

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN  
(Survei pada Mahasiswa Pengguna Gojek di Universitas Slamet Riyadi Surakarta)**

**Akmal Muhammad Fauzan <sup>1)</sup>**

**Sumaryanto <sup>2)</sup>**

**Retno Susanti <sup>3)</sup>**

1, 2, 3) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta  
e-mail: <sup>1)</sup> akmalfauzan@gmail.com

***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to analyze the significance of the effect of service quality and price on consumer satisfaction of Gojek users. This research is a survey of students of the University of Slamet Riyadi who use Gojek. The study population was an unknown number of consumers using Gojek, Slamet Riyadi University students. A sample of 100 people with a purposive sampling technique. Data collection techniques using kuesioner, observation and literature study. The data analysis technique used multiple linear regression. The results showed that service quality had a significant effect on customer satisfaction. Price has a significant effect on customer satisfaction.*

***Keywords:*** *service quality, price and satisfaction*

**PENDAHULUAN**

Seiring dengan perkembangan zaman yang cepat di era globalisasi, kemajuan di bidang teknologi komunikasi selalu mengalami inovasi yang berdampak bagi kehidupan manusia. Internet merupakan salah satu teknologi yang saat ini banyak digunakan oleh manusia karena kemudahan yang diberikan. Kemudahan dalam mendapatkan informasi dan berkomunikasi antar manusia menjadi faktor ada banyaknya jumlah pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada 2018 terdapat 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet dari total populasi sebesar 264 juta jiwa penduduk Indonesia (www.tekno.kompas, 2019). Hampir seluruh pengguna internet di Indonesia menggunakan perangkat *mobile* untuk menggunakan layanan internet. Pengguna *internet mobile* di Indonesia tercatat mencapai 171 juta atau sebesar 98% dari total pengguna internet (www.tekno.kompas, 2020).

Kehadiran berbagai layanan jasa berbasis *online* saat ini dapat menjangkau langsung konsumen, sehingga mempermudah segala aktivitas kehidupan sehari-hari. Beberapa layanan jasa *online* tersebut terdapat salah satu perusahaan karya anak bangsa yang menciptakan layanan jasa transportasi *online*. Kehadiran jasa transportasi berbasis *online* tersebut memberikan pengaruh bagi masyarakat dalam segala aktivitas dan kelangsungan hidup. Adanya jasa transportasi *online* sangat membantu dalam mempersingkat waktu agar lebih efisien dan efektif (Tresiya, Djunaidi, dan Subagyo 2018).

Layanan transportasi berbasis *online* mulai muncul pada pertengahan tahun 2015. Gojek merupakan salah satu perusahaan yang menjadi *pioneer* layanan transportasi *online* buatan anak bangsa di Indonesia. Bermula dari layanan transportasi ojek *online*, sekarang aplikasi Gojek memiliki lebih dari 20 layanan yang menjadi solusi untuk kendala-kendala masyarakat Indonesia. Gojek menjadi salah satu *platform* teknologi terbesar yang melayani jutaan pengguna di Asia Tenggara dengan mengembangkan tiga Super-app: untuk *customer*, untuk mitra driver, dan juga mitra dagang (www.Gojek.com, 2019).

Gojek menyebutkan bahwa hingga Maret 2019, aplikasi Gojek telah diunduh oleh lebih dari 142 juta kali, dengan lebih dari 2 juta mitra pengemudi. (www.CNBC, 2019). Dapat diartikan sebagian penduduk Indonesia telah menjadi pengguna aktif internet sekaligus menjadi pengguna Gojek. Meskipun bermula dari Ibu kota Jakarta, saat ini Gojek berhasil melebarkan sayapnya ke berbagai daerah Indonesia termasuk wilayah Jawa Tengah (www.Gojek.com, 2019).

Gojek sadar bahwa industri transportasi sangat kompetitif, di antara kompetitor Gojek seperti Grab Bike, *Taxi Online* dan Angkutan umum lain. Hasil survei di Google *Questionary* yang dilakukan oleh Bernadeta Herlinda dalam Mathodah (2019) menunjukkan Gojek memiliki pangsa pasar sebesar 33,6%, Grab Bike memiliki pangsa pasar sebesar 27,2%, dan *Taxi Online* memiliki Pangsa Pasar 15,1%. Data ini menjelaskan bahwa saat ini Gojek masih sebagai *leader market* dalam transportasi *online*, hal ini dapat dilihat di setiap sudut jalanan kota, didominasi oleh mitra Gojek. Data yang menyebutkan jumlah pengguna aktif bulanan Gojek di Indonesia paling banyak dibandingkan dengan aplikasi *on-demand* lainnya, seperti Grab. Pengguna aktif bulanan Gojek menurut penelitian mencapai hampir 22 juta pengguna per bulan dan pengguna Grab mencapai angka 18 juta per bulannya (www.tek.id).

Kota Solo merupakan salah satu wilayah yang tidak luput dari ekspansi perusahaan Gojek. Kota Solo merupakan pusat wilayah eks Karesidenan Surakarta yang meliputi (Sragen, Wonogiri, Sukoharjo, Boyolali, Klaten, dan Karanganyar). Kota Solo yang disebut sebagai “*The Spirit of Java*”, merupakan kota pusat perkembangan peradaban Jawa yang saat ini mengalami perkembangan sangat pesat. Banyak sekali masyarakat dari berbagai wilayah khususnya eks Karesidenan Surakarta yang bermigrasi ke kota Solo dengan tujuan berbisnis dan melanjutkan pendidikan. Meningkatnya jumlah penduduk, tingkat mobilitas semakin tinggi, akan berdampak pada tingginya kebutuhan manusia akan sarana transportasi. Transportasi di Indonesia, masih didominasi oleh pengguna kendaraan pribadi dalam aktivitas harian, disebabkan persepsi sebagian masyarakat yang beranggapan memiliki nilai plus terdiri dari sisi kenyamanan dan keamanan dibandingkan menggunakan transportasi umum.

Permintaan kebutuhan masyarakat yang tinggi dalam memperoleh kemudahan akses untuk mendukung aktivitas harian juga semakin meningkat, tidak hanya sarana transportasi yang nyaman tetapi juga diperhitungkan dari segi efisiensi waktu dan biaya pada kota-kota besar yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi, termasuk kota Solo. Hadirnya layanan Gojek di Kota Solo dianggap memberikan dampak positif kepada masyarakat untuk mendapatkan kemudahan layanan transportasi dengan fitur GO-RIDE dengan harga yang dianggap murah dan akses yang mudah.

Mengacu pada data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) yang dipublikasikan oleh (inet.detik, 2019), bahwa pengguna internet merupakan generasi millennial yang usianya usia 18-24 tahun dengan penetrasi 88,5%. Rentan usia tersebut didominasi oleh mahasiswa maka dapat diartikan bahwa pengguna Gojek adalah kalangan mahasiswa dan Universitas Slamet Riyadi Surakarta merupakan salah satu objek yang dijadikan sebagai objek penelitian.

Menurut Tjiptono (2012: 157) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting bagi layanan transportasi online, tetapi masih ditemukan masalah di Gojek seperti, pengemudi mengendarai sepeda motor dengan kecepatan yang tinggi, pesanan tidak direspon sehingga susah mendapatkan pengemudi, pengemudi tidak sesuai dengan foto di aplikasi Gojek, tidak sesuai dengan prosedur (Oktarini, 2019). Harga didefinisikan oleh Peter dan Olson (2014:240) “*something that consumers must give to get goods or services*” yang artinya sesuatu yang harus diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa. Gojek sebagai perusahaan penyedia layanan jasa Gojek sering kali mengubah tarif sedangkan peningkatan pelayanan belum optimal.

Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam sebuah layanan jasa. Konsumen yang merasa puas pada produk yang digunakannya akan kembali menggunakan produk yang ditawarkan. Sekarang banyak layanan transportasi *online* yang bermunculan dan persaingan semakin ketat. Gojek selalu akan meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan harga yang sesuai agar dapat mempertahankan konsumennya.

