
PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE GOJEK DI KECAMATAN CILODONG DEPOK

^{1*}Farras, ²Veri muldani, ³Saifuddin

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Hidayatullah Depok, Depok, Jawa Barat Indonesia

Very@stiehidayatullah.ac.id

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Transportasi Gojek. Sampel penelitian ini berjumlah 96 dengan menggunakan perhitungan rumus Lemeshow. Teknik pengolahan data Uji Normalitas, Heteroskedastisitas, Uji Asumsi Klasik Regresi linier Berganda, Uji T, Uji F dan Uji R². Hasil penelitian menunjukkan variabel independent harga(X1) berpengaruh terhadap variable dependen kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi online gojek di kecamatan cilodong depok. variabel independen kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi online gojek di kecamatan cilodong depok. variable kualitas pelayanan (X2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi online gojek di kecamatan cilodong depok. Koefisien determinasi (R square) menunjukkan bahwa variable variabel harga (X1) dan variable kualitas pelayanan (X2) mampu menggambarkan variable kepuasan pelanggan (Y) yaitu 44,0%, sisanya 66,0% (100% - 44,0%) dijabarkan pada variable lain diluar model penelitian.

Kata kunci: harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This study aims to determine the effect of price and service quality on customer satisfaction in Gojek transportation services. The sample size for this study was 96, using the Lemeshow formula. Data processing techniques used were normality test, heteroscedasticity test, classical assumption test, multiple linear regression, t-test, F-test, and R² test. The results show that the independent variable, price (X1), influences the dependent variable, customer satisfaction (Y), among Gojek online transportation service users in Cilodong, Depok. The independent variable, service quality (X2), influences the dependent variable, customer satisfaction (Y). The service quality variable (X2) significantly influences the customer satisfaction variable (Y) among Gojek online transportation service users in Cilodong, Depok. The coefficient of determination (R square) shows that the price variable (X1) and the service quality variable (X2) are able to describe the customer satisfaction variable (Y) by 44.0%, with the remaining 66.0% (100% - 44.0%) explained by other variables outside the research model.

Keywords: price, service quality, customer satisfaction

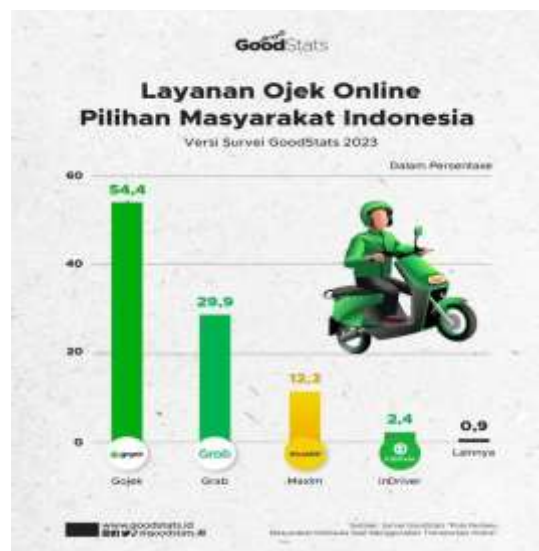
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era globalisasi, khususnya di era 4.0, telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat. Salah satu dampaknya

adalah kemunculan smartphone yang memudahkan komunikasi dan berbagai aktivitas lainnya. Inovasi teknologi juga melahirkan layanan transportasi online yang menjadi solusi alternatif atas kekhawatiran terhadap transportasi umum. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi semakin tinggi karena kebutuhan akan efisiensi waktu. Kemajuan teknologi informasi, terutama internet, telah mengubah cara transaksi bisnis menjadi lebih cepat dan efisien. Salah satu bisnis yang berkembang pesat adalah ojek online, yang awalnya bersifat konvensional kini menjadi layanan profesional dan berbasis aplikasi.

