

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Grab pada Mahasiswa Universitas Catur Insan Cendekia Cirebon

Kevin Andreas Suherman<sup>1</sup>, Ika Kartika<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Catur Insan Cendekia

e-mail:kevin.suherman.mb.20@cic.ac.id<sup>1</sup>, ika.kartika@cic.ac.id<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Grab pada Mahasiswa Universitas Catur Insan Cendekia Cirebon. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dan pengukuran indikator menggunakan skala likert. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui google formulir yang terdiri dari 15 pernyataan dengan jumlah responden sebanyak 75 orang ditentukan dengan Teknik purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan SPSS versi 18. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis melalui uji t, uji f, uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Persentase pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 65,6% dan 34,4% dipengaruhi variabel independen lainnya yang tidak ada dalam penelitian.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan.

### Abstract

*This study aims to determine the effect of service quality and price on Grab customer satisfaction in students of Catur Insan Cendekia University Cirebon. The research method used is descriptive quantitative method and measuring indicators using a Likert scale. Data collection was carried out by distributing questionnaires via Google forms consisting of 15 statements with a total of 75 respondents determined by purposive sampling technique. The analysis technique used was SPSS version 18. Data analysis used validity test, reliability test, descriptive analysis, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing through t test, f test, coefficient of determination test. The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction, price had a positive and significant effect on customer satisfaction, and service quality and price together had an effect on customer satisfaction. The percentage effect of service quality and price on customer satisfaction is 65.6% and 34.4% is influenced by other independent variables that are not in the study.*

**Key words:** Service Quality, Price, and Customer Satisfaction.

## 1. PENDAHULUAN

Transportasi merupakan sebuah sarana penunjang penting dalam mendukung masyarakat yang memiliki mobilitas sebagai aktivitasnya sehari-hari. Transportasi dapat meringankan aktivitas masyarakat seperti perekonomian pengiriman barang atau jasa, angkutan penumpang dan sebagainya. Semakin banyaknya transportasi maka akan semakin meringankan masyarakat dalam perekonomian. Saat ini banyak sekali permasalahan yang muncul ditengah masyarakat mengenai keluhan

transportasi umum seperti pelayanan yang kurang memuaskan, fasilitas tidak layak pakai, ketidakefisienan dalam beraktivitas dan masih banyak lagi.

Jasa transportasi yang berbasis aplikasi online menyediakan pelayanan untuk membantu masyarakat melakukan rutinitas dalam meningkatkan efisiensi dan mobilitas yang padat. Jasa transportasi online adalah jasa yang memberikan pelayanan baik, namun dalam memahami kebutuhan dan kepuasan konsumen masih terbatas. Untuk dapat memenuhi

kebutuhan konsumen, perusahaan harus mengikuti perkembangan teknologi. Persaingan antar jasa transportasi online banyak didasari pada sebuah bentuk teknologi yang lebih maju dan efisien bagi perusahaan jasa.

Grab merupakan sebuah perusahaan dibidang layanan jasa transportasi ojek, yang tujuannya untuk menghubungkan para driver dengan konsumen Grab. Saat ini Grab tidak asing lagi dikalangan masyarakat khususnya yang berada didaerah perkotaan. Hal ini membuat Grab ingin terus mempertahankan pelanggannya dan memberikan pelayanan terbaik karena kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor yang menyebabkan timbulnya kepuasan konsumen Aspiani (2017). Sebagai suatu perusahaan yang ingin jasanya dikenal maka tentunya Grab gencar melakukan promosi salah satunya dengan cara memberikan berbagai potongan harga ataupun harga promo kepada konsumen dengan memberikan kode promo melalui aplikasi yang diciptakan oleh Grab demi memenuhi kepuasan pelanggan.

Menurut Lupiyoadi dalam Parasuraman dkk (2013), Kualitas jasa didefinisikan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas Pelayanan juga salah satu kunci utama dari kepuasan pelanggan. Inti dari kualitas pelayanan ini adalah keandalan, responsivitas, empati, jaminan, dan bukti fisik. Hal ini dikarenakan pelanggan akan senang apabila driver Grab ramah dan cekatan dalam merespon kebutuhan mereka. Penampilan Grab yang menarik juga dapat memberikan kesan positif dari konsumen bagi perusahaan. Selain itu yang tidak kalah penting adalah kemampuan driver Grab menjemput dan mengantarkan pelanggannya ke tempat tujuan dengan juga merupakan kunci dari pelayanan yang berkualitas.

