JKBM
(JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)

Available online <http://ojs.uma.ac.id/index.php/bisman>

**Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Kualitas Jasa Terhadap
Kepuasan Konsumen Transportasi Online
di Kota Medan**

***The Effect of Price, Service, and Service Quality on Satisfaction
of Consumer Online Transportation in Medan City***

Mas Intan Purba* & Kristi Endah Ndilosa Ginting**

Fakultas Ekonomi, Universitas Prima Indonesia, Medan, Indonesia

Corresponding *Email: masintanpurba84@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh harga, pelayanan dan kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen transportasi *online* di kota Medan. Sifat dari penelitian ini adalah *explanatory* dan jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 400 orang konsumen pengguna transportasi *online* di kota Medan. Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner yang sudah diuji validitas dan reliabilitas, kemudian diolah menggunakan uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa hasil penelitian ini adalah (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi *online* di kota Medan, (2) Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi *online* di kota Medan, (3) Kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi *online* di kota Medan, (4) Harga, pelayanan dan kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi *online* di kota Medan.

Kata Kunci: Harga, Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Abstract

The purpose of this study is to measure how much influence the price, service and quality of services on customer satisfaction online transportation in the city of Medan. The nature of this research is explanatory and the type of research is quantitative descriptive. The sample of this study was 400 consumers of online transportation users in the city of Medan. Data that has been collected through questionnaires that have been tested for validity and reliability, then processed using classical assumptions and multiple regression analysis. Based on the results of the study, it is known that the results of this study are (1) the price has a positive and significant effect on customer satisfaction online transportation in the city of Medan, (2) Service has a positive and significant impact on consumer satisfaction online transportation in the city of Medan, (3) Quality of service influential positive and significant satisfaction of consumers of online transportation in the city of Medan, (4) Price, service and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction online transportation in the city of Medan.

Keyword: Price, Service, Consumer Satisfaction

How to Cite: Purba, N.I. & Ginting, K.E.N (2018). Pengaruh Harga, Pelayanan, Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Di Kota Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. 5(1): 63-75

PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2015 kemunculan berbagai inovasi mulai berkembang dengan adanya ojek *online* dan taksi berbasis *online* sebagai tanda kemajuan Indonesia pada era digital, sangat banyak manfaat yang bisa dimanfaatkan dari transportasi *online* diantaranya adalah, *customer* hanya tinggal menentukan kemana tujuannya melalui *smartphone* lalu supir transportasi *online* akan datang menjemput. Selain itu jika *customer* sedang malas keluar untuk membeli makan, aplikasi transportasi *online* bisa mengantarkan makanan yang diinginkan, bahkan jika *customer* sedang malas membersihkan rumah, ada juga aplikasi transportasi *online* yang bersedia membersihkan rumah.

Perkembangan dunia transportasi khususnya transportasi darat sangat pesat, dimana perkembangan dan pertumbuhan industri transportasi tersebut tidak lepas dari peningkatan jumlah pengguna jasa transportasi darat yang juga mengalami perkembangan pesat. Di Indonesia keberadaan angkutan umum merupakan sesuatu sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Karena kebutuhan masyarakat Indonesia akan transportasi sangat tinggi maka diperlukan moda transportasi angkutan umum yang bisa menjangkau masyarakat di mana saja. Salah satu solusi untuk

menyelesaikan permasalahan tersebut adalah dengan penggunaan transportasi *online*. Transportasi *online* merupakan transportasi yang memanfaatkan aplikasi sebagai media pemesanan untuk memudahkan konsumen dalam hal pemenuhan kebutuhan transportasi, seperti Go Ride, Go Car, Grab Bike, dan Grab Taxi.

Dengan segala kemudahan yang bisa diterima, masyarakat yang dulunya menggunakan transportasi konvensional kini beralih ke transportasi *online*. Walaupun demikian, transportasi konvensional masih dibutuhkan masyarakat. Berikut ini salah satu buktinya: 1. Dengan menggunakan transportasi konvensional *customer* bisa berpergian sesuai tempat yang diinginkan tanpa harus takut mengalami tersesat di jalan, sebab para supir sudah sangat mengenal jalur yang harus mereka lewati; 2. Transportasi konvensional bisa mengangkut banyak orang, jadi apabila *customer* ingin berpergian dengan keluarga, baiknya *customer* tetap menggunakan transportasi konvensional bukan dengan transportasi *online*; 3. Transportasi konvensional siap melayani *customer*, jika *customer* ingin melakukan perjalanan jauh, sedangkan transportasi *online* tidak dapat melakukan hal tersebut.

