

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA GO – FOOD PADA APLIKASI GOJEK DI KOTA PADANG

Andy Sofyan¹, Mery Trianita²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta Padang

E-Mail: andysofyan085@gmail.com, merytrianita@bunghatta.ac.id

A. PENDAHULUAN

Salah satu kota di Indonesia yang mendapatkan layanan Go-Jek dengan berbagai bentuk layanan yang ditawarkannya adalah Kota Padang. Di kota tersebut Go-Jek lewat layanan Go-Food menjadi salah primadona pilihan bagi sebagian besar masyarakat. Mengingat layanan tersebut mempermudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan khususnya makanan. Go-Food merupakan layanan 24 jam yang dapat dipesan melalui layanan berbasis online. Walaupun demikian untuk Kota Padang Go-Food mendapatkan pesaing dari sejumlah layanan yang sama seperti Shopee Food, Maxim dan sebagainya, sehingga mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menggunakan layanan Go-Food.

Kepuasan menjadi salah satu faktor penentu yang mendorong masyarakat menggunakan layanan Go-Food. Menurut Kotler et al., (2019) . terdapat sejumlah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan kepuasan konsumen (Masrurul, 2019). Selanjutnya menurut Abdullah dan Rizan (2018) kepuasan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan kepada konsumen untuk mendapatkan manfaat dari layanan jasa dan produk. Masing masing variabel akan mempengaruhi perubahan kepuasan yang dirasakan konsumen dalam menggunakan sebuah jasa khususnya Go-Food.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang membahas adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan Go-Food yang dapat diakses melalui aplikasi Go-Jek di Kota Padang, sedangkan yang menjadi sampel diambil sebanyak 120 orang responden yang dipilih

secara acak. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian secara langsung.

Pengukuran Variabel

Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator yang diadopsi dari Kurniawan et al., (2017) yaitu: Kemudahan menggunakan aplikasi, Penanganan komplain, Driver yang ramah dan sopan dan Kemudahan pembayaran

Kualitas pelayanan (X₁)

Menunjukkan kualitas jasa yang dirasakan pelanggan. Untuk mengukur kualitas pelayanan maka digunakan indikator yang di adopsi dari Kotler dan Keller (2016) yaitu Tangible, reliability, assurance, responsiveness dan empathy

Harga (X₂)

Menunjukkan pengorbanan yang diberikan konsumen untuk mendapatkan pelayanan jasa. Dalam mengukur harga digunakan indikator yang diadopsi dari Wahyudi dan Apriyanto (2021) yaitu jangkauan harga dengan daya beli konsumen, daya saing dengan layanan sejenis, kesesuaian harga dengan manfaat dan kesesuaian harga dengan kualitas pelayan

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang diajukan adalah analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan t-statistik. Kriteria yang digunakan jika $\text{sig} \leq 0.05$ dan sebaliknya. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji t-statistik

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.350	4.525		5.160	.000
	Kualitas Pelayanan	.562	.092	.496	6.125	.000
	Harga	-.517	.140	-.510	-3.692	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas terlihat kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Go-Food. Temuan tersebut menunjukkan semakin tinggi kualitas pelayanan akan semakin meningkatkan kepuasan pengguna Go-Food. Hasil yang diperoleh didukung oleh penelitian Engkur (2018), Karsasih dan Muniarti (2018) , serta hasil penelitian Adyana dan Suprpti (2018) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan juga positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian hipotesis kedua ditemukan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan Go-Food melalui aplikasi Go-Jek di Kota Padang. Temuan ini bertolak belakang dengan penelitian Citra & Flora Patricia (2020) serta hasil penelitian Isnandari (2018) dan Gofur 2019) yang menemukan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

D KESIMPULAN DAN SARAN

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Go-Food di Kota Padang, sedangkan harga tidak terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Go-Food.

Oleh sebab itu disarankan bagi layanan Go-Food diharapkan terus meningkatkan kualitas pelayanannya kepada pelanggan, dalam hal ini, instrumen terpenting yang harus diperbaiki adalah konsistensi layanan, serta meningkatkan kepekaan dan nilai empathy kepada pelanggan, serta lebih stabil mendorong penyesuaian tarif khususnya dimalam hari dan ketika cuaca tidak mendukung atau hujan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdullah, A., & Rizan, M. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Alakasa Extrusindo. *Manajerial*, 9(2), 51. <https://doi.org/10.31479/m.v9i2.21>
- [2] Citra Savitri, & Flora Patricia Anggela. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Xxx. *Buana Ilmu*, 4(2), 234–252. <https://doi.org/10.36805/bi.v4i2.1137>
- [3] Engkur, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 15(1).
- [4] Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- [5] Isnandari, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(3), 104–111.
- [6] Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Victor Goodman, M. R., & Hansen, T. (2019). Marketing management 4th European edition. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3).
- [7] Masrurul, M. M. (2019). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Bangladesh Tourism Industry: An Empirical Study. *Advances In Management*, 12(1), 136–140.