Konsumen yang puas mengindikasikan kinerja dari jasa yang diberikan oleh Grab sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi dari konsumen sendiri. Beberapa indikator yang menentukan kepuasan konsumen antara lain kualitas pelayanan, harga, promosi, dan nilai pelanggan. Sebelum pelanggan memutuskan untuk memilih layanan Grab dibandingkan layanan lainnya dari pesaing sejenis, pelanggan terlebih dahulu akan

melihat tawaran mana yang memberikan harga yang murah kepada pelanggan. Artinya bahwa pelanggan akan memperkirakan seberapa besar manfaat yang akan didapat seorang pelanggan yang menggunakan layanan Grab dan seberapa besar biaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan layanan tersebut. Setelah itu pelanggan akan membandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh layanan jasa transportasi online dari perusahaan lain. Hal ini tentu saja masuk akal karena setiap pelanggan ingin memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya dari suatu produk atau jasa yang digunakannya.

Menurut laporan dari Liputan6.com, Kepuasan masyarakat terhadap pelayanan transportasi online sebanyak 41 persen konsumen pernah dikecewakan oleh pelayanannya dan sebaliknya, 59 persen konsumen mengaku cukup puas terhadap pelayanan transportasi online. Beberapa faktor masalah yang dikeluhkan konsumen antara lain: pengemudi minta dibatalkan, sulit mendapatkan pengemudi, pengemudi membatalkan secara sepihak, aplikasi maps error, pengemudi tidak datang, pengemudi ugal-ugalan, kendaraan bau asap rokok, kondisi kendaraan yang kurang baik, dan pengemudi merokok saat mengemudi. Dalam rangka memuaskan konsumen maka diperlukan untuk mendesak adanya standar pelayanan minimal untuk menjamin pelayanan yang terukur bagi konsumen.

Menurut survei Institute for Development of Economics and Finance (INDEF), mencatat saat ini Gojek menjadi layanan transportasi online yang paling banyak digunakan konsumen Indonesia. Aplikasi besutan PT. Go-To Gojek Tokopedia itu digunakan oleh 82% responden. Adapun yang menggunakan layanan transportasi online Grab, Maxim, dan InDriver yang proporsinya lebih kecil seperti yang terlihat pada grafik diatas.

Preferensi tersebut dipengaruhi kepuasan konsumen terhadap kinerja aplikasi masing-masing brand. Dalam hal kemudahan Gojek mendapatkan skor kepuasan konsumen 3,39 dari skala 0-4. Angka itu lebih tinggi dibanding Grab yang mendapat skor 3,27, sekaligus diatas rata-rata industri transportasi online yang skornya 3,30. Konsumen menilai Gojek sebagai brand paling memuaskan karena memberikan rasa

aman paling tinggi bagi konsumen. Total responden berjumlah 2.310 orang oleh kalangan konsumen transportasi online. Sebanyak 51,6% responden laki-laki dan 48,4% responden perempuan. Mayoritas responden berusia antara 20-30 tahun (54,16%) dan 30-49 tahun (43,2%), dengan pendapatan perbulan rata-rata Rp. 2,5 juta-Rp. 5 juta (25,66%).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Riri Oktarini (2019), menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan dengan menggunakan uji F diketahui memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek kota Tangerang. Hendy Tannady, Yohanes Totok Suyoto, Edi Purwanto, dan Adhika Ibnu Anugrah (2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan First media di Pondok Aren Tangerang Selatan sebesar 81,5%. Sri Mulyati, Umban Adi Jaya (2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Grab Kota Sukabumi.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti sangat tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut untuk dijadikan bahan kajian dalam penelitian ini dengan judul yang diambil oleh peneliti adalah "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Grab pada Mahasiswa Universitas Catur Insan Cendekia Cirebon".

## METODE PENELITIAN

### 2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Ariyanto (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 diperusahaan.

Tjiptono dan Chandra (2020), konsep kualitas dianggap sebagai "ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas design dan kualitas kesesuaian (Conformance Quality)". Yang dimaksud kualitas adalah apabila beberapa faktor memenuhi harapan konsumen seperti pernyataan tentang kualitas oleh Tjiptono dan Chandra (2020), "Kondisi

dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan".

Kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Marnovita (2020) adalah salah satu cara yang dimiliki oleh sebuah industri untuk secara terus menerus melakukan perubahan dan perbaikan mutu mengenai proses, produk dan pelayanan. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Maisarah et al., 2020).

### 2.2 Harga

Kotler dan Amstrong (2020) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa dimana jumlah nilai ini ditukarkan dengan manfaat-manfaat atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Faktor harga dalam sebuah brand sangat penting untuk ditetapkan dan ditentukan didalam sebuah produk perusahaan. Pada dasarnya penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan dapat berpengaruh terhadap keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan dalam mengatur tingkat perekonomian. Menurut Bashu Swastha (dalam Nasution dkk, 2020) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga memiliki persepsi yang berbeda-beda menurut pandangan setiap orang dalam menentukan keputusan pembelian. Sedangkan menurut Kotler dalam Sunyoto (2019:131), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu.

### 2.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut pendapat Kotler dan Keller (2018:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Indrasari (2019:87) berpendapat bahwa kepuasan

pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya. Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Kepuasan pelanggan adalah suatu sikap penilaian yang diberikan terhadap suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa (Lovelock dan Wirtz 2011:74).

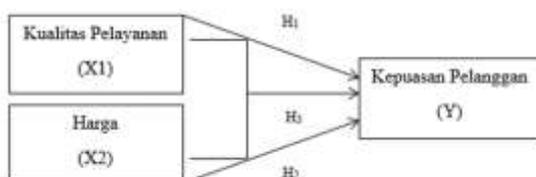
**Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dimana data dalam penelitian ini menganalisis penganruh antar variabel dengan menggunakan teknik analisis. Metode penelitian kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya sistematis, terencana, dan tersusun dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

**Penelitian Terdahulu**

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atastingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Maisarah et al., 2020). Hal ini diperkuat oleh jurnal yang diteliti oleh Febry Setiawan, Srie Wijaya Kesuma Dewi, dan Musafa tahun 2022 dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Kota Bandung”. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Terdapat pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan secara signifikan.

**Kerangka Pemikiran**



**Lokasi Penelitian**

Berdasarkan judul penelitian ini, maka lokasi penelitian dilaksanakan di Kampus Universitas Catur Insan Cendekia Cirebon, Jawa Barat yang beralamat di Jalan Kesambi No. 202.

**Populasi**

Populasi bukan hanya jumlah pada subjek yang diteliti, tetapi termasuk seluruh karakteristik yang dimiliki subjek untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016), Populasi merupakan seluruh objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala, nilai tes bahkan peristiwa sebagai sumber data yang dimiliki karakteristik tertentu (Margono, 2004).

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Catur Insan Cendekia Cirebon sebanyak 1.874 Mahasiswa. Data yang diperoleh dari Pangkalan Data Pendidikan Tinggi PDDkti.kemdikbud.go.id.

**Sampel**

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yaitu konsumen Grab pada Mahasiswa Universitas Catur Insan Cendekia. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini berjumlah 75 sampel. Yang didapatkan dari jumlah pernyataan dikali 5.

**Sumber Data**

Sumber data penelitian yaitu sumber subjek dari tempat mana bisa didapatkan. Sumber data pada penelitian kali ini adalah menggunakan data primer. Data primer data yang didapat oleh peneliti langsung, peneliti melakukan pengumpulan data dengan survei menggunakan kuesioner. Data penelitian ini didapatkan dari kuisisioner yang diisi oleh responden.

**Teknik Pengumpulan Data**

Metode Kuesioner dalam sampel ini menggunakan instrumen berupa kuesioner untuk memperoleh data. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data efisien secara tidak langsung yang berisi pertanyaan yang disusun sitematis yang dijawab oleh responden berdasarkan pandangannya (Sugiyono, 2018). Kuesioner dalam penelitian ini diberikan pada responden dilakukan dengan Google Form dengan menggunakan skala likert, dimana dijabarkan menjadi indikator variabel dan kemudian disusun menjadi pernyataan.

