

## PENGARUH PARSIAL DAN SIMULTAN VARIABEL BEBAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI *ONLINE* KOTA PALEMBANG

Kurniati<sup>1</sup>

Universitas Bina Darma, Palembang<sup>1</sup>  
Email: <sup>1</sup>kurniati@binadarma.ac.id

(Naskah masuk: 25 Oktober 2018, diterima untuk diterbitkan: 02 Oktober 2019)

### Abstrak

Bisnis jasa berbasis *online* semakin berkembang dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Hal terpenting dari penerapan bisnis ini adalah menciptakan kepuasan terhadap konsumen. Transportasi *online* merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat di kalangan masyarakat kota Palembang dalam dua tahun terakhir ini. Dimana dalam penerapannya, pengguna harus terlebih dahulu melakukan *download* dan *install* aplikasi melalui aplikasi *play store* menggunakan *smart phone android*. Masyarakat kota Palembang untuk saat ini telah banyak menggunakan aplikasi *GO-JEK* dan aplikasi *GRAB*. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* masyarakat kota Palembang. Dengan demikian penulis dapat mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* pada konsumen aplikasi *GO-JEK* terhadap prospek jasa transportasi *online* di kota Palembang. Teknik *nonprobability sampling* dengan menggunakan pendekatan *accidental sampling* menggunakan metode survei melalui angket yang diisi oleh responden untuk melihat pengaruh parsial dan simultan pada dua variabel terhadap keputusan penggunaan layanan.

**Kata kunci:** *Transportasi online, GO-JEK, accidental sampling.*

## ***EFFECT OF PARTIAL AND SIMULTANEOUS FREE VARIABLES ON CUSTOMER SATISFACTION ONLINE TRANSPORTATION IN PALEMBANG CITY***

### *Abstract*

*Online-based business services are growing in meeting the needs of people's lives. The most important goal of this business is to create customer satisfaction. Online transportation is one of the fastest growing business among the people of Palembang city in the last two years. Where in the application, the user must first download and install the application through the application play store using smart phone android. The people of Palembang city to date have been using many applications of GO-JEK and GRAB applications. This study was conducted to measure the effect of service quality and price on customer satisfaction of online transportation of Palembang city community. Thus the authors can know the effect of partial and simultaneous on customer satisfaction of online transportation services on consumer applications GO-JEK against prospek online transportation services in the city of Palembang. Nonprobability sampling technique using accidental sampling approach using survey method through questionnaire filled by respondent to see partial and simultaneous influence on two variables to service use decision.*

**Keywords:** *Online Transport, GO-JEK, accidental sampling.*

## 1. PENDAHULUAN

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian terhadap pengaruh variabel kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dengan jasa transportasi konvensional. Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa dan harga. Menurut Kusumasita (2014), dimensi kualitas layanan terdiri dari 10

dimensi yaitu *reliability, responsiveness, competence, acces, courtesy, communication, credibility, security, understanding/ knowing the customer*, dan *tangibles* dimana secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan yang didapat oleh pelanggan.

Transportasi *online* dan transportasi konvensional di Palembang menagalami persaingan

baik secara tarif, standar pelayanan, jam operasional dan dari sisi lainnya. Transportasi konvensional seperti *Bluebird* yang semula pemesanan dilakukan secara manual atau via telepon telah bergabung dengan perusahaan penyedia aplikasi jasa angkut *online* yaitu PT Gojek. Namun, masyarakat Palembang telah lebih dahulu merasakan manfaat dari transportasi *online* Go-Jek dan *Go-Car* yang berasal dari PT Gojek Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2010. Manfaat yang dirasakan konsumen saat menggunakan fasilitas aplikasi transportasi *online* adalah tahun keluar kendaraan yang mendaftar sebagai *driver* minimal keluaran tahun 2000, pada aplikasi tertera data diri *driver* dan *GPS* untuk melacak keberadaan para *drivernya*. Sebagai pelanggan khusus kendaraan roda dua telah dipersiapkan *helm* dan asuransi keselamatan untuk semua pengguna jasa transportasi *online*. Proses pemesanan dapat dilakukan dengan mudah yaitu dengan melakukan *order* melalui aplikasi melalui *smart phone*. Pada aplikasi terdapat layanan pengaduan dan pada akhir pelayanan pelanggan dapat memberikan *review* dan *rating* untuk *driver* tentang pelayanan yang sudah didapatkannya. Perusahaan dapat melakukan penilaian terhadap pelayanan yang telah didapatkan oleh konsumen. Sehingga, perusahaan dapat terus melakukan memperbaiki terhadap standar pelayanannya.

