



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (GRAB) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOTA AMUNTAI TENGAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (GRAB) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOTA AMUNTAI TENGAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

Fakhri¹, Gusti Muhammad Hidayatullah²

^{1,2} Administrasi Publik Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

E-mail: stiafakhrimap@gmail.com¹

ARTICLE INFO

Correspondent

Fakhri

stiafakhrimap@gmail.com

Key words:

service quality, prices,
customer satisfaction

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 195 – 208

ABSTRACT

the influence of service quality and prices of grab online transportation on customer satisfaction in Central Amuntai City, Hulu Sungai Utara Regency. this research aims to determine the effect of service quality and online transportation prices on satisfaction in Central Amuntai City, Hulu Sungai Utara Regency. the type of research used is quantitative descriptive research. data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 grab user respondents In Central Amuntai City. this research uses multiple linear regression analysis methods. the results of this research show that: (1) the quality of online grab transportation services has no significant effect on customer satisfaction In Central Amuntai City, Hulu Sungai Utara Regency (2) the price of online grab transportation has a significant effect on customer satisfaction in Central Amuntai City, Hulu Sungai Utara Regency.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Koresponden Fakhri <i>stiafakhrimap@gmail.com</i> Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan Website: <i>https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</i> Hal: 195 – 208	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Transportasi Online Grab terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga transportasi online terhadap kepuasan di Kota Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. pengumpulan data dilakukan dengan membagi kuesioner kepada 100 responden pengguna grab di Kota Amuntai Tengah. penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas pelayanan transportasi online grab tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kota Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara (2) harga transportasi online grab berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kota Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara. <i>Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.</i>

PENDAHULUAN

Di era yang semakin modern saat ini serta adanya perkembangan pada pendidikan dan juga perekonomian masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang/alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Oleh karena itu pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba menggaet konsumennya dengan peningkatan pelayanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan armada, ketepatan waktu dan lain sebagainya. Di Indonesia banyak dijumpai sepeda motor juga melakukan fungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang/barang dan memungut biaya yang disepakati moda transportasi jenis ini dikenal dengan nama ojek.

Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan. Sebelumnya ojek memakai sistem pangkalan berbasis wilayah contohnya di Pasar, Rumah Sakit dan mulut-mulut gang. Pengendara ojek dari wilayah lain tidak bisa sembarangan “mangkal” di suatu wilayah tanpa ijin dari pengendara ojek di wilayah tersebut. Untuk menggunakan jasa ojek pun, pemakai jasa harus membayar dengan kontan dan tak jarang sering tawar-menawar. Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek online yang dikenal dengan nama Go-Jek, Grab Bike, KAJEK dan masih banyak lagi sesuai dengan daerah masing masing. Semua sama memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda, namun dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi telepon genggam maupun website.

Jasa transportasi online yang kini hadir telah menggunakan aplikasi dan sangat amat berpengaruh pada berbagai aktifitas secara cepat dan efisien. Menggunakan aplikasi smartphone, dengan mudahnya pelanggan untuk menemukan ojek yang dekat, kemudian meminta ojek tiba ke kawasan yang diperlukan serta meminta mereka buat mengantarkan hingga ke tujuan. Saat ini di Indonesia khususnya di kabupaten Hulu Sungai Utara banyak bermunculan jasa transportasi online di antaranya ialah Grab.

Grab adalah sebuah platform untuk memesan kendaraan roda dua dan roda empat terkemuka di Asia Tenggara. Grab didirikan oleh Anthony Tan. Grab berawal dari aplikasi untuk memesan taksi pada 2012, lalu mengembangkan platform aplikasinya dimana terdapat layanan untuk memesan mobil sewa (Grab Car), ojek online (Grab Bike), carpooling (Grab Hitch) dan layanan untuk memesan kurir (Grab Express). Grab mentransformasikan layanan sebagai suatu perusahaan teknologi mobile yang terbesar di Asia Tenggara, yang menghubungkan jutaan pelanggan dengan jutaan kawan pengemudi, pedagang, dan juga usaha. Layanan grab saat ini sudah sampai ada di Filipina, Singapura, Indonesia, Thailand, Malaysia, dan Vietnam.

Grab muncul di Indonesia pada tahun 2014 dengan mendirikan perusahaan yang bernama PT Grab Indonesia. Perusahaan ini berhasil menggaet pengemudi sebanyak 4 juta di tahun 2020. Di kota Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara sendiri sudah banyak pemakai jasa transportasi online Grab. Sejalan dengan perkembangannya, Grab semakin meningkat dan banyak dibutuhkan. Hadirnya layanan Grab di kota Amuntai di kabupaten Hulu Sungai Utara di tanggal 26 Juni 2018, sejak hadirnya Grab di kota Amuntai menjadi sarana alternatif masyarakat buat perjalanan. Grab telah jadi solusi pertama dalam pesan antar makanan, mengirimkan barang, dan bepergian pada saat padat kendaraan. Beroperasi di kota Amuntai kabupaten Hulu Sungai Utara kurang lebih 5 tahun. Masyarakat merasa lebih praktis dan cepat menggunakan Grab dengan tarif yang lumayan terjangkau.

Grab Motor (Bike) mengalami peningkatan yang pesat di Indonesia. Grab Bike meningkat lebih dari 250 kali pada pertengahan 2015. Layanan ojek online saat ini jadi bagian terbesar dari bisnis Grab menyeluruh yang juga meliputi pemesanan layanan kurir dan taksi. Di tahun 2016 layanan Grab Bike di Indonesia sendiri telah naik 300 persen serta dapat melakukan pengurangan subsidi buat setiap trip yang diselesaikan sebanyak 50 persen. Hal ini memperlihatkan tingginya keterlibatan serta keterlekatan pengguna di platform Grab. 1 dari banyaknya pengguna yang aktif pada bulanan Grab di Indonesia telah menggunakan lebih banyaknya layanan pada Grab. Grab Bike mencetak prestasi berupa mendapatkan setengah juta pesanan pada waktu singkat. Dalam hal ini rakyat Indonesia menghargai layanan yang dapat mengantarkan mereka tiba di daerah tujuan menggunakan cara yang paling efisien serta aman. Itulah makanya Grab Bike digemari oleh para pengguna.

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur bagi penyedia jasa layanan transportasi bagaimana hal kedepannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain.

Kepuasan pelanggan tidak hanya bisa diraih dengan kualitas pelayanan saja, akan tetapi ada faktor-faktor lain yang dapat mendukung terpenuhinya kepuasan konsumen. Zeithmal dan Bitner (2003) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas layanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan atau jasa, faktor situasi, dan faktor pribadi dari pelanggan. Sehingga dengan adanya faktor-faktor tersebut dapat membuat pebisnis berfikir lebih dengan memberikan sesuatu hal yang baru agar dapat membuat pelanggan tertarik.

Kualitas pelayanan juga salah satu kunci utama dari kepuasan pelanggan. Inti dari kualitas pelayanan ini adalah keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik. Hal ini dikarenakan pelanggan akan senang apabila pengemudi Grab ramah dan cermat 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 tepat juga merupakan kunci dari pelayanan yang berkualitas.

Konsumen adalah satu-satunya yang dapat menilai baik buruknya suatu kualitas pelayanan. Konsumen dapat menilai apakah pelayanan yang telah diterima sesuai dengan pelayanan yang diharapkan. Layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan menentukan konsumen untuk kembali lagi dan menggunakan layanan, atau dengan kata lain perusahaan dapat memuaskan konsumen sehingga menciptakan loyalitas konsumen.

Dengan konsumen yang puas, maka konsumen cenderung memiliki reaksi positif terhadap perusahaan di masa yang akan datang. Pemenuhan kepuasan konsumen sendiri dilakukan dengan memberikan jasa sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen. 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 di bandingkan layanan lainnya dari pesaing sejenis, pelanggan terlebih dahulu akan melihat tawaran mana yang akan 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 didapatkan jika pelanggan tersebut menggunakan layanan transportasi online dari perusahaan lain. Hal ini tentu saja masuk akal karena setiap pelanggan ingin mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya dari suatu produk ataupun jasa yang akan di gunakannya.

Kualitas pelayanan juga salah satu kunci utama dari kepuasan pelanggan. Inti dari kualitas pelayanan ini adalah keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik. Hal ini dikarenakan pelanggan akan senang apabila pengemudi Grab ramah dan cermat 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

mengantar pelanggannya ke tempat tujuan dengan tepat juga merupakan kunci dari pelayanan yang berkualitas.

Berkaitan dengan hal di atas, maka penulis sangat tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut untuk dijadikan bahan kajian dalam penelitian ini, dengan judul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Transportasi Ojek Online (Grab) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di kota Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara ”.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Tipe penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. sebagai langkah awal, peneliti mengumpulkan data sehubungan dengan topik menggunakan buku-buku dan artikel yang dijadikan sumber referensi dalam memperoleh landasan teori dan cara untuk menganalisis data. Langkah selanjutnya yaitu pendekatan penelitian dengan cara meneliti dengan subyek tertentu dan kesimpulannya hanya berlaku pada subyek tersebut.

Populasi

Melakukan penelitian diharapkan sumber data dapat memberikan informasi dan keterangan yang berkaitan dengan masalah peneliti.

Menurut Kuncoro, populasi adalah sekelompok elemen yang lengkap , yang biasanya berupa orang , objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak di duga. Satuan – satuan ini disebut unit analisis. Unit analisis mungkin merupakan orang, rumah tangga, tanah pertanian, perusahaan, dan lain- lain . Unit analisis juga sering disebut elemen dari populitas. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dan pengguna transportasi ojek *online* Grab di kota Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipercayai dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Sampel dari penelitian ini adalah konsumen pengguna di Kota Amuntai Tengah yang pernah menggunakan jasa Grab minimal dua kali. Karena peneliti tidak mengetahui jumlah pasti dari populasi konsumen Grab di Kabupaten Hulu Sungai Utara, Khususnya di Kota Amuntai Tengah , maka penulis menggunakan rumus Malhotra (1993), apabila populasi tidak diketahui maka jumlah sampel $5 \times \text{estimate parameter}$. Dengan demikian jika jumlah estimate parameter yaang diamati berjumlah 20, maka sampel minimalnya adalaah $5 \times 20 = 100$.

Teknik pengambilan yang dilakukan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan cara *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil dengan pertimbangan bahwa yang akan menjadi sampel adalah konsumen yang memenuhi kriteria penelitian yang ditetapkan penulis. Kriteria yang ditetapkan penulis adalah konsumen yang pernah menggunakan layanan Grab minimal dua

kali bagi pelanggan di wilayah Kota Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Transportasi Ojek Online (Grab) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di kota Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara . Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan Grab di Kota Amuntai Tengah yang berjumlah 100 responden. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Hulu Sungai Utara Pada bulan April 2024 sampai Bulan Juni.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi produk moment, kriteria yang digunakan dalam menentukan valid atau tidaknya pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- (a, $n-2$) dari tabel produk moment $\alpha=5\%$ dan $n=100$
- Jumlah responden sebanyak 100 responden untuk di uji
- r hitung (tabel *corrected item total correlation*) $>$ r tabel (tabel *product moment*) atau bernilai positif maka data dikatakan valid.

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut adalah hasil uji validitas dari kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Grab dengan sampel 100 responden.

a. Variabel kualitas pelayanan

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
KL1	0,371	0,202	Valid
KL2	0,360	0,202	Valid
KL3	0,443	0,202	Valid
KL4	0,547	0,202	Valid
KL5	0,579	0,202	Valid
KL6	0,383	0,202	Valid
KL7	0,524	0,202	Valid
KL8	0,578	0,202	Valid
KL9	0,460	0,202	Valid
KL10	0,413	0,202	Valid
KL11	0,248	0,202	Valid

Sumber: data diolah dari (SPSS28), Juni 2024

Tabel 1. menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan kriteria r hitung lebih besar dari r tabel 0,202

b. Variabel Harga

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Harga

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
H1	0,842	0,202	Valid
H2	0,668	0,202	Valid
H3	0,802	0,202	Valid
H4	0,761	0,202	Valid

Sumber: data diolah dari (SPSS28), Juni 2014

Tabel 2. menunjukkan bahwa variabel harga memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan kriteria r hitung lebih besar dari r tabel 0,202.

c. Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
KP1	0,868	0,202	Valid
KP2	0,908	0,202	Valid
KP3	0,809	0,202	Valid
KP4	0,717	0,202	Valid
KP5	0,811	0,202	Valid

Sumber: data diolah dari (SPSS28), Juni 2014

Tabel 3. menunjukkan bahwa variabel harga memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan kriteria r hitung lebih besar dari r tabel 0,202.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011:47). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau validitas dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Nunaly, 1994 dalam Ghozali, 2011:48). Perhitungan koefisien *Cronbach's Alpha* dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 24.

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Pelayanan

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N Of Items	keterangan
Kualitas pelayanan	0,604	11	Tidak Reliabel

Sumber: data di olah dari (SPSS28) April 2024

Tabel 4. menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel kualitas pelayanan sebesar 0,604. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini tidak reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,70.

b. Variabel Harga

Tabel 5. Hasil Uji Reabilitas Harga

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items	keterangan
Harga	0,767	4	Reliabel

Sumber: data di olah dari (SPSS28) April 2024

Tabel 6. menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel harga sebesar 0,762. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70.

c. Variabel Kepuasan pelanggan

Tabel 7. Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items	keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,872	5	Reliabel

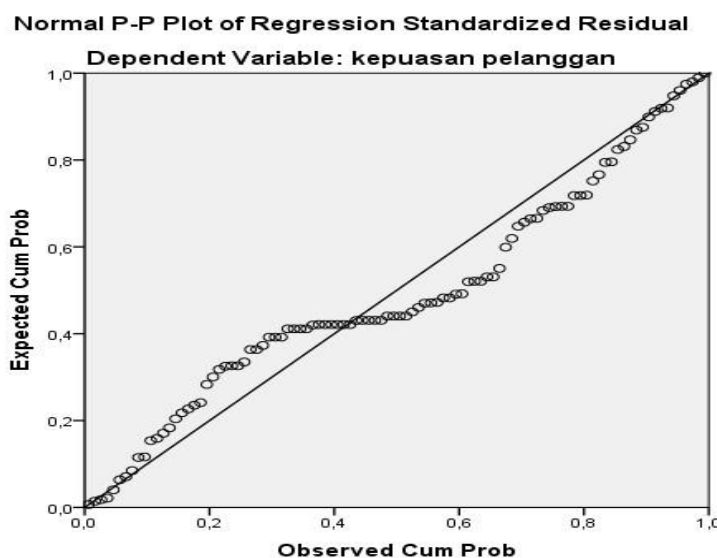
Sumber: data di olah dari (SPSS28) April 2024

Tabel 7. menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel harga sebesar 0,872. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Norrmalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam uji normalitas terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafis. Uji normalitas data dengan menggunakan pengolahan SPSS28 untuk menghasilkan grafik tersebut:



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Secara Grafis

Sumber: Data Diolah Dari (SPSS28), Juni 2024

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah dengan garis diagonal menandakan bahwa model asumsi regresi memenuhi asumsi normalitas dan model regresi layak untuk menganalisis pengaruh variabel-

variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

b. Hasil Uji Multikolinearitas.

Untuk uji multikolinearitas diperlukan untuk memperoleh korelasi yang sebenarnya, yang murni tidak dipengaruhi variabel-variabel lain yang mungkin terjadi saja berpengaruh.

Tabel. 8. Hasil Uji Multikolinearitas

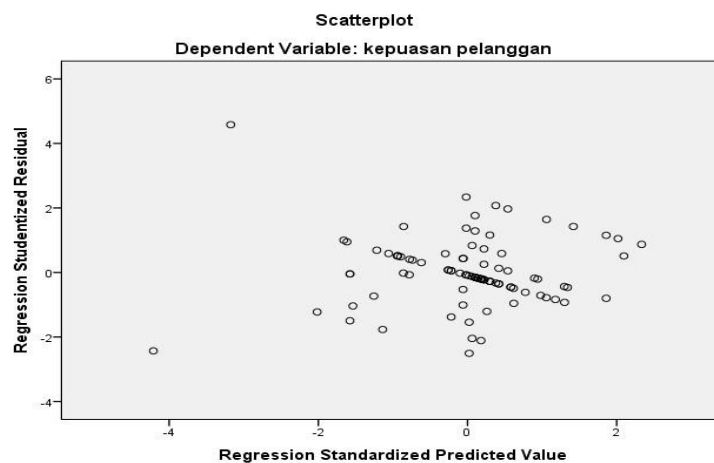
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	kualitas layanan	,995	1,005
	harga	,995	1,005
a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan			

