

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Gojek Pada Mahasiswa UHN Medan

Nia Astuti Siregar¹⁾, Nalom Siagian²⁾, Kepler Sinaga³⁾

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas HKBP Nommensen Medan, Sumatera Utara, 20212

Email Korespondensi: nia.siregar@student.uhn.ac.id

Email: nalom.siagian@uhn.ac.id

Email: sinaga.kepler63@gmail.com

Abstract: *In the era of the development of information and communication technology has brought significant changes in various sectors, including the transportation industry. This study aims to analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction in using Gojek online transportation services, focusing on students of HKBP Nommensen University Medan. The method used is a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires distributed to respondents. The results of the study indicate that Service Quality and Price significantly affect Service Satisfaction, this is shown in the results of the partial test (t test) T-count value (X1) 10.572 > t table 1.985 significance value 0.000 < 0.05 and the results of the partial test (t test) T-count value (X2) 18.148 > t table 1.985 significance value 0.000 < 0.05. The conclusion in this study is that Service Quality and Price have a positive and significant effect on Customer Satisfaction*

Keywords: *Service Quality, Price, Consumer Satisfaction, Online Transportation, Gojek.*

Abstrak: Pada era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor, termasuk industri transportasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi online Gojek, dengan fokus pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara signifikan mempengaruhi Kepuasan Pelayanan, hal ini ditunjukkan dalam hasil uji parsial (uji t) Nilai thitung (X1) 10,572 > ttabel 1,985 nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan hasil uji parsial (uji t) Nilai thitung (X2) 18,148 > ttabel 1,985 nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen, Transportasi Online

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era modern ini, dunia telah memasuki era revolusi industri 4.0 yang berdampak pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta dinamika sosial didalamnya. Menurut Thompson et.al dalam Jin (2003), kemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam melaksanakan tugasnya. Pengukuran kemanfaatan tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas atau keragaman aplikasi yang dijalankan. Hal ini menandakan bahwa perkembangan sangat berpengaruh di segala bidang usaha. Dalam bidang jasa transportasi, perusahaan mulai merambah kepada bisnis online yang mana mereka mencari peluang dengan memanfaatkan internet dan smartphone.

Perkembangan di bidang teknologi dan informasi saat ini turut berperan serta dalam perkembangan transportasi. Saat ini masyarakat semakin sering untuk memanfaatkan teknologi Didalam kehidupan sehari-harinya. Dengan adanya sistem transportasi berbasis online membuat pola kegiatan transportasi masyarakat menjadi berubah. Masyarakat modern memanfaatkan gadget mereka untuk membantu kegiatan perjalanan yang mereka lakukan. Misalnya dengan melakukan pemesanan melalui aplikasi online terhadap transportasi yang berbasis aplikasi. Peristiwa tersebut sudah menjadi sesuatu yang sering kita jumpai seperti di kota-kota besar termasuk di kota Medan. Perekonomian

Salah satu perusahaan Transportasi memiliki peran strategis dalam menggerakkan roda nasional, di lain pihak bidang transportasi ini juga merupakan lahan bisnis sebagaimana

sektor ekonomi lainnya. Jika kita melihat perkembangan sarana transportasi di Indonesia, sungguh mengalami kemajuan yang sangat drastis. Hal ini tentu membuat kebutuhan akan transportasi semakin meningkat, terlebih lagi bagi mereka yang tidak memiliki kendaraan pribadi. Transportasi dapat dijumpai dengan pergi ke terminal, halte, pangkalan ataupun menunggu di jalur yang transportasi umum biasa lalu. Namun hal ini sepertinya dianggap kurang inovatif mengingat saat ini perkembangan teknologi sudah semakin canggih salah satunya adalah munculnya

Perkembangan dunia bisnis saat ini juga terdapat perusahaan baru mengakibatkan persaingan semakin ketat. tingkat persaingan yang tinggi mendorong perusahaan untuk menciptakan produk atau jasa sesuai kebutuhan konsumen yang selalu berubah. dan karena taraf persaingan ini juga membentuk konsumen lebih selektif dalam menentukan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen, fenomena bisnis pada industri jasa semakin banyak, adalah bisnis pada industri jasa transportasi online. Penggunaan layanan transportasi online sangat populer di kalangan masyarakat yang berada di Kota Medan, baik masyarakat umum, pelajar, mahasiswa, hingga pekerja kantor. saat ini ada beberapa perusahaan transportasi online yang masuk ke pasar Indonesia, yakni Go-jek, Grab, dan InDriver teknologi yang berkembang saat ini dengan menggunakan sistem aplikasi online adalah Gojek.