Gojek merupakan perusahaan ojek online yang berkembang pesat dan dipercaya oleh banyak pelanggan untuk membantu aktivitas sehari-hari. Dalam meningkatkan pelayanannya, Gojek menawarkan promo harga terjangkau, penyesuaian tarif berdasarkan waktu, serta fitur Gojek Kredit yang mudah diakses melalui aplikasi. Kepuasan pelanggan menjadi fokus utama karena memengaruhi citra perusahaan. Didirikan oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran pada Maret 2014, Gojek bertujuan mengurangi pengangguran dan mengatasi kemacetan. Layanan Gojek berbasis aplikasi, memungkinkan pelanggan memesan tanpa harus menunggu di jalan atau pangkalan ojek.

Salah satu angkutan jasa online yang banyak digemari masyarakat adalah aplikasi Gojek yang berada di bawah naungan PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa atau lebih dikenal dengan PT. Gojek Indonesia sering di sebut dengan Gojek. Aplikasi ini cukup ramai digunakan oleh masyarakat. Berikut Layanan ojek pilihan masyarakat



Sumber: Good Stats, diolah (diakses 2 Juli 2023)

Dari gambar data diatas dapat dilihat bahwa posisi Gojek berada di urutan pertama yang menandakan bahwa Gojek lebih banyak digemari masyarakat, walaupun pada tahun 2019 mengalami penurunan dalam Top Brand Index tetapi Gojek tetap berada pada urutan paling atas dalam kategori jasa transportasi online.

Saat ini, aplikasi transportasi online Gojek tidak hanya menyediakan jasa layanan transportasi semata, tapi juga menawarkan jasa lainnya. Layanan yang tersedia seperti, menyediakan layanan kurir barang dengan nama Go-Send, layanan

pesan antar makanan Go-Food, layanan belanja kebutuhan harian tanpa keluar rumah Go-Mart & Go-Shop, Layanan dompet Digital serbaguna Gopay, dan masih banyak lainnya. Jumlah Kepala Keluarga Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kecamatan Cilodong Kota Depok, 2024.

Kecamatan	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Cilodong	43.039	9.705	52.744

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Depok (1 Maret 2025)

Data ini dapat dari Badan Pusat Statistik Kota Depok yang mana nantinya akan peneliti gunakan untuk mengetahui kemungkinan jumlah pengguna layanan aplikasi Gojek yang ada di Kecamatan Cilodong. Sebelum pelanggan memutuskan untuk memilih layanan Gojek di bandingkan dengan layanan lainnya dari pesaing sejenisnya pelanggan terlebih dahulu akan melihat tawaran mana yang akan memberikan harga yang murah kepada pelanggan. Salah satu faktor minat pengguna jasa Gojek adalah faktor harga karena Gojek sebagai Perusahaan jasa menawarkan harga relatif terjangkau dibandingkan dengan Perusahaan jasa yang lain. Seperti adanya potongan harga yang diberikan sehingga membuat konsumen tertarik untuk menggunakan jasa mereka.

Harga yang sesuai dengan kualitas produk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Banyak perusahaan menetapkan harga rendah untuk menarik pelanggan baru. Selain harga, kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik, ramah, tepat waktu, dan cepat dapat menciptakan kepuasan dan menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, seperti yang dibuktikan dalam studi oleh Marati (2016) pada pengguna Gojek di Surabaya dan Tsalisa et al. (2022) pada pengguna Maxim di Semarang. Meski Gojek adalah pionir layanan ojek online di Indonesia, perusahaan ini masih menghadapi beberapa masalah, terutama dalam hal pelayanan. Pelanggan hanya terbatas pada pengguna smartphone, dan adanya ulasan buruk terhadap perilaku pengemudi bisa berdampak pada kehilangan pekerjaan bagi pengemudi yang bersangkutan.

Menurut observasi awal peneliti, dalam menggunakan layanan transportasi online Gojek masyarakat tentunya tidak terlepas dari rekomendasi yang diberikan oleh pelanggan yang sudah pernah menggunakan layanan transportasi tersebut. Rekomendasi dari pelanggan biasanya lebih dipercaya ketimbang layanan promosi, iklan yang diberikan Perusahaan dan sangat mempengaruhi orang lain untuk menggunakan atau menghindari untuk menggunakan suatu jasa.