**Tabel 3.2 Skala Likert**

Skala Likert	Skor atau Nilai
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Teknik Analisis Data**

**a. Uji Validitas**

Fungsi uji validitas untuk mengetahui sejauh mana ketetapan dalam instrumen pengukuran dan melakukan fungsi ukurannya agar mengetahui sebuah instrument tersebut valid atau tidak valid. Instrumen dikatakan valid apabila skor total lebih dari 0.5 (>50%). Berdasarkan perhitungan uji validitas, jika dihasilkan r hitung > r tabel, maka butir pernyataan dikatakan valid, sedangkan jika r hitung < r tabel, maka butir pernyataan dapat dikatakan tidak valid dan dinyatakan butir pernyataan drop.

**b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah uji instrumen pengumpulan data untuk mengetahui sejauh mana ketahanan (kehandalan) data tersebut (Yusuf & Daris, 2019). Penelitian dapat dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama (Duli, 2019). Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila, sebagai berikut :

1. Apabila nilai instrumen Cronbach Alpha > 0,70 maka data yang akan diteliti memiliki keandalan yang cukup kuat.
2. Apabila nilai koefisien Cronbach Alpha < 0,60 dapat disimpulkan maka data yang akan diteliti memiliki keandalan suatu data telah mencukupi.
3. Apabila nilai koefisien Cronbach Alpha < 0,60 dapat disimpulkan bahwa data yang akan diteliti belum dapat diandalkan untuk menjelaskan hasil penelitian.

**c. Analisis Regresi Linear Berganda**

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh variable bebas (Independen) terhadap variabel tak bebas (Dependen) yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa Universitas Catur Insan Cendekia.

Bentuk analisis linier berganda ini memiliki bentuk umum persamaan sebagai berikut :

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

Sumber : Fajri, 2021

**d. Uji Parsial (Uji T)**

Digunakan untuk menguji apakah pernyataan hipotesis benar. Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dimana ketentuan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

kriteria dalam pengujiannya adalah apabila nilai thitung > ttabel maka H0 ditolak dan Ha diterima (variable independent secara parsial berpengaruh terhadap variable independent) dan sebaliknya apabila nilai thitung < ttabel maka H0 diterima dan Ha ditolak (variable independent secara parsial tidak berpengaruh terhadap variable dependent).

Untuk mengetahui masing-masing variable independent berpengaruh secara parsial terhadap variable dependent dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

Jika sig < 0,05 maka H0 ditolak maka Ha diterima

Jika sig > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak

**e. Uji F**

Uji F digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat.

Dengan ketentuan rumus sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Dengan kriteria jika Fhitung > Ftabel, maka Ha diterima (variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen) begitu pun sebaliknya, untuk mengetahui masing-

masing variable independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen dengan probability sebesar 5% atau 0,05.

Jika sig < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Jika sig > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak.

**f. Uji Koefisien Determinasi (R2)**

Fungsi dari uji R2 yaitu untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Uji R2 dinyatakan dalam persentase yang nialinya berkisaran antara 0<Kd<1.

Rumus koefisien determinasi adalah :

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Determinasi

**Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas**

Item	rhitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,656	0,1914	Valid
X1.2	0,634	0,1914	Valid
X1.3	0,637	0,1914	Valid
X1.4	0,720	0,1914	Valid
X1.5	0,624	0,1914	Valid
X1.6	0,745	0,1914	Valid
X1.7	0,664	0,1914	Valid
X1.8	0,624	0,1914	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023

**b. Hasil Uji Reliabilitas**

Dalam pengujian reliabilitas, suatu item dinyatakan reliabel apabila nilai cronbach alpha (α) > 0,60 maka alat ukur bersifat konsisten dan cermat. Uji reliabilitas menggunakan SPSS Statistic 18 for windows menghasilkan sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas**

Item	rhitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,804	0,1914	Valid
Y.2	0,775	0,1914	Valid
Y.3	0,846	0,1914	Valid

R : Nilai korelasi berganda

100% : Persentase kontribusi

Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut :

Jika nilai Kd mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin kecil.