Dari uraian di atas, penelitian ini dilakukan guna mengukur pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan transportasi *online* masyarakat kota Palembang. Dengan melakukan beberapa pengujian melalui program *SPSS* Versi 23, untuk melihat seberapa besar pengaruh parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online*, dengan teknik *nonprobability sampling* menggunakan pendekatan *accidental sampling* melalui metode survei dengan penyebaran angket yang diisi oleh responden terhadap keputusan penggunaan layanan.

## 2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Adapun penelitian-penelitian yang relevan dengan penelitian ini dan dijadikan sebagai referensi untuk melakukan penelitian ini antara lain adalah:

1. Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek *Online* yang dilakukan oleh W.Anindhita, M. Arisanty dan D. Rahmawati, (2016). Berdasarkan analisis dan pembahasan masalah yang berhubungan dengan penerapan teknologi komunikasi tepat guna pada bisnis transportasi ojek *online*, maka penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu:
  - a. Dengan adanya teknologi komunikasi tepat guna pada bisnis transportasi ojek *online* maka, masyarakat saat ini sangat dimudahkan terutama dalam pemesanannya cepat dan *real time* yaitu hanya dengan

melakukan *order* menggunakan aplikasi yang terhubung dengan media internet.

- b. Kehadiran Gojek *online* memberikan kontribusi yang sangat signifikan bagi kehidupan sosial masyarakat karena dapat memberikan perubahan sosial dan *mindset* tentang ojek *online* seperti peralihan penggunaan teknologi sebagai sarana transportasi umum, peningkatan citra transportasi Ojek sebagai sarana transportasi yang solutif, cepat, bebas macet, aman dan nyaman.
2. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Ojek *Online* yang dilakukan oleh Ana Rahmadhayanti, berdasarkan analisis dan pembahasan masalah yang berhubungan dengan judul penelitian di atas yaitu:
    - a. Kepuasan konsumen menggunakan jasa Go-Jek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Ojek *online*.
    - b. Kualitas Layanan Go-Jek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Ojek *online*.
    - c. Dengan adanya alat transportasi ojek *Online*, diharapkan agar kedepannya tercipta juga alat transportasi lain yang tidak kalah dengan transportasi saat ini.
    - d. Keefektifan GOJEK sebagai alat transportasi saat ini memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan alat transportasi yang lainnya.
    - e. Dengan adanya kemudahan pemesanan Go-Jek lewat *Smartphone* diharapkan kedepannya tidak disalah artikan untuk maksud-maksud tertentu, misalnya tidak kejahatan maupun kriminal.

## 3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Warjiyono & Mei.C.H., (2018), metode deskriptif adalah metode yang bisa digunakan untuk survey guna mendapatkan data yang telah terjadi pada masa lampau atau masa kini tentang pendapat, perilaku, keyakinan untuk menguji beberapa hipotesis. Menurut Kurniati (2018), Metode kuantitatif menekankan fenomena-fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol.

### 3.1 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis *regresi linier berganda*. Analisis regresi berganda merupakan pengembangan dari analisis sederhana yang berguna untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua atau lebih. [3]

Dengan kata lain analisis regresi ganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X1), (X2), (X3)... (Xn) dengan satu variabel terikat.

### 3.2 Populasi dan Sampling

Menurut Sugiyono (2014), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah lebih dari 5.000 pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan metode *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*.

*Nonprobability sampling* adalah teknik *sampling* yang tidak memberi peluang pada populasi untuk menjadi anggota sampel. Sedangkan *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya) maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden). [3] Untuk memudahkan penelitian jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus Slovin seperti di bawah ini:

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

Keterangan:

$n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$d$  = tingkat kesalahan yang dipilih (1%, 5% dan 10%)

Berdasarkan rumus di atas, dalam penelitian ini apabila jumlah  $N$  adalah 5.000 pengguna, ditingkatkan kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%. Maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2} = \frac{5000}{1 + 5000(0.05)^2} = 370,37$$

Jadi berdasarkan rumus di atas, sampel diambil sebanyak 370,37 orang responden. Untuk memudahkan perhitungan maka dibulatkan menjadi 370 orang responden.