Dilihat dari beberapa fenomena serta teori-teori dan penelitian sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa terdapat banyak faktor untuk kepuasan pelanggan pengguna transportasi online Gojek. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti faktornya, yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi online Gojek, tentunya harus dilakukan dengan teliti dan cermat bertujuan agar dapat persepsi terhadap kepuasan penggunaan transportasi

online Gojek. Oleh karena itu, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek Di Kecamatan Cilodong Depok”.

Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi Online Gojek di Kecamatan Cilodong Depok?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi Online Gojek di Kecamatan Cilodong Depok?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi Online Gojek di Kecamatan Cilodong Depok secara simultan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi Online Gojek di Kecamatan Cilodong Depok.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi Online Gojek di Kecamatan Cilodong Depok.
3. Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi Online Gojek di Kecamatan Cilodong Depok.

Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak yaitu sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis
 1. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dalam mengembangkan ilmu khususnya dalam bidang pemasaran.
 2. Bagi peneliti, hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan.
- b. Manfaat praktis
 1. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta memberikan pertimbangan oleh Perusahaan untuk menentukan strategi yang tepat.
 2. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk mempertimbangkan ketika hendak menggunakan jasa transportasi Gojek.

Pengertian Harga

Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain yang menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan; fitur produk, saluran, dan



bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Disamping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat dan harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya dan dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual.

Adapun pengertian harga menurut para ahli: Menurut Kotler dan Armstrong (2010) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Pengertian Kualitas Pelayanan

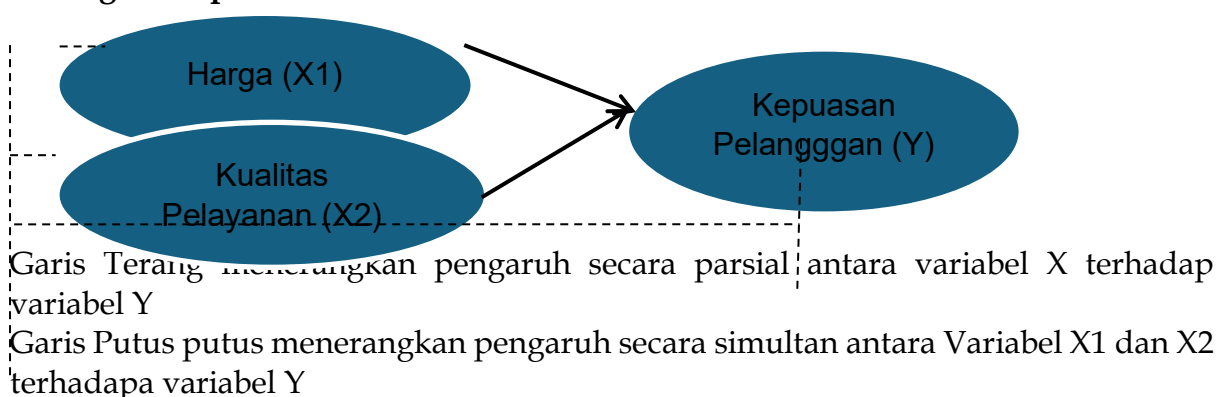
Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik agar mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan Perusahaan.

Menurut Arianto (2018:8) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Pengertian Kepuasan pelanggan Menurut Danang Sunyoto (2017:20) kepuasan pelanggan merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakan serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2018:21) kepuasan pelanggan merupakan salah satu pendorong utama yang menghubungkan antara perusahaan atau pelanggan dalam jangka Panjang.

Kerangka Berpikir



Hipotesis Penelitian

H1; Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jasa transportasi Online Gojek di Kecamatan Cilodong Depok.