Gojek memiliki beberapa perbandingan pelayanan disbanding jasa transportasi yg lain, seperti:

1. Layanan
Gojek menawarkan layanan transportasi, pengiriman makanan, belanja, pengiriman paket, dan pembayaran tagihan. Ojek pangkalan hanya menyediakan layanan transportasi.
2. Tarif
Tarif Gojek dihitung berdasarkan jarak dan waktu perjalanan. Ojek pangkalan menentukan sendiri tarif yang dikenakan.
3. Sistem reservasi
Gojek merupakan layanan transportasi online yang menggunakan sistem

reservasi. Ojek pangkalan merupakan kegiatan non-transportasi publik.

Gojek menyediakan berbagai kemudahan bagi pelanggannya dengan banyaknya produk jasa yang ditawarkannya. Untuk meningkatkan jumlah pengguna jasanya dan memberikan kepuasan kepada pelanggannya maka Gojek perlu memperhatikan faktor layanan berkualitas dan harga yang sesuai dengan manfaat, mengingat banyaknya pesaing yang sejenis seperti Grab yang juga menggunakan aplikasi online. Masalah yang sering muncul terhadap kualitas pelayanan Gojek adalah masih ditemukannya pengemudi mengendarai sepeda motor dengan kecepatan yang tinggi. Terkadang driver juga tidak memberikan uang kembalian jika kedatangan selisih argo Rp. 1000-5000, masalah lain yaitu kondisi keadaan Helm untuk pelanggan seringkali tidak terawat dan kotor, selain itu estimasi kedatangan driver tidak sesuai dengan aplikasi Gojek. Kurang baiknya pelayanan yang diberikan maka itu akan membuat pelanggan tidak puas dan meyakinkan orang lain untuk pergi ke penyedia lain. Selain kualitas pelayanan Faktor harga juga sangat mempengaruhi keputusan pengguna jasa, GO-JEK sebagai perusahaan jasa seringkali memasang Tarif Gojek yang sering Berubah-ubah sementara peningkatan pelayanan masih belum optimal.

Adanya ketidakpuasan pada pelanggan berdampak negatif pada penurunan loyalitas pengguna Jasa. Jika pengguna gojek merasa tidak puas, loyalitas tidak akan ditetapkan untuk menggunakan layanan gojek, sehingga mengakibatkan pelanggan akan beralih ke perusahaan sejenis seperti grab yang juga menggunakan aplikasi online.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Transportasi Gojek pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan?
2. Apakah ada pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Transportasi Gojek pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Transportasi

Gojek Gojek pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk Mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Gojek pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan.
2. Pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Gojek pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan
3. Pengaruh kualitas pelayanan dan promo secara bersama- sama terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa Gojek pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan.

II. METODE PENELITIAN

A. Landasan Teori

Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:143) “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”. Menurut Kasmir (2017:47) kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Sedangkan menurut Aria dan Atik (2018:16) kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik.

Harga

Menurut Kotler (2008:345) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa
Menentukan Harga

Menurut Kotler (2016:489) ada enam langkah yang harus dilakukan untuk menentukan suatu harga, sebai berikut:

1. Menetapkan harga objektif Dimana perusahaan untuk pertama kalinya memutuskan dimana ingin menempatkan posisi di penawaran pasar. Ada enam hal utama yang harus di putuskan oleh perusahaan, yaitu: keselamatan, memaksimalkan keuntungan saat ini, memaksimalkan pangsa pasar, memaksimalkan market skimming, kepemimpinan kualitas produk dan tujuan lain.
2. Menentukan Permintaan Harga akan menentukan setiap permintaan. Tentunya harga akan mempengaruhi sebuah permintaan. Tiga isu utama penetapan permintaan adalah sensitivitas harga, perkiraan kurva permintaan dan elastisitas harga permintaan.
3. Memperkirakan Harga Permintaan ditetapkan pada batas atas harga yang diberikan perusahaan yang bisa diubah untuk produk tersebut dan biaya tersebut ditetapkan pada batas bawah. Tiga hal yang harus diperhatikan agar dapat memperkirakan harga adalah tipe biaya dan tingkat produksi, akumulasi produksi dan target biaya.
4. Menganalisa biaya, harga dan penawaran pesaing Harga tentunya dipengaruhi oleh suatu permintaan pasar yang ada dan biaya perusahaan yang Dimana perusahaan harus mengambil suatu biaya yang dimana dapat menghasilkan suatu harga akhir yang dapat diterima dimasyarakat.
5. Menentukan metode penetapan harga Terdapat enam metode untuk melakukan penetapan harga, yaitu: Markup Pricing, Target-Return Pricing, Perceived-Value Pricing, Value Pricing, Going-Rate Pricing dan Auction-type Pricing.
6. Menentukan harga akhir Dimana dalam metode penetapan harga akan memperkecil pilihan yang mana perusahaan bisa memutuskan harga akhir.

Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan:

1. Kualitas produk dan jasa, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk dan jasa yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Dalam dunia persaingan bisnis, para pebisnis terus bersaing untuk mendapatkan konsumen yang loyal terhadap usaha mereka. Harga, semakin mahal harga perawatan maka pasien mempunyai harapan yang lebih besar. Sedangkan rumah sakit yang berkualitas sama tetapi berharga murah, memberi nilai yang lebih tinggi pada pasien.
3. Biaya, pasien yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan jasa pelayanan, maka pasien cenderung puas terhadap jasa pelayanan tersebut.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif artinya penelitian dilakukan pada populasi dan sampel tertentu yang representatif. Proses penelitiannya bersifat deduktif karena untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori-teori. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, peneliti kuantitatif biasanya menggunakan instrument tertentu yang sudah disiapkan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial. Karena itu, tidak berlebihan jika dikatakan bahwa peneliti kuantitatif selalu melibatkan dirinya pada perhitungan atau angka tertentu. Penelitian kuantitatif menggunakan metode-metode analisis yang jelas dan sistematis guna menarik kesimpulan (Basilius Redan Werang, 2015:16). Penelitian

ini dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan untuk mempermudah dan memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi tempat penelitian ini dilakukan yaitu di Universitas HKBP Nommensen dengan waktu penelitian yang dimulai dari 1 Januari 2025.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Pengertian populasi adalah suatu hal yang memberikan penjelasan mengenai objek dalam penelitian yang didalamnya memberikan penjelasan mengenai karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek penelitian tersebut. (Rosyidah dan Fijra, 2021:129)

Berdasarkan pengertian diatas maka dalam penelitian ini populasi yang dirumuskan adalah mahasiswa pengguna jasa transportasi *Gojek* pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang didapatkan dengan menggunakan metode tertentu untuk kemudian dianggap menjadi wakil dari populasi yang menjadi fokus dalam penelitian. (Rosyidah dan Fijra, 2021:130)

Metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah melalui teknik non-probability jenis Quota Sampling. Teknik ini adalah cara untuk menentukan sampel tidak melibatkan unsur probabilitas, sehingga dapat dilakukan secara acak dan sederhana.

Pengambilan sampel dihitung dengan rumus Solvin yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

n = Besaran sampel

N = Besaran populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan yang penarikan sampel (10%)

$$n = \frac{6007}{1+6007(0,1)^2} = 97,4146845915$$

Maka dengan demikian untuk mempermudah penelitian, peneliti membulatkan banyaknya sampel dari 97,4146845915 menjadi 98 sampel.

D. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Menurut Nalom Siagian (2021:96) secara teoritis, analisis regresi linear berganda merupakan pengembangan dari analisis regresi linear sederhana. Dalam konteks analisis regresi linear sederhana dibuat analisis hubungan satu variabel independent dengan satu variabel dependen. Hubungan ini dinyatakan dalam persamaan linear yang dimaksudkan untuk meramalkan besarnya nilai Y berdasarkan nilai X tertentu.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini jumlah sampel adalah sebanyak 98 responden. Nilai r_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ dengan derajat bebas $df = N-2$, maka $df = 98-2 = 96$ sehingga didapatkanlah hasil tingkat signifikansi uji dua arah pada r_{tabel} sebesar 0,1986.