Itulah beberapa alasan mengapa masyarakat tidak boleh meninggalkan transportasi konvensional semuanya pasti memiliki kekurangan masing-masing dari berbagai sisi. Transportasi online pun bukan tanpa kelemahannya. Kelemahan yang paling mendasar ialah : 1. Anda akan sulit mengorder transportasi *online* jika aplikasi nya mengalami *error* atau jaringan yang bermasalah. Padahal disatu sisi anda sedang terburu-buru; 2. Ada beberapa transportasi *online* yang sudah menggunakan tarif normal bukan lagi promosi. Tarif normal *online* yang di kenakan bisa sangat mahal dibandingkan transportasi konvensional; 3. Dengan menggunakan transportasi *online* customer tidak bisa berpergian dengan jarak yang sangat jauh,

misalnya pergi ke luar kota atau pergi keluar negeri; 4. *Customer* tidak bisa berpergian dalam satu kendaraan bersama keluarga. Karena kendaraan *online* biasanya mempunyai volume kendaraan yang sangat terbatas. Sekarang semua pilihan berada pada tangan konsumen dan semuanya tergantung pada kebutuhan yang konsumen perlukan walau dalam kehidupan.

(<https://mubasirinmuhammad.weebly.com/blog/alasan-mengapa-anda-membutuhkan-transportasi-konvensional-meski-ada-transportasi-online>).

Di samping beberapa kelemahan transportasi *online* yang dikemukakan diatas, transportasi *online* justru semakin diminati oleh konsumen. Berikut disajikan data pengguna transportasi *online*:

Penghasilan Anda per bulan?
Rp 1.000.000,00

validnews.co

Gambar 1. Pengguna Transportasi Online

Dengan melihat uraian kelemahan transportasi online diatas dibandingkan dengan data pengguna transportasi online yang semakin meningkat, maka fenomena ini sangat begitu menarik untuk diteliti. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana “Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Di Kota Medan”.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen transportasi online di kota Medan?;

Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen transportasi online di kota Medan?;

Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen transportasi online di kota Medan?;

Bagaimana pengaruh harga, pelayanan, dan kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen transportasi online di Kota Medan?

Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepu konsumen transportasi online di kota Medan;

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Medan untuk jumlah penduduk Kota Medan tahun 2015 yang berusia dari 15 tahun sampai dengan 54 tahun berjumlah 1.286.100 orang (sumber:

<http://www.pemkomedan.go.id/hal-kependudukan.html>). Dengan demikian populasi dalam penelitian ini adalah berjumlah sekitar 1.286.100 orang.

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer dan pengumpulan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan angket yang sudah melewati tahap pengujian validitas dan reliabilitas bagi responden penelitian, sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan metode wawancara observasi dan studi kepustakaan dan studi dokumentasi untuk mendukung data primer.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan untuk dapat melakukan analisa regresi berganda. Pengujian tersebut dilakukan untuk menghindari atau mengurangi bias atas hasil penelitian yang diperoleh. Pengujian asumsi

klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Berganda

Model analisis data ini menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*) digunakan rumus analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Harga

X_2 = Pelayanan

e = Persentase Kesalahan
(*Standard Error*)

3. Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2013), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* amat terbatas. Nilai yang

mendekati satu berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependent*. Nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel *independent* ditambahkan ke dalam model.

Menurut Tjiptono (2008) menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Indikator harga yang diukur dalam penelitian ini adalah harga jasa transportasi *online* layak dan terjangkau, transportasi *online* memberikan *discount* pada transaksi tertentu. Pelayanan (*service*) yaitu: “A *Service any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything, its production may or may no be to a physical product*”. Maksudnya yaitu bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Adapun indikator pelayanan yang diukur dalam penelitian ini adalah Keandalan (*Reliability*), Keresponsifan (*Responsiveness*), Jaminan

(*Assurance*), Kepedulian (*Empathy*), Berwujud (*Tangibles*). Menurut Kotler & Keller (2012) menyatakan bahwa jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Adapun indikator kualitas jasa yang diukur dalam penelitian ini adalah Keandalan (*Reliability*), Keresponsifan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Kepedulian (*Empathy*), Berwujud (*Tangibles*). Menurut Kotler (2001) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Adapun indikator kepuasan konsumen yang diukur dalam penelitian ini adalah survei kepuasan, sistem keluhan dan saran, kesesuaian dan kemudahan penggunaan aplikasi layanan jasa transportasi online, kualitas keseluruhan jasa yang diberikan sangat baik.

Adapun kerangka berfikir dapat digambarkan dari gambar I.2 sebagai berikut:

Gambar I.2
Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2013), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Hipotesis 1: Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen transportasi online di Kota Medan;

Hipotesis 2: Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen transportasi online di Kota Medan;

Hipotesis 3: Kualitas jasa berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen transportasi online di Kota Medan.