H2; Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna jasa transportasi Online Gojek di Kecamatan Cilodong Depok.

H3; Terdapat pengaruh Harga dan kualitas pelayanan Kepuasan Pelanggan pada pengguna jasa transportasi Online Gojek di Kecamatan Cilodong Depok.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode kuantitatif dan dengan menggunakan metode pendekatan asosiatif. Dalam penelitian ini dilakukan oleh masyarakat yang aktif menggunakan aplikasi Gojek Online. Dengan menyebar kuesioner atau angket kepada masyarakat di Kecamatan Cilodong Depok. Adapun waktu penelitian dilaksanakan dari awal pengajuan judul skripsi yaitu pada bulan Januari 2025 sampai Agustus 2025.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini masyarakat yang ada di kecamatan Cilodong Kota Depok yang aktif menggunakan aplikasi Gojek online. Kemudian sampel penelitian Kemudian dalam teknik *non probability sampling*, peneliti menggunakan *Teknik purposive sampling*, yaitu Teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan cara mengambil subjek buka berdasarkan strata, random, atau daerah tetapi berdasarkan atas adanya tujuan tertentu. dikarenakan jumlah masyarakat yang menggunakan Gojek online belum diketahui dengan jelas, maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow, (Siregar, 2014), yaitu:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

keterangan: n = Jumlah sampel

Z = Nilai standar (95% =1,96)

P = Maksimal estimasi (50% = 0,5)

d = Alpha (0,01) atau sampling error = 10%

Sehingga melalui rumus Lemeshow (2014) untuk menentukan minimal jumlah sampel, diperoleh sampel sebanyak:

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2} = \frac{(1.96)^2 0.5(1-0.5)}{(0.1)^2} \\ &= \frac{3.8418 \times 0.5}{0.01} = \frac{0.9604}{0.01} = 96,04 \text{ atau } 96 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa jumlah minimum sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 sampel.

Operasional Variabel

No	Variabel dan Definisi Operasional	Indikator	Skala
----	-----------------------------------	-----------	-------

1.	Harga (X1) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau	• Keterjangkauan harga • Kesesuaian harga dengan kualitas produk • Daya saing harga	Likert
	jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Kotler dan Armstrong (2010)	• Kesesuaian harga dengan manfaat	
2.	Kualitas Pelayanan (X2) Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai Tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Kasmir (2017)	• Bukti fisik • Keandalan • Ketanggapan • Jaminan • Empati	Likert

3.	Kepuasan Pelanggan (Y) Kepuasan pelanggan merupakan salah satu pendorong utama yang menghubungkan antara perusahaan atau pelanggan dalam jangka Panjang. Kotler dan Amstrong	• Terpenuhiya harapan pelanggan • Merekomendasikan ke pihak lain • Kualitas layanan • Loyalitas • Lokasi	Likert
----	---	--	--------

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Teknik pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah Observasi, Kuesioner, dan Dokumentasi.

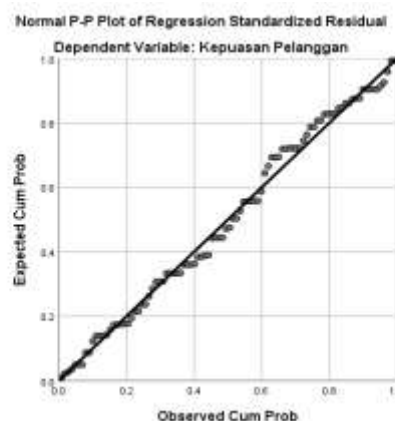
Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan menggunakan Uji Kualitas data yaitu Uji Validitas, uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik yaitu Uji Normalitas, Uji Multi kolinieritas, Uji Statistik yaitu Uji Regresi linier berganda, Uji T, Uji F, dan Uji R² Koefisien Determinasi.