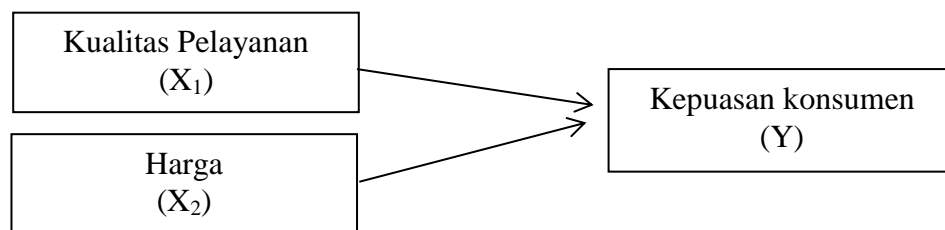
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktarini (2019) menyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Freekley, Jantje, dan Agus (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Tresiya, Djunaidi, dan Subagyo (2018) dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian lainnya oleh Kresnamurti, Suneni, dan Febrilia, (2019) menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas pelayanan dan harga.

### Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk: 1) menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta. 2) menganalisis signifikansi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

### Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran digunakan untuk menunjukkan suatu arah dari penyusunan agar dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah:



**Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran**

Skema kerangka pemikiran tersebut menjelaskan bahwa terdapat dua variabel, yaitu:

1. Variabel bebas: kualitas pelayanan dan harga.
2. Variabel terikat: kepuasan konsumen.

## LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

### 1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan di mana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut (Hardiyansyah, 2011: 40), Kepuasan dapat mengacu menjadi loyalitas. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah pelayanan, yang dapat terjadi apabila antara perusahaan dan pelanggan merasakan kepuasan dalam hal penyampaian produk atau jasa yang disampaikan kepada pelanggan (Tjiptono, 2012: 145). Freekley dan Agus (2018) dan Oktarini (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

## 2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (*a statement of value*) atau perbandingan antara persepsi terhadap manfaat dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk (Tjiptono, 2012: 179). Frekley dan Agus (2018) dan penelitian Kresnamurti, Suneni dan Febrilia (2019) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub>: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian survei pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi pengguna Gojek. Populasi penelitian ini adalah konsumen pengguna Gojek seluruh Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel penelitian sebanyak 100 orang dengan teknik *purposive sampling*. Indikator variabel dalam penelitian ini adalah:

### 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan yang diberikan oleh Perusahaan Gojek kepada konsumen. Indikator yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai status kualitas pelayanan Lupiyoadi (2014:217) adalah berwujud, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kualitas pelayanan diukur menggunakan skala Likert.

### 2. Harga

Harga adalah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang disediakan oleh Gojek. Kotler dan Armstrong (2012: 278) ada lima indikator yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian dengan fasilitas, kesesuaian layanan, kemampuan tarif untuk bersaing dan kesesuaian manfaat. Harga diukur dengan menggunakan skala Likert.

### 3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh setelah menggunakan layanan transportasi Gojek. Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian berdasarkan dari pernyataan Pratiwi (2014: 5), indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen di antaranya keinginan/harapan konsumen untuk tetap menggunakan jasa, keinginan konsumen untuk merekomendasikan kepada orang lain dan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

## Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini berbentuk angket tertutup dimana responden hanya tinggal memberi tanda (√) sesuai dengan kondisi yang sebenarnya, sehingga digunakan skala *Likert* dengan skor Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, jawaban Setuju (S) diberi skor 4, jawaban Netral (N) diberi skor 3, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1. Sebelumnya dilakukan uji validitas dengan korelasi product moment Pearson dan uji reliabilitas menggunakan *cronbach alpha*.

### 2. Studi Pustaka

Pengumpulan data menggunakan studi pustaka dari jurnal penelitian dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian.

## Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Kriteria pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan  $p$  value yaitu apabila  $p$  value  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat.