Hipotesis 4: Harga, pelayanan, dan kualitas jasa berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen transportasi *online* di Kota Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

Hasil Uji Normalitas

Uji ini untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau mendekati normal dilakukan dengan pengujian *Kolmogorov Smirnov Test*. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 1.1. berikut ini

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.73821172
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.036
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		1.324
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060

Gambar 3.1.
Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan tabel 1.1. dan gambar 3.1 diatas diketahui bahwa nilai *Kolmogorov Smirnov Test* sebesar 1,324

dan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,060 lebih besar dari 0,05. Dengan

demikian, model regresi hipotesis Uji ini dilakukan untuk menginformasikan ada atau tidaknya terjadi hubungan antara variabel-variabel

tersebut memenuhi asumsi normalitas. bebas. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 1.2. sebagai berikut:

Tabel 1.2.
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
x1	.898	1.114
x2	.785	1.274
x3	.775	1.290

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai VIF dari kedua variabel di atas bernilai dibawah 10 dan nilai *tolerance* dari kedua variabel di atas

bernilai diatas 0,10. Sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini bebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 1.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.953	1.028		5.789	.000
x1	-.101	.053	-.101	-1.916	.056
x2	.016	.024	.039	.684	.494
x3	-.012	.030	-.022	-.386	.699

a. Dependent Variable: ABS_res2

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 1.3 di atas menunjukkan nilai signifikan dari harga $0,056 > 0,05$,

pelayanan $0,494 > 0,05$, dan kualitas jasa $0,699 > 0,05$. Dengan demikian dari hasil uji di atas dapat dikatakan tidak terjadi

masalah heteroskedastisitas karena nilai *independent* lebih besar dari 0,05.
signifikan dari ketiga variabel

Gambar 4.1
Hasil Uji Scatterplot

Berdasarkan hasil uji sehingga data telah terbebas dari heteroskedastisitas pada gambar heteroskedastisitas. *scatter plot* terlihat data menyebar

Analisis Regresi Berganda Model Penelitian

Tabel 1.4
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.207	1.872		4.917	.000
	x1	.482	.096	.237	5.000	.000
	x2	.163	.044	.189	3.732	.000
	x3	.189	.054	.178	3.486	.001

Kepuasan Konsumen = 9,207 +
0,482 Harga + 0,163 Pelayanan + 0,189
Konstanta sebesar 9,207
menyatakan bahwa jika harga, pelayanan,
dan kualitas jasa bernilai 0 atau konstan
maka kepuasan konsumen bernilai

sebesar 9,207 satuan. Koefisien regresi
harga sebesar 0,482 dan bernilai positif,
hal ini menyatakan bahwa setiap
kenaikan harga 1 satuan akan
peningkatan kepuasan konsumen sebesar
0,482 satuan dengan anggapan variabel

lainnya tetap. Koefisien regresi pelayanan sebesar 0,163 dan bernilai positif, hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan pelayanan 1 satuan akan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,163 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap. Koefisien regresi kualitas jasa sebesar 0,189 dan bernilai positif, hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan pelayanan 1 satuan akan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar

0,189 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.

Koefisien determinasi ditujukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar atau mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 1.5

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.448a	.201	.195	5.760

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel 1.5, diperoleh bahwa nilai koefisien determinasi hipotesis adalah 0,195. Hal ini menunjukkan bahwa 19,5% variasi variabel kepuasan konsumen (Y) dapat

dijelaskan oleh variabel harga (X1), pelayanan (X2), dan kualitas jasa (X3). Sisanya 80,5% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Tabel 1.6

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3296.095	3	1098.698	33.117	.000a
Residual	13137.902	396	33.177		
Total	16433.998	399			

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

Nilai F_{hitung} (33,117) lebih besar dari F_{tabel} (3,02) maka dapat disimpulkan bahwa harga, pelayanan dan kualitas jasa secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen transportasi *online* di kota Medan.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Tabel 1.7

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.207	1.872		4.917	.000
x1	.482	.096	.237	5.000	.000
x2	.163	.044	.189	3.732	.000
x3	.189	.054	.178	3.486	.001

Nilai t_{hitung} harga, pelayanan, dan kualitas jasa (5.000, 3.732, 3.486) lebih besar dari t_{tabel} (1,97190) maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga, pelayanan, dan kualitas jasa.

SIMPULAN

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan

dalam penelitian ini serta sesuai dengan tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan, harga, pelayanan, dan

kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi *online* di kota Medan. Tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih kepada KEMENRISTEK DIKTI yang telah

mendanai penelitian ini dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2013). Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value. Edisi Pertama Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Sugiarto. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andy
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. (2016). Service, Quality, And Satisfaction. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi
- Widjojo, Handyanto, et.al. (2017). Sari-Sari Pemasaran & Aplikasinya Di Dunia Bisnis. Jakarta:Prasetiya Mulya Publishing.