HASIL PENELITIAN

Uji Normalitas

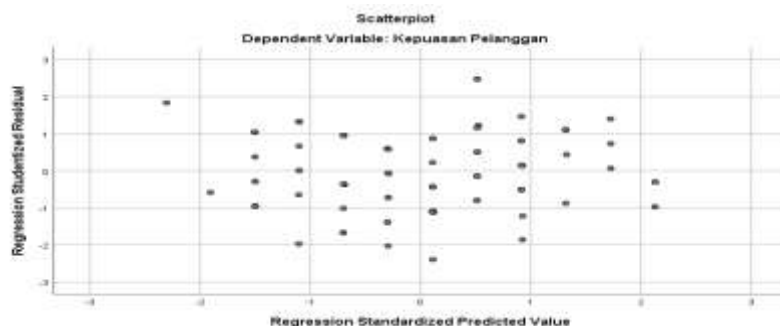
Gambar Uji Normalitas



Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dengan demikian maka model regresi memenuhi asumsi normalitas karena model penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar Uji Heteroskedastisitas



Dari grafik scatterplot yang ada pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	8.060	1.205	
	Harga	0.004	0.141	0.005
	Kualitas Pelayanan	0.555	0.125	0.668
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,060 + 0,004X_1 + 0,555X_2$$

Pada persamaan regresi di atas menunjukkan nilai konstanta sebesar 8,060. Hal ini menyatakan bahwa jika variabel harga dan kualitas pelayanan dianggap konstan atau bernilai 0 (nol), maka kepuasan pelanggan akan meningkat 8,060.

Koefisien regresi pada variabel harga sebesar 0,004, hal ini berarti jika variabel harga bertambah satu satuan maka variabel harga akan meningkat sebesar 0,004. Dengan catatan variabel lain dianggap konstan.

Koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,555, hal ini berarti jika variabel kualitas pelayanan bertambah satu satuan maka variabel kualitas pelayanan akan meningkat sebesar 0,555. Dengan catatan variabel lain dianggap konstan.

Uji T

Tabel Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.060	1.205		6.691	0.000
	Harga	0.004	0.141	0.005	5.031	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.555	0.125	0.668	4.428	0.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Berdasarkan tabel di atas hasil uji t (uji parsial) dapat di jelaskan sebagai berikut: Dapat diketahui nilai t hitung dan tingkat sig dari variabel independen yang di uji , untuk mencari ttabel yaitu dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat sig $\alpha = 0,5\%$. dan dengan dk : $n-k-1 = 96-2-1 = 93$ (5%; 2; 74) dari ftabel adalah 3,094 yang kemudian akan dibandingkan dengan thitung dari masing-masing variabel.

Menunjukkan nilai t hitung adalah 5,031 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai t_{hitung} 5,031 lebih besar dari t_{tabel} 1,661 ($5,031 > 1,661$) atau sama dengan nilai sig 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Maka variasi variabel independent harga(X1) berpengaruh terhadap variable dependen kepuasan pelanggan (Y).

Menunjukkan nilai thitung adalah 4,428 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai t_{hitung} sebesar 4,428 lebih besar dari t_{tabel} 1,661 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), serta nilai signifikan 0,000 lebih besar dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 di terima dan H_a ditolak, jadi disimpulkan variasi variabel independen kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y).

Uji F

Tabel Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181.492	2	90.746	38.274	.000 ^b
	Residual	220.497	93	2.371		
	Total	401.990	95			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga						

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa : Nilai F_{hitung} adalah 38,274 dengan menggunakan $\alpha = 5\%$, $dk : n-k-1 = 96- 2-1 = 93$ (5% ; 2; 93) dari F_{tabel} adalah 3,094. Data menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($38,274 \geq (3.094)$), dan signifikansi $000^b < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variable harga (X1), serta variable kualitas pelayanan (X2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel Uji R2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 ^a	0.451	0.440	1.540
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa Nilai adjusted *R square* adalah 0,440 ataupun 44,0%. Ini memperlihatkan bahwa variabel harga (X1) dan variable kualitas pelayanan (X2) mampu menggambarkan variable kepuasan pelanggan (Y) yaitu 44,0%, sisanya 66,0% ($100\% - 44,0\%$) dijabarkan pada variable lain diluar model penelitian.