## HASIL PENELITIAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebanyak 5 pernyataan, harga ( $X_2$ ) sebanyak 5 pernyataan dan kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebanyak 5 pernyataan. Uji validitas menggunakan uji Korelasi *Product Moment Pearson* dengan hasil bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid, karena  $p$  value  $< 0,05$ . Hasil reliabilitas dengan *cronbach alpha* diperoleh nilai kualitas pelayanan (0,827), harga (0,817) dan kepuasan konsumen (0,691) dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* masing-masing variabel  $> 0,60$ .

### Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik asumsi klasik dalam penelitian ini telah dinyatakan bebas dari uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan data terdistribusi normalitas. Hasil uji asumsi klasik pada tabel 1

**Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik	Variabel	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji multikolinearitas	Kualitas Pelayanan	$Tolerance$ (0,834) $>$ 0,10 VIF (1,200) $<$ 10	Tidak terjadi multikolinearitas
	Harga	$Tolerance$ (0,834) $>$ 0,10 VIF (1,200) $<$ 10	
Uji autokorelasi		$p$ (0,688) $>$ 0,05	Tidak terjadi autokorelasi
Uji heteroskedastisitas	Kualitas Pelayanan	$p$ (0,073) $>$ 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	Harga	$p$ (0,599) $>$ 0,05	
Uji normalitas		$p$ (0,200) $>$ 0,05	Data terdistribusi normal

Sumber: Data primer diolah, 2020

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa responden pria sebanyak 59 orang (59,0%) dan wanita sebanyak 41 orang (41,0%). Karakteristik responden berdasarkan fakultas diketahui bahwa responden dari Fakultas Ekonomi sebanyak 30 orang (30,0%), Fakultas Hukum sebanyak 30 orang (30,0%), Fakultas Pertanian sebanyak 5 orang (5,0%), Fakultas ISIP sebanyak 15 orang (15,0%), FKIP sebanyak 15 orang (15,0%) dan Fakultas Teknologi Pangan sebanyak 5 orang (5,0%). Karakteristik responden yang telah menggunakan Gojek sebanyak 2 kali sebanyak 21 orang (21,0%) dan responden yang menggunakan jasa Gojek lebih dari 2 kali sebanyak 79 orang (79,0%). Karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan Gojek diketahui bahwa responden yang menggunakan kurang dari 1 tahun sebanyak 4 orang (4,0%), antara 1 – 2 tahun sebanyak 32 orang (32,0%), menggunakan Gojek selama 2 – 5 tahun sebanyak 53 orang (53,0%) dan yang lebih dari 5 tahun sebanyak 11 orang (11,0%).

## Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis**

Variabel	Koefisien Regresi	t	p value
(Constant)	8,399	5,649	0,000
Kualitas Pelayanan	0,328	4,907	0,000
Harga	0,301	4,283	0,000
F hitung = 35,729			0,000
Adjusted R Square = 0,412			

Sumber: Data primer diolah, 2020

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil tersebut dapat dijabarkan ke dalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 8,399 + 0,328 X_1 + 0,301 X_2$$

Hasil regresi linear yang diperoleh dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta (a): 8,399 bertanda positif, berarti apabila variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) sama dengan nol (0) maka kepuasan konsumen pengguna Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta adalah positif.
- $b_1 = 0,328$  bertanda positif, berarti apabila kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan konsumen pengguna Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta juga mengalami peningkatan dengan asumsi variabel harga dianggap tetap.
- $b_2 = 0,301$  bertanda positif, berarti apabila harga semakin terjangkau, maka kepuasan konsumen pengguna Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta juga akan mengalami peningkatan dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dianggap tetap.

### 2. Uji t

- Hasil uji t pengaruh variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 4,907 dengan *p value* (0,000) < 0,05, maka  $H_0$  ditolak berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta, sehingga  $H_1$  terbukti kebenarannya.
- Hasil uji t pengaruh variabel harga diperoleh nilai t hitung 4,284 dengan *p value* (0,000) < 0,05, maka  $H_0$  ditolak berarti harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta, sehingga  $H_2$  terbukti kebenarannya.

