

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Studi Kasus Pada Gojek di Kota Padang)**

**Reni Anggraini<sup>1</sup>, Sefnedi<sup>2</sup>**

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

**Email : [reniangrn14@gmail.com](mailto:reniangrn14@gmail.com); [sefnedi@bunghatta.ac.id](mailto:sefnedi@bunghatta.ac.id)**

## **PENDAHULUAN**

Transportasi memiliki peran strategis dalam menggerakkan roda perekonomian nasional dibidang transportasi dan juga sektor ekonomi lainnya. Transportasi *online* adalah salah satu contoh perkembangan teknologi berbasis aplikasi disambut cukup baik diawal kemunculannya karena dianggap sebagai inovasi terbaik saat ini. Keunggulan bersaing sangat penting bagi perusahaan. keunggulan bersaing adalah kemampuan dalam memberikan nilai lebih terhadap produknya yang dapat menciptakan manfaat bagi konsumen dibandingkan dengan pesaing lainnya [4]. Pentingnya kualitas Pelayanan ketika merumuskan strategi dan rencana layanan, perusahaan harus fokus pada elemen kualitas layanan untuk menghadapi kepentingan pelanggan [1]. Pentingnya harga berdampak pada konsumen khususnya kepuasan dan loyalitas konsumen semakin menarik variabel harga maka konsumen akan puas dan loyal dengan produk dan jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan [2]. Mendefinisikan digital marketing sebagai penggunaan teknologi untuk membantu aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen dengan cara menyesuaikan dengan kebutuhan mereka.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survei dan peneliti menyebarkan kuesioner untuk pengumpulan data, jenis

penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Padang. Menurut [3]. Penentuan jumlah sampel yaitu jika penelitian dilakukan analisis multivariate (korelasi atau regresi ganda) maka jumlah sampel minimal 20 dikali dari jumlah variabel yang diteliti [3]. Dengan demikian banyaknya sampel untuk penelitian yang memiliki jumlah variabel sebanyak 4, maka jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini adalah minimal sebanyak 80 orang. Untuk mendapatkan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, adapun kriteria yang ditetapkan peneliti adalah sebagai berikut : usia minimal 17 tahun, sebagai tanda telah mampu memberikan keputusan logis dan mandiri, pernah menggunakan aplikasi Gojek di Kota Padang

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Table 1.1 Uji T

Konsntantan dan Variabel Bebas	Koefesien Regresi	T hitung	Sig.	Keterangan
Konstantan (a)	3.537	2.072	0.042	-
Kualitas pelayanan	0.193	1.597	0.114	H1 ditolak
Harga	0.354	2.452	0.017	H2 diterima
<i>Digital Marketing</i>	0.521	6.315	0.000	H3 diterima

Berdasarkan alat uji T pada tabel diatas dapat dijelaskan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut: Variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai koefesien regresi sebesar 0.193 dan t- hitung 1.597 serta signifikan  $0.114 > 0,05$ . Temuan ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Gojek di Kota Padang. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) ditolak, Variabel harga memiliki nilai koefesien regresi sebesar 0.354 dan t hitung 2.452 serta signifikan  $0.017 < 0,05$ . Maka H2 diterima, Dan *Digital Marketing* memiliki nilai koefesien regresi sebesar 0.521 dan t hitung 6.315 serta signifikan  $0.000 < 0,05$ . Maka H3 diterima.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan pada penelitian ini mengemukakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada gojek di kota padang, harga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada gojek di kota padang, dan digital marketing berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada gojek di kota padang.

Disarankan untuk peneliti selanjutnya diharapkan objek yang berbeda, seperti grab, maxim, dll. , disarankan pada peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain sebagai variabel yang mempengaruhi

variabel keunggulan bersaing, dan disarankan pada peneliti selanjutnya untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih besar.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sefnedi, Akmal, dan Sesmita Nelva (2020). The Mediating Effect of Patient Satisfaction on The Relationship between Service Quality, Hospital Image, Trust and Patient Loyalty: *Evidence from Indonesia. International Journal of Research Science & Management*. Vol 7 issue 2. pp 40-49
- [2] Sinurat, E. S., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan mobil suzuki ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- [3] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV AFABETA.

- [4] Sukarmen, P. (2013). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (Gupalas) Pabrik Gula Semboro Ptp Nusantara (Persero). Tesis. Universitas Jember