1. Pembahasan

1. Pengaruh harga Terhadap Kepuasan pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek Di Kecamatan Cilodong Depok

Berdasarkan uji parsial (uji t) secara parsial, nilai t_{hitung} 5,031 lebih besar dari t_{tabel} 1,661 ($5,031 > 1,661$) atau sama dengan nilai sig 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Maka variabel independent harga(X1) berpengaruh terhadap variable dependen kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi online gojek di kecamatan cilodong depok.

2. Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek Di Kecamatan Cilodong Depok

Berdasarkan uji parsial (uji t) secara parsial, nilai t_{hitung} sebesar 4,428 lebih besar dari t_{tabel} 1,661 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), serta nilai signifikan 0,000 lebih besar dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 di terima dan H_a ditolak, jadi disimpulkan variasi variabel independen kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi online gojek di kecamatan cilodong depok.

3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek Di Kecamatan Cilodong Depok

Dari hasil uji F dapat diperoleh nilai F_{hitung} adalah 38,274 dengan menggunakan $\alpha = 5\%$, $dk : n-k-1 = 96 - 2 - 1 = 93$ ($5\% ; 2 ; 93$) dari F_{tabel} adalah 3,094. Data menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($38,274 \geq (3,094)$), dan signifikansi $000^b < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel harga (X_1), serta variabel kualitas pelayanan (X_2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi online gojek di kecamatan cilodong depok. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel variabel harga (X_1) dan variabel kualitas pelayanan (X_2) mampu menggambarkan variabel kepuasan pelanggan (Y) yaitu 44,0%, sisanya 56,0% ($100\% - 44,0\%$) dijabarkan pada variabel lain diluar model penelitian.

Kesimpulan

variabel independent harga(X_1) berpengaruh terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi online gojek di kecamatan cilodong depok. variabel independen kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi online gojek di kecamatan cilodong depok. variabel kualitas pelayanan (X_2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi online gojek di kecamatan cilodong depok. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel variabel harga (X_1) dan variabel kualitas pelayanan (X_2) mampu menggambarkan variabel kepuasan pelanggan (Y) yaitu 44,0%, sisanya 56,0% ($100\% - 44,0\%$) dijabarkan pada variabel lain diluar model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R. 2022. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Mahasiswa di Kota Medan pada Aplikasi SHOPEE. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 142-161
- Agustina, Seno Sumowo. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, Vol.3, No. 2.
- Amrudin et.al, (2022), "Metode Penelitian Kuantitatif", Sukoharjo: CV. Pradina Pustaka Grup.
- Choirul Marati, N. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Konsumen GOJEK di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).
- Djaslim, Saladin. 2001. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: Lindakarya
- Dzulkharnain, 2019 " Pengaruh persepsi harga, citra merk dan kalitas produk terhadap keputusan pembelian ". *jurnal ekonomi dan bisnis* vol 1 no 2 hal 80.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.



- Hamuda, D.D. (2017). Pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berbelanja di Matahari Department Store Jawa Mall Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE*, 7 (1), 1-10.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Luthfi, H., & Basir, G. (2023). Peran Pemerintah Nagari dalam Pemberdayaan Ekonomi Petani di Nagari Canduang Koto Laweh Kecamatan Canduang. *Jurnal Ekonomi Utama*, 2(2), 196-206.
- Panduwinata, V., & Lusinto, W. H. (2024). Pengaruh Promosi Dan Harga Di Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE IGI 2024. *Jurnal Ekonomi Utama*, 3(3), 427-435.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for AcademicPublishing Service).
- Wijandari, A., Arifin, S., Haryadi, R. N., & Kumala, D. (2023). Culinary creations for the development of MSMEs in creating traditional West Cikalong foods and drinks. *Pasundan Community Service Development*, 1(2), 25-28.