Sumber: Data Diolah Dari (SPSS28), Juni 2024

Berdasarkan Tabel 9. dari hasil uji *Variance Inflation Factor (VIF)* pada hasil output SPSS.24, tabel *coefficient*, masingmasing variabel independen memiliki VIP dari < 10 yaitu untuk variabel kualitas pelayanan 1,006, variabel harga sebesar 1,006 dan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan nilai *Tolerance* $> 0,10$ yaitu untuk variabel kualitas pelayanan 0,994 dan untuk variabel harga 0,994. Maka dapat dinyatakan model regresi linear berganda tidak terdapat multikolinearitas antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan yang lain. Pada heteroskedastisitas kesalahan yang terjadi tidak secara acak tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel. Uji heteroskedastisitas yang digunakan adalah secara grafik.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Grafis

Sumber: Data Diolah Dari (SPSS28), Juni 2024

Dari grafik *scatterplot* yang ada pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi (Ghozali, 2011:107).

4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian persyaratan analisis klasik dasar regresi yang telah dilakukan sebelumnya memberikan hasil bahwa variabel-variabel yang terlibat didalamnya memenuhi kualifikasi persyaratan dan asumsi klasik tersebut. Penelitian ini dilanjutkan dengan melakukan pengujian signifikan model dan interpretasi model regresi.

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Bebas	Variabel Terikat	B	Beta	t	Sig	Keterangan
	Kepuasan	5,466		11,487	,000	Signifikan
Kualitas		-,115	,114	-1,014	,313	Tidak Signifikan
Harga		,465	,075	6,234	,000	Signifikan
R = ,549						
R Square = ,301						
F = 19,603 Sig = ,000						

Sumber: Data Diolah Dari (SPSS28), Juni 2024

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi diatas dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 5,466 + -0,155 X_1 + -0,465 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

X₁ : Kualitas Pelayanan

X₂ : Harga

5. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, adapun hasil pengujian adalah sebagai berikut :

a. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut : Berdasarkan pada tabel Uji t diatas untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh kualitas pelayanan (X₁) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Pada tabel 7 nilai t hitung untuk kualitas pelayanan sebesar 1,014 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,660. Maka dapat disimpulkan t hitung 1,080 < t tabel 1,660 dan nilai signifikan 0,313 lebih besar dari 0,05. Sehingga

hipotesis yang berbunyi tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di tolak (H_a ditolak dan H_o diterima), artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

- 2) Pengaruh variabel Harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)
 Pada tabel 7 nilai t hitung harga sebesar 6,234 sedangkan nilai t tabel 1,660. Maka dapat disimpulkan t hitung 6,234 > t tabel 1,660 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan diterima (H_a diterima dan H_o ditolak), artinya secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

6. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (kepuasan pelanggan). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2011).

Dari koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan 28 % variasi pada variabel kepuasan pelanggan mampu diterangkan oleh kedua variabel bebas (Kualitas pelayanan dan Harga), sedangkan sisanya yang sebesar 72 % diterangkan oleh variabel lain diluar model ini

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, maka dapat dihasilkan penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Grab Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Berdasarkan uji dari tabel koefisien uji statistik t , nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah sebesar 1,014 sedangkan t tabel 1,660. Maka dapat diketahui t hitung < t tabel. Dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan transportasi online Grab tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Di kota Amuntai Tengah.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nafisa Chorul Mar'ati, (2014) yang meneliti "Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) jasa transportasi online (study pada konsumen Gojek di Surabaya", dan Atika Zahra (2017) yang meneliti "Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan persepsi Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi Ojek Online (Study kasus pada pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta, yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan dimensi kualitas yaitu, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik tidak mempengaruhi secara signifikan kepuasan pelanggan pada pengguna jasa transportasi online Grab di Kabupaten Hulu Sungai Utara khususnya di kawasan Kota Amuntai Tengah.