### 3. Uji Ketepatan Model

Hasil uji ketepatan model diperoleh nilai F hitung sebesar 35,729 dengan *p value* 0,000 sehingga < 0,05 berarti model tepat digunakan untuk memprediksi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta

### 4. Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) diperoleh nilai sebesar 0,412 artinya besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta sebesar 41,2%, sedangkan sisanya sebesar 58,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, misalnya adalah kenyamanan dan promosi.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta dengan  $p$  value  $(0,000) < 0,05$ , sehingga  $H_1$  terbukti kebenarannya. Nilai koefisien regresi bertanda positif berarti apabila kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan konsumen pengguna Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta juga mengalami peningkatan. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu dari Freekley, Jantje dan Agus (2018) dan Oktarini (2019) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah pelayanan, yang dapat terjadi apabila antara perusahaan dan pelanggan merasakan kepuasan dalam hal penyampaian produk atau jasa yang disampaikan kepada pelanggan (Tjiptono, 2012: 145). Implikasi penelitian ini adalah dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan adalah perlunya *driver* Gojek memberikan rasa aman dan nyaman kepada konsumen dengan cara berkendara dengan hati-hati, tidak mengebut serta pada saat ini wajib melaksanakan protokol kesehatan.

### 2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta dengan  $p$  value  $(0,000) < 0,05$ , sehingga  $H_2$  terbukti kebenarannya. Nilai koefisien regresi bertanda positif berarti apabila harga semakin terjangkau maka kepuasan konsumen pengguna Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta juga mengalami peningkatan. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu dari Frekley, Jantje dan Agus (2018) dan penelitian Kresnamurti, Suneni dan Febrilia (2019) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (*a statement of value*) atau perbandingan antara persepsi terhadap manfaat dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk (Tjiptono, 2012: 179). Penetapan harga yang terjangkau dalam transportasi online tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Implikasi penelitian ini adalah dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen melalui harga adalah keberanian Gojek dalam penetapan harga yang bersaing dan perlunya terkadang memberikan promo pemberian potongan harga agar konsumen tidak beralih ke transportasi *online* yang lain.

## KESIMPULAN

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Nilai koefisien regresi bertanda positif berarti apabila kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan konsumen pengguna Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta juga mengalami peningkatan. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Nilai koefisien regresi bertanda positif berarti apabila harga semakin terjangkau maka kepuasan konsumen pengguna Gojek pada mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta juga mengalami peningkatan.

## DAFTAR PUSTAKA

Freekley, S, Jantje, L dan Agus, P. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol.6 No.3 Hal. 1658 – 1667.

- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Public*. Gaya Media. Yogyakarta  
<https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551389/pengguna-internet-indonesia-didominasi-milenial>. Diakses pada 1 April 2020
- <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>. Diakses pada 1 April 2020
- <https://www.gojek.com/tentang-gojek/>. Diakses 2 April 2020
- <https://www.tek.id/tek/gojek-rebranding-dan-kalahkan-grab-soal-pengguna-aktif-bulanan-b1Xj29eZz>. Diakses pada 18 April 2020
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Alih Bahasa: Bob Sabran). Erlangga. Jakarta.
- Kresnamurti, Rivai, Suneni, dan Febrilia, I. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab”. *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 1. No. 10, Hal 204–225.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta
- Oktarini, Riri. 2019. “Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan”. *Ilmiah Ilmu Sekretari/Administrasi Perkantoran*. Vol 6. No 2. Hal 1–10.
- Peter, J. P., dan Jerry C. Olson. 2014. *Consumer Behavior & Marketing Strategy: Perilaku Konsumen dan Strategy Pemasaran*. (Alih Bahasa: Diah Tantri). Salemba Empat. Jakarta.
- Pratiwi, Intan. 2014. “Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Tingkat Pelayanan dan Harga Kamar Menggunakan Aplikasi Fuzzy dengan Matlab 3.5”. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*. Vol. 4. No. 2. Hal 66-77.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. Andi Offset. Yogyakarta
- Tresiya, D., Djunaidi, D., dan Subagyo, H. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Kota Kediri)”. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*. Vol 1. No 2. Hal 222.