Tabel 1
Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
KUALITAS PELAYANAN (X_1)	X1.1	0,688	0,1986	Valid
	X1.2	0,707	0,1986	Valid
	X1.3	0,721	0,1986	Valid
	X1.4	0,702	0,1986	Valid
	X1.5	0,682	0,1986	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan Tabel 1 diatas menunjukkan terdapat variabel X_2 yang menjadi bahan penelitian yang memiliki 5 item pernyataan. Dari masing-masing item pernyataan pada variabel X_1 ternyata memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} maka datanya yang didapat dilapangan dapat dinyatakan valid.

Tabel 2
Uji Validitas Harga (X_2)

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
HARGA (X_2)	X2.1	0,653	0,1986	Valid
	X2.2	0,741	0,1986	Valid
	X2.3	0,698	0,1986	Valid
	X2.4	0,709	0,1986	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan Tabel 2 diatas menunjukkan terdapat variabel X_2 yang menjadi bahan penelitian yang memiliki 4 item pernyataan. Dari masing-masing item pernyataan pada variabel X_2 ternyata memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} maka datanya yang didapat dilapangan dapat dinyatakan valid.

Tabel 3
Uji Validitas Keputusan Pelanggan (Y)

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
KEPUTUSAN PELAYANAN (Y)	X2.1	0,830	0,1986	Valid
	X2.2	0,832	0,1986	Valid
	X2.3	0,734	0,1986	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan Tabel 3 diatas menunjukkan terdapat variabel Y yang menjadi bahan penelitian yang memiliki 3 item pernyataan. Dari masing-masing item pernyataan pada variabel Y ternyata memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} maka datanya yang didapat dilapangan dapat dinyatakan valid.

Tabel 4
Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.735	5

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan Tabel 4 diatas menunjukkan bahwa pada pengujian ini nilai cronbach's alpha lebih besar daripada 0,6 maka dapat dikatakan reliabel.

Tabel 5
Uji Reliabilitas Harga (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.652	4

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan Tabel 5 diatas menunjukkan bahwa pada pengujian ini nilai cronbach's alpha lebih besar daripada 0,6 maka dapat dikatakan reliabel.

Tabel 6

Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	3

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa pada pengujian ini nilai cronbach's alpha lebih besar daripada 0,6 maka dapat dikatakan reliabel.

Tabel 7

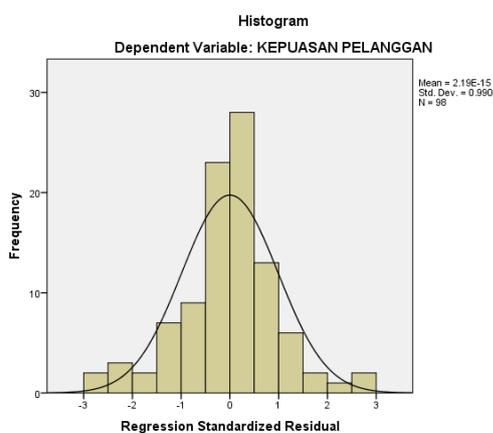
Uji Normalitas Kolmogrov – Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.76227033
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

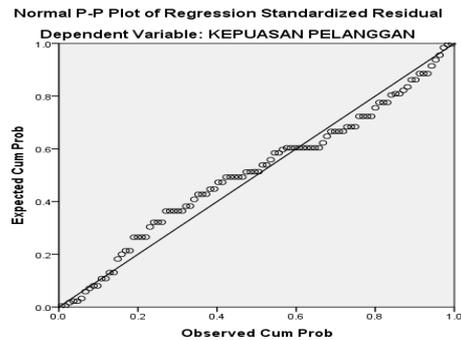
Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada Asym.sig sebesar 0,023 yang dapat dikatakan nilai asymp.sig 0,024 lebih besar daripada 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.



Gambar 1

Grafik Histogram Uji Normalitas
Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan gambar 1 terjadi kecenderungan kurva untuk mengarah pada sisi kanan maupun sisi kiri, maka disimpulkan bahwa benar adanya data pada penelitian ini terdistribusi normal.



