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Fandy Tjiptono, 2002 ,*Manajemen Jasa*, Penerbit ANDI YOGYAKARTA Majalah Info Bisnis, Edisi maret-Tahun keVI-2002
- Ghozali, Imam. 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gujarati. Damodar. 2003. *Ekonometri Dasar. Terjemahan: Sumarno Zain*. Jakarta:Erlangga.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Elex Media Komputindo

- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Nasution, 2008, *Manajemen Transportasi*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rifaldi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/i Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. Jurnal Penelitian dan Pengembangan Humaniora*. Vol. 13. No. 2
- Soesilo, Nining I. 1999. *Ekonomi Perencanaan dan Manajemen Kota*. Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Universitas Indonesia. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- O.Z. (1999) *Konsep Manajemen Kebutuhan Transportasi (MKT) Sebagai Alternatif Pemecahan Masalah Transportasi Perkotaan di DKI Jakarta*, Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota ITB, Vol 10, No.1, Hal 10-23 Jurusan Teknik Sipil ITB, Bandung
- Wardani, Tri Ulfa. 2017. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek (studi kasus mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara*