



UNIVERSITAS TRILOGI

Teknopreneur, Kolaborasi dan Kemandirian

SURAT TUGAS

No. 03/Trilogi/Ekp/Tugas-Pen/X/2019

Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan (S-1) Universitas Trilogi menugaskan kepada nam Dosen tercantum di bawah ini untuk melaksanakan kegiatan penelitian guna meningkatkan Tridarm Perguruan Tinggi, yaitu :

1. Nama Dosen : M.Prayoga Sunandar
NIDN : 17111077
2. Nama Dosen : Zed Abdullah, SE, M.Si
NIDN : 0313096303

Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA JASA GOJEK

Demikian disampaikan, agar dapat dilaksanakan dengan baik dan selamat bertugas.

Jakarta, 7 Oktober 2019

Dr. Arman

Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan (S-1)

Tembusan Yth, :

- Kepala Bagian Sumber Daya Manusia
- Kepala Bagian Keuangan

Kampus Universitas Trilogi
Jl. TMP. Kalibata No. 1 Jakarta Selatan 12760
Telp. 021 798 0011 (Hunting), Fax. 021 798 1352
Website : www.trilogi.ac.id
Email : info@trilogi.ac.id

SURAT KETERANGAN

No. 05/LPPM/Ket-Penelitian/2/2020

Yang bertandatangan dibawah ini Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Trilogi, menerangkan bahwa :

Nama : Zed Abdullah, S.E., M.Si.
NIDN : 0313096303
Program Studi/Fakultas : Ekonomi Pembangunan
Sumber Dana : Mandiri

Telah menyelesaikan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Gojek " pada Semester Gasal Tahun Akademik 2019/2020.

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 10 Februari 2020



Dr. P Setia Lenggono
Kepala LPPM Univ. Trilogi

Tembusan, Yth.:

- Wakil Rektor
- Ketua Prodi yang bersangkutan
- Kasubdit SDM

LAPORAN HASIL PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA JASA GOJEK

**(Pada Mahasiswa/Mahasiswi Program Keahlian Manajemen Agribisnis
Angkatan 2017/2018 Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor)**



Oleh :

**M. PRAYOGA SUNANDAR (NIM : 17111077
ZED ABDULLAH, SE, M.Si (NIDN : 0313096303**

**UNIVERSITAS TRILOGI
Januari 2020**



SURAT TUGAS

No. 03/Trilogi/EKP/Tugas-Pen/X/2019

Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan (S-1) Universitas Trilogi menugaskan kepada nama yang tercantum di bawah ini untuk melaksanakan kegiatan penelitian guna meningkatkan Tridarma Perguruan Tinggi, yaitu :

1. Nama Mahasiswa : M.Prayoga Sunandar
NIM : 17111077

2. Nama Dosen : Zed Abdullah, SE, M.Si
NIDN : 0313096303

Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA JASA GOJEK

Demikian disampaikan, agar dapat dilaksanakan dengan baik dan selamat bertugas.

Jakarta, 7 Oktober 2019

Dr. Arman

Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan (S-1)

Tembusan Yth, :

- Kepala Bagian Sumber Daya Manusia
- Kepala Bagian Keuangan

LEMBAR PERTANGGUNGJAWABAN
PENELITIAN UNIVERSITAS TRILOGI

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap loyalitas Pengguna Jasa Gojek

Kode>Nama Rumpun:

Ketua Peneliti :

- a. Nama Lengkap : M. Prayoga Sunandar
- b. NIM : 17111077
- c. Jabata Fungsional :
- d. Program Studi : Manajemen
- e. Nomor HP : 081212596689
- f. Alamat (e-mail) :

Anggota Peneliti :

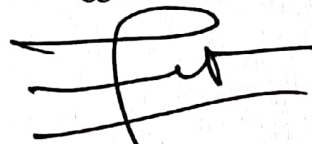
- a. Nama lengkap : Zed Abdullah
- b. NIDN : 0313096303
- c. Jabatan Fungsional : Lektor
- d. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
- e. Nomor HP : 087733377934
- f. Alamat (e-mail) : zabd@trilogi.ac.id

Mengetahui,
Kepala PPM


Dr. Setia P. Lenggono

Jakarta, 10 Januari 2020

Anggota Peneliti



Zed Abdullah, SE, M.Si
NIDN: 0313096303

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen Pengguna Jasa Gojek.

Pada penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua yang pernah menggunakan jasa Gojek. Sedangkan sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik sampel *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling* (kriteria responden khusus). Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan metode pengumpulan data kuesioner kepada responden yang pernah menggunakan Gojek. Alat analisis yang digunakan adalah regresi Linier Berganda, Uji t dan Uji F.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Gojek. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin baik pula tingkat loyalitas pelanggan. Begitu juga semakin baik harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang diberikan semakin baik pula tingkat loyalitas pelanggan. Dari kedua variabel tersebut, maka diketahui variabel harga (X_2) berpengaruh lebih dominan dibandingkan dengan variabel Kualitas Pelayanan (X_1). Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $Y = 1,097 + 0,296X_1 + 0,628X_2$

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Gojek, Loyalitas Kosumen

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	i
LEMBAR PERTANGGUNGJAWABAN.....	ii
RINGKASAN	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran.....	8
2.2. Pengertian Jasa.....	8
2.3. Loyalitas Konsumen.....	10
2.4. Kualitas Pelayanan.....	15
2.5. Harga	17
2.6. Penelitian Terdahulu	22
2.7. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	28
3.2. Definisi Operasional.....	30
3.3. Kerangka Berfikir	32
3.4. Populasi dan Sampel	35
3.5. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.6. Metode Pengumpulan Data	37
3.7. Jenis dan Sumber Data	38
3.8. Metode Pengolahan dan Analisis Data	39
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1. UjiValiditas.....	44
4.2. Uji Reabilitas.....	46
4.3. Angka Indeks Jawaban Responden per Variabel	47
4.3.1. angka Indeks Jawaban Responden Terhadap Kualitas Pelayanan...	47
4.3.2. Angka Indeks Jawaban Responden Terhadap Harga.....	51
4.3.3. Angka Indeks Jawaban Responden Terhadap Loyalitas	55
4.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4.5. Pengujian Hipotesis	59
4.6. Pembahasan.....	63
4.6.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Gojek	63

4.6.2. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Gojek	64
4.6.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Gojek	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

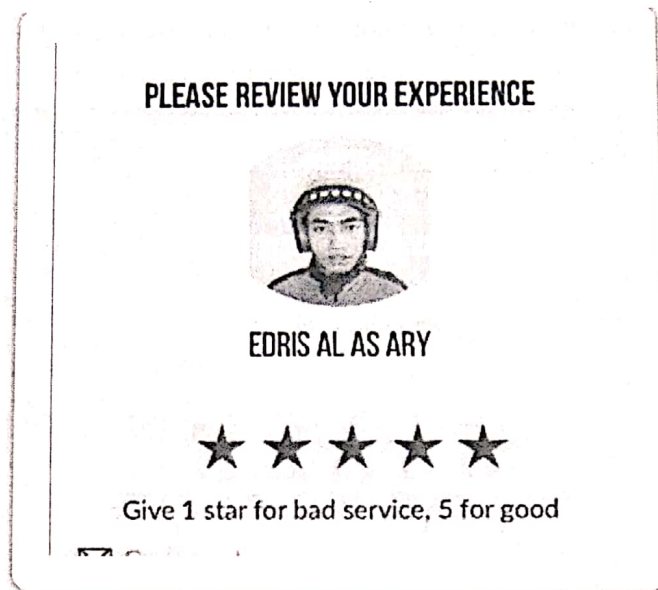
Di zaman yang moderen seperti sekarang ini, transportasi menjadi salah satu penunjang penting dalam aktivitas sehari-hari terutama di daerah perkotaan. Transportasi yang baik dapat mencerminkan keteraturan kota yang baik pula, hal ini disebabkan karena transportasi merupakan suatu alat bantu dalam mengarahkan pembangunan di daerah perkotaan. Selain itu, transportasi juga merupakan suatu prasarana bagi pergerakan manusia atau barang yang timbul akibat adanya kegiatan di daerah perkotaan. Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian, memperkuat persatuan dan kesatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan. Transportasi dapat membantu perekonomian yang baik disuatu daerah bahkan disuatu Negara. Semakin baik dan tertatanya transportasi disuatu daerah akan semakin baik pula perekonomiannya. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat mempengaruhi kebutuhan akan jasa transportasi yang semakin meningkat pula, hal ini lah yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

Terobosan baru dalam hal transportasi umum, yaitu ojek *online* yang bisa dipesan melalui *smartphone*. Ojek *online* ini sangat berbeda pada sistem pada ojek ojek konvensional yang sudah ada dari dahulu, yaitu penumpang harus mencarinya di jalan dan mencari tempat pangkalan ojek terlebih dahulu dan membayar dengan tarif yang disepakati antara tukang ojek dan penumpangnya. Tapi di ojek online ini masyarakat hanya tinggal menginstal aplikasi yang sudah disediakan oleh perusahaan ojek online lalu dengan memilih menu yang tersedia penumpang sudah dapat melihat ojek online yang ada di sekitar tempat penumpang berada, jadi dapat langsung diposisikan dengan yang terdekat sehingga dapat cepat menjemput kita. Lalu penumpang dapat memasukkan alamat tujuan dan seketika muncul tarif yang harus dibayar oleh pengguna berdasarkan jarak kilometer, jika penumpang setuju maka akan melakukan pemesanan. Aplikasi Gojek bukan hanya untuk sarana transportasi saja, kini ojek *online* juga dapat digunakan untuk keperluan membeli makanan, mengantar barang, jasa pijat, membeli tiket dan berbagai inovasi terbaru.

Gojek adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi Ojek. Gojek bermitra dengan para pengendara Ojek berpengalaman di Jakarta meliputi area JABODETABEK, Bandung, Bali, Surabaya dan kini hampir setiap kota di Indonesia. Gojek menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian di tengah kemacetan. Aplikasi Gojek dapat diunduh pada smartphone yang memiliki *system* operasi iOS dan Android. Gojek memanfaatkan media elektronik, dengan itu akses untuk pemesanan jasa ojek lebih mudah bagi konsumen ojek khususnya di kota Bogor. Dengan menggunakan aplikasi di smartphone kemudian gojek akan menjemput konsumennya dan mengantar pelanggan sampai pada tempat tujuannya.

Pesatnya perkembangan bisnis Gojek sehingga muncul kompetitor lain yang memiliki konsep bisnis yang sama. perusahaan yang bergerak di bidang ini untuk senantiasa melakukan berbagai strategi agar dapat merebut hati konsumen.

Perusahaan harus dapat menerapkan strategi yang tepat dalam menarik minat konsumen untuk memilih dan menggunakan alat transportasi online milik mereka. Perusahaan semakin menyadari akan arti penting pelayanan, semakin perusahaan akan maju dan berkembang. Hal inilah yang disadari oleh para perusahaan maka dari itu dengan adanya perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan mereka berlomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen, dengan tujuan agar tetap eksis di dunia bisnis. Mereka berlomba memberikan fasilitas yang di inginkan oleh para konsumen dan berusaha mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen yakni misalnya saja membuat fasilitator yang biasa disebut dengan CSO (*Customer Service Officer*), dimana konsumen dapat meminta bantuan pelayanan dan sebagai media bagi konsumen untuk menyampaikan ketidakpuasan dan saran bagi perusahaan untuk lebih maju lagi. CSO sebagai mediator harus dapat menjadi penengah bagi perusahaan untuk memberikan penetrasi dan perwakilan perusahaan untuk meminta maaf kepada konsumen. Dalam menjaga kualitas tersebut perusahaan Gojek memberikan penilaian terhadap *Driver* Mereka dengan memberikan penilaian terhadap *Driver* Gojek diberikan oleh pengguna jasa kepada driver, dan pengguna jasa dapat memberikan saran terhadap mitra ojek mereka. Pemberian nilai diberikan simbol bintang satu sampai lima yang dapat dilihat pada Gambar 1.1



Gambar 1.1

Pemberian penilaian pelanggan

Disamping kualitas pelayanan yang baik, faktor lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam memilih jasa transportasi *online* adalah harga. Harga merupakan salah satu isyarat yang digunakan konsumen dalam proses persepsi, dimana harga akan mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk. Dalam sebagian besar kasus, permintaan dan harga biasanya berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk/jasa, demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan terhadap produk/jasa (Kotler, 2008). Dengan begitu penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan. Bila harga produk tersebut diterima konsumen, maka produk/ atau jasa perlu adanya pertimbangan dari perusahaan yang bersangkutan, namun harus disesuaikan dengan manfaat, kualitas produk, dan nilai yang ada dalam produk tersebut. Menurut Tjiptono, dkk (2008) harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Faktor harga sangat mempengaruhi terhadap keputusan penggunaan jasa, Gojek sebagai perusahaan jasa menawarkan harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan perusahaan jasa yang lain, adanya potongan harga yang diberikan sehingga membuat konsumen tertarik

untuk menggunakan jasa transportasi *online* Gojek. Informasi perbandingan tarif dapat dilihat Gambar 1.2 Perbandingan harga Gojek dan Grab.

MEMBANDINGKAN TARIF GO-RIDE & GRABBIKE
GOJEK ★★★★★ **VS** ★★★★★ **Grab**

Category	Gojek	Grab
Tarif Minimum	Rp 8.000	Rp 8.000
Tarif 0-9 km	Rp 1.800/Km	Tarif Jarak Pendek Rp 2.300/Km
Tarif 9 km keatas	Rp 3.000/Km	Tarif 10 km keatas Rp 3.000/Km
Biaya Tambahan	Rp 3.000/Km (pada pukul 23.00 - 05.00 WIB)	Jam Sibuk (Pagi: 05.00 - 09.00 WIB, Sore: 16.00 - 20.00 WIB)
Tarif Jam Ramai	Rp 3.000/Km (Dipengaruhi oleh jumlah pemesanan dan peninjauan di setiap lokasi. Tarif pada jam ramai juga dipengaruhi oleh kondisi kemacetan dan tujuan.)	Tarif Rata-rata (pada jam sibuk bisa lebih dari) Rp 2.300/Km

Perhitungan tarif saat jam sibuk didasarkan pada jumlah pemesanan dan peninjauan di setiap lokasi. Tarif pada jam ramai juga dipengaruhi oleh kondisi kemacetan dan tujuan.

kumparan

Gambar 1.2

Perbandingan Harga Gojek dan Grab

Upaya untuk memenuhi kepuasan pada diri konsumen dalam menggunakan jasa transportasi Gojek yaitu dengan memberikan pelayanan secara online dan pelayanan secara langsung dari pihak yang beritra dengan Gojek tersebut secara resmi. Ini menjadi perhatian penting bagi perusahaan transportasi online untuk memberikan kepuasan dan loyalitas kepada konsumen. Dampak dari kepuasan yang timbul pada diri konsumen juga dapat membuat konsumen akan tetap loyal terhadap jasa transportasi online tersebut.

Table 1.1
Data Rating Transportasi Online Pada Aplikasi

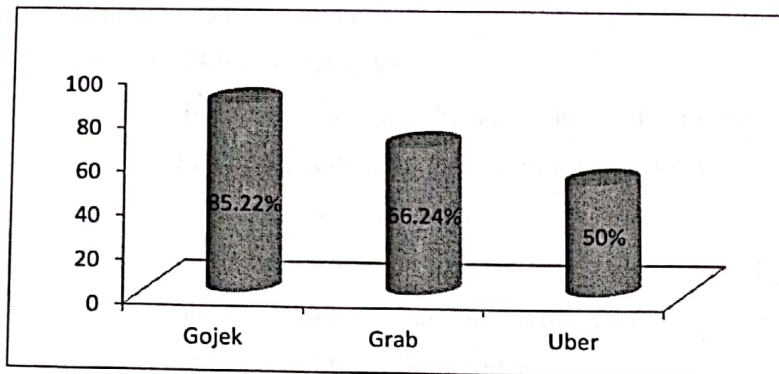
No	Nama Perusahaan	Total keseluruhan Rating
1	Gojek	4,5
2	Grab Bike	4,4
3	Oke Jack	4.1

Sumber : Google Play Store (2019)

Tabel 1.1 merupakan tabel yang menunjukkan tingkat kepuasan dari pengguna transportasi online gojek. Gojek Merupakan Transportasai yang berbasis aplikasi yang menjadi

salah satu terbesar di Indonesia memiliki Tingkat rating yang tinggi dibandingkan pesaing lainnya mencapai. Banyak faktor yang menjadikan bahwa gojek memiliki rating lebih tinggi dibandingkan dengan yang lain, seperti aplikasi yang diakses oleh pelanggan lancar baik saat membuka maupun saat membayar jasa transportasi tersebut.

Selain itu, Gojek merupakan aplikasi transportasi online yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Ini berdasarkan dari hasil survei DailySocial.Id yang ditunjukkan dalam grafik di bawah ini:



Gambar 1 Grafik Pengguna Transportasi Online

Grafik diatas menunjukkan bahwa sebanyak 85,22% responden telah menggunakan layanan transportasi yang didirikan oleh Nadiem Makarim. Sementara responden yang menggunakan Grab hanya 66,24% dan Uber sekitar 50%. Survei ini menghitung suara apabila responden pernah menggunakan layanan transportasi berbasis internet tersebut (katadata.co.id).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Gojek dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Gojek” (Studi Pada Mahasiswa/Mahasiswi Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor).

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijabarkan terlebih dahulu, maka permasalahan pokok dalam penelitian ini dapat dirumuskan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen Pengguna Jasa Gojek?

1.3. Tujuan Penelitian