Gambar 2

Grafik P-Plot Uji Normalitas
Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan gambar 2 diatas grafik menunjukkan pola distribusi normal dan berbentuk simetris, tidak melenceng ke kanan atau ke kiri.

Tabel 8

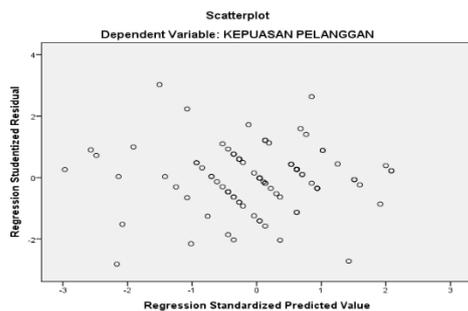
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TOTALX1	.183	5.475
	TOTALX2	.183	5.475

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan Hasil Tabel 8 menunjukkan bahwa baik Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki nilai tolerance kurang dari 1 dan VIF memiliki nilai kurang dari 10 maka dapat dikatakan data tidak mengalami multikolinieritas.



Gambar 3

Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan Gambar 3 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas atau pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 9
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.639	1.249		.511	.610
	TOTALX1	.297	.088	.374	3.381	.001
	TOTALX2	.458	.095	.533	4.821	.000

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 9 diatas menunjukkan koefisien β merupakan bentuk sebuah persamaan regresi yang dapat dihasilkan sebagai berikut:

$$Y = 0,416 + 0,119 X_1 + 0,559 X_2 + e$$

Dari persamaan diatas maka dapat dijadikan acuan untuk diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Koefisien Konstanta bernilai positif artinya bahwa artinya jika variabel Jumlah X_1 dan X_2 adalah 0, maka nilai Pendapatan akan tetap sebesar 0,416.
2. Nilai Koefisien regresi X_1 adalah sebesar 0,119 yang berarti Jumlah X_1 mengalami peningkatan, maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,119. Sebaliknya setiap terjadi penurunan

nilai pada variabel X_1 maka Y menurun sebesar 0,119.

3. Nilai Koefisien regresi X_2 adalah sebesar 0,559 yang berarti jika X_2 mengalami peningkatan, Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,559. Sebaliknya setiap terjadi penurunan nilai pada variabel X_2 maka Y menurun sebesar 0,559.

Tabel 10
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)
 X_1 Kualitas Pelayanan
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.070	1.380		.776	.440
	TOTALX1	.680	.042	.855	16.350	.000

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Dari tabel 10 Nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan (X_1) adalah sebesar 10,572, dimana nilai ini $> t_{tabel}$ yaitu sebesar 1,985, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan.

Tabel 11
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)
 X_2 Harga
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.151	1.226		1.754	.083
	TOTALX2	.749	.043	.871	17.525	.000

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Dari tabel 11 Nilai t_{hitung} variabel Harga (X_2) adalah sebesar 18,148 dimana nilai ini $> t_{tabel}$ yaitu sebesar 1,985, maka dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 12
Hasil Uji Signifikasi (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	303.103	1	303.103	394.457	.000 ^b
	Residual	72.230	94	.768		
	Total	375.333	95			

a. Dependent Variable: TOTALLY

b. Predictors: (Constant), TOTALX2

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Pada tabel 12 diatas, bisa dilihat bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 180,024 dimana $>$ dari F_{tabel} sebesar 3,09. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (X_1 dan X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Y .

Tabel 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 ^a	.769	.766	.961

a. Predictors: (Constant), TOTALX1

b. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25

Nilai R square sebesar 0,791 dapat diinterpretasikan bahwa kemampuan model Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) menerangkan variasi variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 79,1% dan sisanya dipengaruhi variabel independen lainnya sebesar 20,9%.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil dari pengolahan data ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan. Ini menggambarkan bahwa semakin tinggi Kepuasan Pelanggan maka akan semakin tinggi pula Kualitas Layanan yang akan dilakukan pelanggan pada jasa transportasi Gojek.