Jika nilai Kd mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang semakin kuat.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1. Hasil Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan kepada setiap pernyataan yang diajukan kepada responden. Uji validitas korelasi pearson product moment diukur dengan membandingkan nilai koefisien korelasi (rhitung) dan rtabel dengan menggunakan SPSS Statistic 18 for Windows. Item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai rhitung > rtabel. Uji validitas dengan 75 responden dengan α = 0,05 untuk uji satu arah maka nilai rtabel adalah 0,1914.

Item	rhitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,796	0,1914	Valid
X2.2	0,782	0,1914	Valid
X2.3	0,836	0,1914	Valid
X2.4	0,839	0,1914	Valid

Variabel	Alpha Cronbach	Role of Thumb	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,816	0,60	Reliabel
Harga	0,827	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,726	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023

**c. Hasil Analisis deskriptif**

Statistik dalam penelitian ini meliputi nilai minimum, maximum, sum, mean, dan standar deviasi dari kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Analisis deskriptif data yang diambil untuk penelitian ini yaitu dengan menggunakan 75 responden.

Dalam penelitian ini dicari informasi bagaimana tingkat kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan, untuk mencari informasi tersebut peneliti menggunakan SPSS versi 18.

**Tabel 3.3 Hasil Analisis Deskriptif**

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Dev.
Kualitas Pelayanan	75	8	32	1888	25,15	
Harga	75	4	18	828	11,01	
Kepuasan Pelanggan	75	3	12	666	8,88	
Valid N (listwise)	75					

Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS, 2023

**d. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Tabel 3.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien B	Standar Error
Konstanta	0,832	0,824
Kualitas Pelayanan	0,129	0,038
Harga	0,436	0,057

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023

Dari persamaan diatas maka dapat diinterpretasikan nilai konstanta kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,832 artinya jika pengaruh kualitas pelayanan dan harga dalam keadaan tetap atau tidak terjadi perubahan maka kepuasan pelanggan sebesar 0,832.

Nilai koefisien X1 sebesar 0,129, artinya bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X1 (Kualitas Pelayanan) sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan meningkat 0,129. Begitupun sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X1 (Kualitas Pelayanan) sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan menurun sebesar 0,129. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Nilai koefisien X2 sebesar 0,436, artinya bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X2 (Harga) sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,436. Begitupun sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X2 (Harga) sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan menurun sebesar 0,436. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Harga dengan kepuasan pelanggan.

**d. Hasil Uji T**

**Tabel 3.5 Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,832	,824		1,009	,318
	Kualitas Pelayanan(X1)	,129	,038	,279	3,414	,001
	Harga(X2)	,436	,057	,626	7,660	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan(Y)

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023

Nilai ttabel diperoleh dari  $t(\alpha/2 : n-k-1) = t(0,025 : 75-2-1) = t(0,025 : 72) = 1,99346$ . Maka secara parsial pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat

diuraikan sebagai berikut:

Nilai thitung variabel kualitas pelayanan sebesar  $3,414 > 1,99346$  dengan sig  $0,001 < 0,05$ . Artinya nilai thitung  $>$  ttabel, dan sig  $< 0,05$  maka H1 diterima yang berarti secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Nilai thitung variabel harga sebesar  $7,660 > 1,99346$  dengan sig  $0,000 < 0,05$ . Artinya nilai thitung  $>$  ttabel dan sig  $< 0,05$  maka H2 diterima yang berarti secara parsial variabel harga berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan.

**f. Hasil Uji F**

**Tabel 3.6 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	152,029	2	76,015	68,507	,000 <sup>b</sup>
	Residual	79,891	72	1,110		
	Total	231,920	74			

a. Predictors: (Constant), Harga(X2), Kualitas Pelayanan(X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan(Y)

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji f, jika nilai fhitung  $>$  ftabel dan nilai sig  $0,05$  maka H3 diterima. Dan jika nilai fhitung  $<$  ftabel dan nilai sig  $>$   $0,05$  maka H3 ditolak.

Nilai ftabel diperoleh dari  $f(k ; n-k) = f(2 ; 73) = 3,12$ . Didapatkan fhitung sebesar  $68,507 >$  ftabel  $3,12$  dengan f sig  $0,000 < 0,05$  maka H3 dapat diterima. Dapat diartikan bahwa secara bersama-sama atau simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

**g. Hasil Koefisien Determinasi**

**Tabel 3.7 Hasil Koefisien determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810	,656	,646	1,053

a. Predictors: (Constant), Harga(X2), Kualitas Pelayanan(X1)

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 3.7 dapat diketahui nilai R square sebesar 0,656, dapat diartikan bahwa persentase pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 65,6% dan 34,4% dipengaruhi variabel independen lainnya yang tidak ada dalam penelitian.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan hasil analisis data, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hanya saja masih terdapat beberapa item variabel kualitas pelayanan yang menjadi perhatian Grab mengenai pelayanan, yaitu mengenai penampilan dan kelengkapan pada atribut dan kesesuaian plat nomor kendaraan driver yang belum sesuai.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, uji dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hanya saja masih terdapat beberapa item variabel harga yang harus menjadi perhatian Grab, yaitu mengenai harga yang ditawarkan oleh Grab belum sesuai dengan kualitas yang di inginkan.
3. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hanya saja masih terdapat item variabel kepuasan pelanggan yang menjadi perhatian bagi Grab, yaitu rasa nyaman dengan keramahan dan etika driver Grab atas jasa yang diberikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afan Zaini, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen "Warung Bek Mu 2" Banjarnayar Paciran Lamongan). *Pemasaran Jasa*, 1(1), 15.
- Darno, D., Yanthy, S., & Yosepha, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Tokopedia Di Jakarta Timur. *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 39–50. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/108>
- Ii, B. A. B. (2017). Bab ii kajian pustaka 2.1. 2016, 9–29.
- Kualitas, P., & Dan, P. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan gojek di kota bandung. 4(1), 57–65.
- Tambunan, D. M. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA KARTU TELKOMSEL DI KELURAHAN SARULLA, KECAMATAN PAHAE JAE, KABUPATEN TAPANULI UTARA. 4. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/8475>
- Manajemen, M. P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Negeri, U. I., Utara, S., Saragih, N., & Azhari, M. T. (2022). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen ( JIKEM )*. 2(2), 2548–2564.
- Manajemen, P., Bangsa, U. P., Marketing, R., & Konsumen, K. (2022). No Title. 11, 298–313.
- Mulyati, S., Adi Jaya, U., Sukabumi, K., & Barat, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ojeg Online (Studi pada Grab di Kota Sukabumi). *IMWI Student Research Journal*, 2(2), 23–33.
- Nugroho, A. M., & Kurniawan, J. E. (2022). KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO RITEL MASA PANDEMI COVID-19. 8, 39–49.
- Nurmala, L., Yusuf, A. S., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab. *Journal on Education*, 5(2), 1950–1957. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.836>
- Rauf, I., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Makassar, U. M. (2022). No Title.
- Riset, J., Prodi, M., Fakultas, M., & Unisma, B. (n.d.). Vol. 12. No. 02 ISSN : 2302 - 7061. 12(02), 221–232.
- Sani, S. A., Silalahi, P. R., Alkahfi, M. A., & Harahap, A. M. (2022). Pengaruh Kualitas

- 
- Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Sistem Online Trading Berbasis Syari'ah: Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 5(4), 1623–1637.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1864>
- Solehudin, D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT . Cometech Indonesia Jakarta. 8114.
- Haribowo, R., Bilgies, A. F., Verawaty, V., & ... (2022). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endoser Terhadap Purchase Decision Produk Bakery Bittersweet By Najla. Management ..., 3(October), 3220–3230.  
<https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/1170%0Ahttps://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/1170/784>
- S, N. P. H., Budi, I. S., Purnomo, A., Syariah, E., Islam, F. S., Islam, U., Mab, K., Syariah, E., Islam, F. S., Islam, U., & Mab, K. (2022). DAMPAK PENDIRIAN KOTA CINEMA MALL ( KCM ) TERHADAP PEREKONOMIAN PELAKU USAHA DI SEKITAR KOTA CINEMA MALL ( KCM ) BELITUNG DARAT KOTA BANJARMASIN. 0–5.