### 3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan penyebaran melalui media elektronik dengan menggunakan fasilitas yang terdapat pada *google drive*. Berikut merupakan isi dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1. Isi Kuesioner

Variabel	Indikator	Pernyataan
Kualitas Layanan (X1)	Berwujud ( <i>tangible</i> )	1. Transportasi <i>online</i> menggunakan kendaraan yang layak jalan dan tidak di modifikasi. (X1.1.1)
		2. Transportasi <i>online</i> memberikan perlengkapan keamanan berkendara seperti helm dan masker untuk digunakan oleh konsumen khususnya kendaraan <i>online</i> roda dua. (X1.1.2)
		3. Transportasi <i>online</i> menggunakan identitas perusahaan misalnya berupa jaket dan helm khusus kendaraan <i>online</i> roda dua. (X1.1.3)
		4. Transportasi <i>online</i> berpakaian dengan rapi dan bersepatu saat melakukan pelayanan kepada konsumen. (X1.1.4)
Keandalan ( <i>Reliability</i> )		1. Ada pemberitahuan dengan jelas apabila terjadi keterlambatan pelayanan kepada pelanggan. (X1.2.1)
		2. Transportasi <i>online</i> mengemudikan kendaraannya dengan menaati peraturan tata tertib berlalu lintas. (X1.2.2)
		3. Transportasi <i>online</i> mengenakan tarif sesuai dengan harga yang tertera pada aplikasi kendaraan <i>online</i> . (X1.2.3)
		4. Kendaraan <i>online</i> memberikan pelayanan selama 24jam. (X1.2.4)
		5. Transportasi <i>online</i> memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan. (X1.2.5)
Daya tanggap ( <i>Responsive ness</i> )		1. Transportasi <i>online</i> mengkonfirmasi order konsumen secara cepat dengan menelfon konsumen untuk memastikan. (X1.3.1)
		2. Driver transportasi <i>online</i> segera datang setelah pelanggan melakukan order melalui aplikasi kendaraan <i>online</i> . (X1.3.2) Driver dan Staff transportasi <i>online</i> cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan. (X1.3.3)

Variabel	Indikator	Pernyataan	
Jaminan (Assurance)	1.	Driver transportasi online terampil dalam mengemudikan kendaraannya. (X1.4.1)	
		2.	Driver transportasi online mempunyai pengetahuan informasi jalan/alamat yang akan dituju. (X1.4.2)
		3.	Transportasi online menyediakan layanan pengaduan yang tersedia pada aplikasi GoJek. (X1.4.3)

Tabel 2. isi kuesioner lanjutan

Variabel	Indikator	Pernyataan	
Empati (Empathy)	1.	Transportasi online memberikan rasa nyaman terhadap pelanggan. (X1.5.1)	
		2.	Transportasi online membantu mengangkat atau menaikkan barang pelanggan ke kendaraannya. (X1.5.2)
		3.	Driver transportasi online membantu pelanggan pada saat akan menaiki kendaraannya. (X1.5.3)
		4.	Driver transportasi online memberitahukan penggunaan helm yang benar kepada pelanggan. (X1.5.4)
Harga (X <sub>2</sub> )	1.	Harga/tarif transportasi online dapat dijangkau oleh pelanggan. (X <sub>2.1.1</sub> )	
		2.	Harga/tarif transportasi online dapat bersaing dengan penyedia transportasi layanan sejenis. (X <sub>2.2.1</sub> )
		3.	Harga/tarif transportasi online sesuai dengan manfaat yang didapatkan. (X <sub>2.3.1</sub> )
Kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan (X <sub>2.3</sub> )	1.	Harga/tarif transportasi online sesuai dengan fasilitas keselamatan yang di sediakan untuk pelanggan (X <sub>2.4.1</sub> )	
		2.	Harga/tarif transportasi online sesuai dengan fasilitas keselamatan yang di sediakan untuk pelanggan (X <sub>2.4.1</sub> )
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kesesuaian layanan dengan yang diharapkan (Y. <sub>1</sub> )	1. Saya merasa layanan yang diberikan transportasi online sesuai dengan apa yang saya harapkan. (Y. <sub>1.1</sub> )	