Hal ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa transportasi online Grab tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan hal inilah yang dirasakan oleh para pengguna jasa transportasi online Grab di kabupaten Hulu Sungai Utara Khususnya Masyarkat di Kota Amuntai Tengah. Oleh karena itu perusahaan transportasi Online Grab harus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat mendatangkan komsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain.

Berbeda dengan pendapat yang dijelaskan pada bab sebelumnya, yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima Lupiyoadi (2013:216). Artinya apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetani sebaliknya jika kualitas layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan rendah.

2. Pengaruh Harga Transportasi Online Grab Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Berdasarkan dari tabel koefisien uji statistik t, nilai t hitung untuk variabel harga (X2) adalah sebesar 6,23 sedangkan t tabel 1,660. Maka dapat diketahui t hitung > t tabel, dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga transportasi online Grab berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kabupaten Hulu Sungai Utara khususnya di kawasan Kota Amuntai Tengah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nafisa Chorul Mar'ati, (2014) yang meneliti "Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) jasa transportasi online (study pada komsumen Gojek di Surabaya", dan Atika Zahra (2017) yang meneliti "Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan persepsi Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi Ojek Online (Study kasus pada pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta, menyatakan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil ini menunjukkan bahwa indikator harga yaitu, keterjangkaun harga, kesesuaian harga kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat mempengaruhi secara signifikan kepuasan pelanggan transportasi online Grab. Yang diartikan semakin baik harga yang ditawarkan dan disesuaikan dengan kualitas yang ada maka akan berpengaruh positif terhadap perusahaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Senada dengan teori yang dijelaskan pada bab sebelumnya, Harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk dan jasa, Philip Kotler dan Gary Amstrong (2012:345). Harga merupakan unsur penting dalam sebuah bisnis, karena dengan adanya harga dapat menunjukkan *income* bagi perusahaan dan juga dengan adanya harga akan menjadi patokan dalam melakukan jual beli barang dan jasa

SIMPULAN

Berdasarkan data yang didapatkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan transportasi online Grab tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kota Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara.
2. Harga transportasi online Grab berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kota Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara..

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, M, 2014, pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi di Surabaya. (online), Vol. 3 No. 3. (<https://ejournal.stiesia.ac.id> diakses 26 November).
- Hasan, A (2013:4), Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS.
- Hasibuan, P.H, 2016 (Skripsi), pengaruh kualitas pelayanan harga dan lokasi terhadap kepuasan pengguna jasa damri di Bandara Sokarno-Hatta. (online), (repository.uinjkt.ac.id diakses 29 November 2017).
- Hosang, N, 2016, Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pasien (study kasus pada rumah sakit siloam manado). (online). Vol 16 No.01. (<https://ejournal.unsrat.ac.id> diakses 26 November 2017).
- Kotler, P dan Armstrong, G (2012) Prinsip-Prinsip Manajemen edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K. L (2012), Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi (2013:158), Manajemen Pemasaran Jasa Berbisnis Kompetensi edisi 13. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, (2013:216), Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Mar'ati, N. C, Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek Online (study pada konsumen Gojek di Surabaya). (online), (<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id> diakses 27 November 2017).
- Noermijati, 2013, Pengaruh kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (study pada pasien rawap inap di Rumah Sakit NU Tuban). (online), Vol 11 No 3. ISSN: 1693-5241. (<https://jurnaljam.ub.ac.id> diakses 30 November 2017).
- Nova, F (2012:138), Republic Relation. Jakarta: Media Bangsa.
- Rungkati, F (2013:7), Customer Service Satiscation & Call Center berdasarkan ISO. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F (2014), Pemasaran Jasa. Jakarta: Gramedia Cawang.
- William L. wilkie, consumer behation, third edition, new York: john wiley & sons, inc 1994,

Zahra Atika "Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi OjekOnline" Agustus 2017

Zulfahmi "Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan Da Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab Di Universitas Hasanuddin" Mei 2019.