Pengaruh Harga (X_1) Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil dari pengolahan data ini menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Ini menggambarkan

bahwa semakin tinggi Harga yang dikeluarkan perusahaan maka akan semakin tinggi pula Keputusan Pelanggan yang akan dilakukan pelanggan pada jasa transportasi Gojek.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Secara bersama-sama Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat Kualitas Pelayanan dan frekuensi Harga yang rendah maka akan semakin tinggi pula intensitas Kepuasan Pelanggan.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelayanan terhadap jasa transportasi gojek pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Hasil pengujian secara parsial (uji t) variabel Kualitas Pelayanan (X_1) nilai $>$ ttabel maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan. Nilai thitung variabel Harga (X_2) $>$ ttabel maka dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dan hasil pengujian bahwa nilai F_{hitung} adalah dimana $>$ dari F_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (X_1 dan X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Y .

Saran yang penting bagi GO-JEK yaitu untuk mampu konsisten dalam memberikan layanan yang bermanfaat kepada konsumen. Memang kedengaran simple mengenai konsisten namun pada nyatanya untuk mampu bertahan dan tetap konsisten itu lebih sulit dibandingkan pada saat meraih konsistensi tersebut. Lebih sulit mempertahankan dibandingkan dengan mencapai suatu tujuan. Di sinilah saran saya untuk GO-JEK dengan memperhatikan betul mengenai konsistensi yang sudah terbentuk, karena jika perusahaan mampu mempertahankan konsistensi promosi dengan mengutamakan kebutuhan dan harapan konsumen akan mudah untuk melaksanakan berbagai bentuk promosi yang lain dengan penuh persiapan dan tentunya pengalaman yang sudah dikantongi.

DAFTAR RUJUKAN

- Artameviah, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian, Bab II Kajian Pustaka 2.1, 12(2004).
- Bago, R., Sutardjo, A., & Anggraini, M. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Els Coffe Di Padang. *Jurnal Matua*, 4(2), 215–226.
- Gulo, M., Zai, K. S., & Lase, N. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1290-1298.
- Juniarti, A. D., Zakaria, T. Z., & Sadiyah, H. S. (2021). Analisa Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Intent: Jurnal Industri dan Teknologi Terpadu*, 4(2), 109-130.
- Kerja et al., (2018) Kerja, P., Cv, P., Deli, S., & Medan, M. (2018). Pengaruh Etika Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan Melalui Profesionalisme Kerja Pada Cv.
- Azmy, N. U., & Chrismardani, Y. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 224-236.
- Sangadji. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*,
- Nst, V. F. H., Gaol, J. L., & Lubis, M. A. (2022). Pengaruh Etika Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan Melalui Profesionalisme Kerja Pada Cv. Sentosa Deli Mandiri Medan. *Jurnal Prointegrita*, 6(3), 201-213.
- Siagian, N. (2021). “Statistika Dasar “ (Konseptualisasi dan Aplikasi), CV.Kultura Digital Media, Surakarta
- Siagian, N. (2024). Analisis Kualitas Produk dan Minat Berwusaha dalam Rangka Pengembangan Usaha Batik Melalui Pemberdayaan Masyarakat di Kecamatan Onan Ganjang Kabupaten Humbang Hasundutan, Vol. 7 No. 3 (2024): *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*
- Siagian, N. (2024). The role of economic policies to adopt renewable energy and digital technology on business decisions and HR management in the Indonesian mining sector, *International Journal of Energy Economics and Policy (IJEPP)* 14 (2), S. 632 - 641.
- Siagian, N. (2024). Leveraging Digital Business Communication for Enhanced Profitability in Global Markets. *Proceedings of International Conference on Social, Politics, Administration, and Communication Sciences*, 1(2), 94-110.
- Siagian, N. (2024). The Influence of Creativity on Welfare Through Self-Efficacy in the Lake Toba Area of Samosir District. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 10(SpecialIssue), 10–17.
- Siagian, N. (2024). Analysis of Socio-Economic Factors That Influence the Level of Public Service Satisfaction In Medan City. *The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research*, 1(01), 74–87.
- Siagian Nalom, (2023). Online Lending Business and Its Criminal Aspect of Collectibility. *Journal on Education*, 5(3), 7400-7405.
- Siagian, N. (2023). The Power of Robots: A Dedication of Computer Science for Human Capitals Management, *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(SpecialIssue), 939–944.
- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada perusahaan jasa ojek online go-jek di kota Kediri). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208-224.