Variabel	Indikator	Pernyataan
Kesesuaian layanan dengan harga/tarif yang dibayarkan (Y. <sub>2</sub> )	1.	Saya merasa layanan yang diberikan transportasi online sesuai dengan harga/tarif yang saya bayarkan. (Y. <sub>2.1</sub> )
		2.
Kepuasan penumpang akan layanan yang ditawarkan (Y. <sub>3</sub> )	1.	Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh transportasi online yang saya gunakan. (Y. <sub>3.1</sub> )
		2.

Menurut A. H. Saepul (2014), skala likert yang benar adalah yang pokoknya memuat nilai atau arah dan responden mengindikasikan persetujuan atau pertentangan pada pernyataan. Skala likert menyediakan fleksibilitas yang tinggi karena petunjuk skala dapat beragam sesuai dengan kealamian pertanyaan atau pernyataan.

Menurut E. W. Putro (2013), skala netral tidak digunakan dalam penelitian ini dikarenakan untuk memperoleh jawaban pasti dari responden terkait sikap serta pendapat sebagai pelanggan. Adanya skala netral akan mengakibatkan seorang responden mempunyai kecenderungan memilih alternatif netral sebagai pilihan yang paling aman, terutama bagi seorang responden yang ragu untuk memilih jawaban. Dengan lima skala yang digunakan bermaksud untuk menghasilkan sikap responden yang lebih akurat.

### 3.4 Uji Instrumen

Uji instrumen dalam penelitian ini dilakukan melalui uji reliabilitas dan uji validitas. Uji reliabilitas dan uji validitas dilakukan dengan mengambil 370 responden. Menurut P. Santiari & I. Rahayuda (2018), mengatakan bahwa uji validitas dilakukan apabila indikator alat ukur berada  $< r$  tabel (tidak valid) dan  $> r$  tabel (valid). Dapat disimpulkan bahwa hal ini dilakukan dengan tujuan tidak lain hanya untuk mengetahui pertanyaan mana yang valid maupun yang tidak valid, dengan mengkonsultasikan data tersebut dengan tingkat signifikan  $r$  tabel apabila alat ukur tersebut berada  $< r$  tabel (tidak valid). Pengujian statistik mengacu pada kriteria:  $r$  hitung  $< r$  tabel maka tidak valid sedangkan  $r$  hitung  $> r$  tabel maka valid. Dengan menggunakan program SPSS IBM Versi 23 for windows diperoleh hasil reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Reliabilitas Instrumen

Item	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
X1	.899	0,60	Reliabel
X2	.721	0,60	Reliabel
Y	.733	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 nilai *croanbach's alpha* dari semua item instrumen tersebut lebih dari 0,60. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen atau angket yang digunakan sudah reliabel dan layak digunakan untuk mengumpulkan data. Dengan menggunakan program SPSS IBM Versi 23 for windows diperoleh hasil validitas sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Validitas Instrumen

Item	Pearson Correlatin	Sig Hitung	Keterangan
Kualitas Layanan (X <sub>1</sub> )			
X1.1.1	0,434	0.082	0,000
X1.1.2	0,547	0.082	0,000
X1.1.3	0,578	0.082	0,000
X1.1.4	0,564	0.082	0,000
X1.2.1	0,610	0.082	0,000
X1.2.2	0,596	0.082	0,000
X1.2.3	0,451	0.082	0,000
X1.2.4	0,582	0.082	0,000
X1.2.5	0,570	0.082	0,000
X1.3.1	0,617	0.082	0,000
X1.3.2	0,641	0.082	0,000
X1.3.3	0,614	0.082	0,000
X1.4.1	0,642	0.082	0,000
X1.4.2	0,442	0.082	0,020
X1.4.3	0,616	0.082	0,000
X1.5.1	0,660	0.082	0,000
X1.5.2	0,643	0.082	0,000
X1.5.3	0,640	0.082	0,000
X1.5.4	0,618	0.082	0,000
Harga (X <sub>2</sub> )			
X2.1.1	0,736	0.082	0,000
X2.2.1	0,715	0.082	0,000
X2.3.1	0,752	0.082	0,000
X2.4.1	0,723	0.082	0,000
Kepuasan Pelanggan (Y)			
Y.1.1	0,770	0.082	0,000
Y.2.1	0,758	0.082	0,000
Y.3.1	0,742	0.082	0,000
Y.3.2	<b>0,709</b>	<b>0.082</b>	<b>0,000</b>

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa semua nilai sig hitung dalam instrumen penelitian yang digunakan semuanya mempunyai nilai yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa semua indikator pada instrumen penelitian dinyatakan valid.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Uji Asumsi Klasik
  - a. Menurut I. Ghozali (2013), uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*Independent Variable*)”.
  - b. Menurut A. Atmadjati (2018) uji Heteroskedastisitas tujuan dilakukannya uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain”.
  - c. Menurut I. Ghozali (2013), Uji Normalitas menjelaskan bahwa “uji normalitas dilakukan untuk menguji kenormalan distribusi residual. Untuk mengetahui normalitas data dapat menggunakan analisis grafik dan uji statistik”.
  - d. Menurut I. Ghozali (2013), Uji Linieritas menjelaskan bahwa “uji linieritas ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar aiau tidak”.

#### 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsi atau kausal antara dua variabel bebas atau lebih dan satu variabel terikat. Persamaan umum regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta dari persamaan regresi

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi dari

Kualitas Layanan

X<sub>1</sub> = Variabel

Kualitas Layanan

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi dari

Harga X<sub>2</sub> =

Variabel Harga

3. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
4. Uji Hipotesis
  - a. Menurut I. Ghozali (2013), uji t menjelaskan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen”.
  - b. Menurut I. Ghozali (2013), uji F menjelaskan bahwa uji F digunakan untuk

mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen”.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden pada penelitian ini, dengan jumlah 370 responden ialah sebagai berikut:

Tabel 5. Karakteristik Responden

Karakteristik		Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	161	44%
	Perempuan	209	56%
Usia	≤ 25 Tahun	165	45%
	26-35 Tahun	141	38%
	36-40 Tahun	64	17%
	41-55 Tahun	0	0%
Status	Dosen	36	10%
	Mahasiswa	198	53%
	Umum	136	37%
Lama Interaksi	<1 thn	99	27%
	>1 thn	265	72%
Lokasi Pemesanan	Tidak Pernah	6	1%
	Rumah	59	16%
	Kantor	102	28%
	Mobile	198	53%
Transportasi online yang digunakan	Lainnya	11	3%
	GOJEK	302	82%
	GRAB	64	17%
Fasilitas yang digunakan	Lainnya	4	1%
	GO-RIDE	155	42%
	GO-CAR	103	28%
	GO-BLUEBIRD	4	1%
	GO-FOOD	93	25%
	GO-SEND	11	3%
	GO-PULSA	4	1%
GO-BILLS	0	0%	
GO-SHOP	0	0%	
GO-MART	0	0%	
GO-TIX	0	0%	
GO-BOX	0	0%	
GO-CLEAN0	0	0%	
GO-GLAM	0	0%	
GO-AUTO	0	0%	

Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)	
GO-MED	0	0%	
GO-BUSWAY	0	0%	
Manfaat	Menghemat tenaga	84	17%
	Efisiensi waktu	118	23%
	Harga tidak mahal	100	20%
	Multifungsi	169	33%
	Mengurangi pengangguran	35	7%

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pada karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh Perempuan yaitu sebanyak 56%. Pada karakteristik responden berdasarkan usia didominasi oleh usia ≤ 25 Tahun yaitu sebanyak 45%. Karakteristik responden berdasarkan status didominasi oleh mahasiswa yaitu sebanyak 53%. Karakteristik responden berdasarkan lama interaksi didominasi > 1 tahun yaitu sebanyak 72%. Karakteristik responden berdasarkan lokasi pemesanan didominasi pelanggan sering melakukan pemesanan transformasi ketika *mobile* yaitu sebanyak 53%. Karakteristik responden berdasarkan transportasi *online* yang sering digunakan didominasi oleh GOJEK yaitu sebanyak 82%. Karakteristik responden berdasarkan fasilitas yang sering digunakan persentasinya tertinggi adalah *Go-Ride* sebanyak 42%. Sedangkan karakteristik responden yang dilihat dari segi manfaat yang diperoleh dengan memanfaatkan transportasi *online* persentasinya tertinggi adalah memiliki manfaat yaitu multifungsi sebanyak 33%.

#### 4.1 Hasil Analisis Data

##### 1. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Multikolinieritas

Di bawah ini merupakan hasil uji multikolinieritas:

Tabel 6. Hasil Multikolinieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>				Sig.	Tolerance	VIF
	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients	t	Beta			
1 (Constant)		1.268	.643	1.972	.049		
SUMX1		.126	.013	.492	9.740	.000	.414
SUMX2		.333	.049	.340	6.736	.000	.414

Berdasarkan tabel di atas memperlihatkan bahwa  $\geq 0,10$  untuk nilai *tolerance variable* bebas



#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji t

Di bawah ini merupakan hasil uji t

Tabel 11. Hasil Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	1.268	.643		1.972	.049
SUMX1	.126	.013	.492	9.740	.000
SUMX2	.333	.049	.340	6.736	.000

Dari hasil uji t di atas, diperoleh bahwa adanya hubungan secara parsial antara variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Dimana nilai t hitung pada variabel ( $X_1$ ) sebesar 9,740 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang hasilnya lebih kecil dari 0,05 atau 5%, maka  $H_1$  diterima.

Selain itu, dari hasil uji t di atas diperoleh bahwa adanya hubungan parsial antara variabel harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Dimana nilai t hitung pada variabel ( $X_2$ ) sebesar 6,736 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  atau 5%, maka  $H_1$  diterima.

##### b. Uji F

Hasil uji F, dapat dilihat pada tabel 12. Dari table hasil uji F, antara kedua variabel bebas ( $X$ ) memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) jasa transportasi *online* di kota Palembang. Hai ini diperoleh dari nilai F hitung 290.810 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 5%. Sehingga,  $H_2$  diterima.

Tabel 12. Hasil Uji F

Model	ANOVA <sup>b</sup>				
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1240.113	2	620.057	290.810	.000 <sup>a</sup>
Residual	782.506	367	2.132		
Total	2022.619	369			

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Pengaruh secara parsial antara variabel bebas ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) jasa transportasi *online* di Palembang.

Dari hasil uji t yang telah dilakukan maka dapat kita lihat bahwa antara variabel ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh parsial secara signifikansi positif terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Dimana dari kedua variabel tersebut variabel harga yang

memiliki kontribusi terbesar dibandingkan kualitas layanan. Berikut adalah penjelasan antar variabel:

1. Variabel Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* di Palembang

Dengan nilai hasil perhitungan uji t yang telah dilakukan diperoleh sebuah nilai koefisien kualitas layanan sebesar 0,492 dengan nilai t hitung 9.740 dan tingkat signifikansi 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dapat dinyatakan  $H_1$  diterima. Dimana kualitas layanan ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Menurut A. Atmadjati (2018), kualitas layanan adalah suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten sesuai prosedur. Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa.

Menurut E. S. Mamang (2013), untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan dikembangkan suatu alat kualitas layanan yang disebut *SERVQUAL (Service Quality)* yang merupakan skala multi item yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan meliputi lima dimensi yaitu *tangibles*, *Reliability*, *responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

Dimensi yang pertama yaitu *tangibles* menggambarkan tentang bagaimana kondisi fasilitas, perlengkapan, peralatan dan penampilan seragam dari staf. *Tangibles* pada jasa transportasi *online* di Palembang dapat meliputi: bagaimana kondisi dari kendaraan yang digunakan apakah layak jalan dan tidak mengalami modifikasi, perlengkapan keamanan berkendara untuk digunakan oleh konsumen, penggunaan identitas perusahaan, cara berpakaian pada saat proses pelayanan konsumen berlangsung.

Dimensi yang kedua, *reliability* merupakan kemampuan dalam melakukan pemberian pelayanan yang menjanjikan kepada konsumen secara akurat. *Reliability* yang diberikan oleh jasa transportasi *online* di Palembang meliputi: cepat melakukan konfirmasi secara jelas jika driver terlambat dalam melakukan pelayanan pada pelanggan, dalam mengemudikan kendaraan driver harus taat pada peraturan tata tertib berlalu lintas yang berlaku, tariff yang harus dibayar konsumen sesuai dengan harga yang tertera di aplikasi, memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa mengenal waktu yaitu selama 24 jam dan memberikan kemudahan dalam melakukan *order*.

Ketiga, *Responsiveness* yang berarti kemampuan dalam memberi bantuan, pelayanan yang cepat, dan memberikan perhatian yang penuh. *Responsiveness* dalam jasa transportasi *online* di Palembang dapat kita lihat dari beberapa hal diantaranya yaitu setiap order konsumen harus melakukan konfirmasi secara cepat dengan cara

menghubungi konsumen guna memastikan mealui media *handpone*, jangan menunda kedatangan ke lokasi order agar pelanggan tidak menunggu lama dan meberikan pelayanan secara cepat jika pelanggan mengalami keluhan dan kendala.

Keempat, *Assurance* dapat diartikan sebagai sebuah kemampuan yang dimiliki oleh staf dalam segi pengetahuan dan memiliki kesopanan guna memberikan inspirasi berupa kepercayaan dan keyakinan. *Assurance* dalam jasa transportasi *online* di Palembang dapat dilihat dari terampil seorang *driver* dalam mengendalikan kendaraan mereka, memiliki pengetahuan sejumlah informasi lokasi jalan atau alamat yang dituju dan memberikan fasilitas layanan untuk melakukan pengaduan pada aplikasi.

Kelima, *Empathy* dapat diartikan sebagai kepedulian yang diperlihatkan oleh staf, memberikan perhatian khusus, dan dari segi penampilan yang diperlihatkan oleh staf. *Empathy* pada jasa transportasi *online* di Palembang, meliputi: harus menciptakan rasa nyaman pada setiap pelanggan, *driver* memberi bantuan dalam mengangkut dan menaikkan barang jika pelanggan mengalami kendala, memberikan bantuan kepada pelanggan saat akan menaiki kendaraan *driver online*, menjelaskan cara penggunaan helm yang tepat pada pelanggan khususnya pelanggan sepeda motor.

Menurut Tjiptono dan dkk (2008), pengalaman dapat diartikan sebagai faktor yang akan melihat pengaruh terhadap pelanggan apakah seorang pelanggan merasa puas atau tidak terhadap produk atau jasa yang dibeli. Menurut E. S. Mamang (2013), Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Dari paparan di atas menunjukkan bahwa sebuah layanan sangat diperlukan dalam membentuk kepuasan pelanggan, karena semakin baik pengalaman yang dirasakan pelanggan pada saat menggunakan sebuah jasa maka kepuasan yang dirasakan pelanggan akan semakin tinggi.

Y. Pratama (2015), kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap layanan tersebut. Berdasarkan pernyataan di atas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* di Palembang.

2. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* di Palembang

Hasil perhitungan uji t menunjukkan nilai koefisien kualitas layanan 0,340 dengan nilai t hitung 6.736 dan tingkat signifikansi 0,000. Dari hal ini dapat diketahui bahwa harga ( $X_2$ ) berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan ini dapat dinyatakan bahwa H1 diterima.

Menurut Kaihatu dan dkk (2015), harga adalah sejumlah uang yang bersedia dibayarkan oleh seorang konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa tertentu. Salah satu faktor kepuasan pelanggan dapat diperoleh melalui penetapan harga yang tepat. Harga merupakan salah satu unsure pemasaran yang terpenting dan turut mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli.

Berikut ini adalah kondisi harga pada jasa transportasi *online* di Palembang yang meliputi: harga/tarif transportasi *online* dapat dijangkau oleh pelanggan, harga/tarif transportasi *online* dapat bersaing dengan penyedia transportasi layanan transportasi konvensional, harga/tarif transportasi *online* sesuai dengan manfaat yang didapatkan pelanggan, harga/tarif transportasi *online* sesuai dengan fasilitas keselamatan yang di sediakan untuk pelanggan.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh T. H. handayani (2013), yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hasil penelitian yang dilakukan Reinhard, dkk (2014) menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

#### 4.2.2 Pengaruh secara simultan kualitas layanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi *online* di Palembang.

Hasil penelitian berdasarkan uji ANOVA, menunjukkan F hitung sebesar 290.810 dengan taraf signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Maka dapat diketahui bahwa kualitas layanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,611 yang berarti bahwa 61,1% yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas (kualitas layanan dan harga) dari kepuasan pelanggan (Y). Sedangkan sisanya 38,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak ada di dalam penelitian ini, seperti *emotional factor*, kemudahan, komunikasi melalui iklan, pengalaman dari teman, dan kebutuhan dan keinginan.

Dari hasil pemaparan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa H2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* di Palembang. Dari dua variabel bebas (*independen*) yaitu kualitas layanan dan harga yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan dengan koefisien 0, 492. Sedangkan variabel berikutnya yang memiliki peran lebih kecil dalam mempengaruhi

kepuasan pelanggan adalah harga dengan koefisien 0.340.

Apabila pelanggan merasa puas pada kualitas layanan dan harga yang diberikan, maka pelanggan akan menunjukkan besarnya kemungkinan melakukan pembelian ulang pada produk tersebut. Menurut Kotler (2009), pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan komentar yang baik terhadap produk atau jasa dan perusahaan serta merekomendasikan produk kepada orang lain. Sedangkan jika kualitas produk dan harga yang didapatkan pelanggan kurang baik ataupun buruk akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, karena pelanggan yang kecewa akan bercerita kepada orang lain. tidak hanya berdampak pada pelanggan yang pernah menggunakan jasa transportasi *online* tersebut melainkan berdampak juga bagi calon pelanggan sehingga menjatuhkan pilihannya kepada jasa transportasi *online* pesaing yang dianggap lebih mampu memenuhi keinginan dan kepuasan mereka.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Handayani (2013) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Reinhard, dkk (2014) juga menunjukkan ada pengaruh antara kualitas layanan dan harga secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan pelanggan. Pratama (2015), juga menunjukkan kualitas layanan, harga, fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* di Palembang, maka ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ) jasa transportasi *online* di Palembang. Variabel harga ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ) jasa transportasi *online* di Palembang dan variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang lebih dominan.
2. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan dan bersama-sama (*simultan*) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* di Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

KURNIATI., 2018. Pengembangan *Digital Library* Universitas Bina Darma Menggunakan

Pendekatan *Human Computer Interaction*. Jurnal Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi (RESTI), 2(2), pp. 542 - 553.

SANTIARI, P. & RAHAYUDA. I., 2018. Analisis Kualitas *Website* Alumni Stikom Bali Menggunakan Metode *Webqual*. Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK), 5(2), pp. 231-238

WAJIYONO & MEI.C.H., 2018. Pengukuran Kualitas Website Pemerintah Desa Jagalempeni Menggunakan Metode *Webqual 4.0*. Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK), 5(2), pp. 139-146.

SUGIYONO., 2014. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

SAEPUL, A. H., 2014 Metode Penelitian Kuantitatif aplikasi dan Pendidikan. Yogyakarta: Deepublish.

PUTRO, E. W., 2013. Teknik penyusunan Instrumen Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

GHOZALI. I., 2013 Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Cetakan VII. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.

ATMADJATI. A., 2018. Layanan Primadalam Praktik Saat Ini. Yogyakarta: Deepublish.

MAMANG. E. S., 2013. Prilaku Konsumen, Yogyakarta: Andi.

TJIPTONO. F., dkk, 2008. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi Offset.

PRATAMA. Y., 2015. "pengaruh harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Po. rosalia indah Di Palur Karanganyar dengan Fasilitas sebagai Variabel Moderasi," *Jurnal ekonomi dan Kewirausahaan*, vol. 15, no. Pengaruh signifikan kualitas layanan dan harga pada kepuasan konsumen Po. Rosalia, pp. 181-188.

KAIHATU dan dkk, 2015. Manajemen Komplain. Yogyakarta: Andi.

HANDAYANI. T. H., 2013. "pengaruh harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Penerbangan Garuda Indonesia di Kota Solo," Universitas Muhammadiyah, Surakarta.

REINHARD, AGUS HERMANI DAN ANDI WIJAYANTO, 2013. "pengaruh harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi pada Penumpang Kereta Api kelas Argo jurusan Semarang-Jakarta PT KAI DAOP IV Semarang," *Administrasi Bisnis*, vol. 2, no. Pengaruh Kualitas Layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT KAI Jurusan Semarang-Jakarta, pp. 127-135.