

## **Pengaruh Aplikasi Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi pada Pengguna Gojek di Kota Makassar**

**Ansir Launtu**

*Manajemen, STIEM Bongaya Makassar*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh aplikasi layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen studi pada pengguna Gojek Di Kota Makassar. Pendekatan penelitian menggunakan pengamatan sesaat dengan menggunakan teknik incidental sampling. Populasinya adalah masyarakat di Kota Makassar, sedangkan sampel yang diambil berjumlah 81 data. Metode analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan menggunakan software SPSS. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis variabel secara parsial aplikasi layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan secara simultan kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen..

Kata kunci: Aplikasi layanan , harga , kepuasan konsumen

Copyright (c) 2023 Ansir Launtu

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [ansir.launtu@stiem-bongaya.ac.id](mailto:ansir.launtu@stiem-bongaya.ac.id)

### **PENDAHULUAN**

Transportasi ialah sarana yang sangat mendukung dalam aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga dipersiapkan dengan baik karena sangat berpengaruh dalam kegiatan-kegiatan seperti perekonomian yang berkaitan dengan pengiriman barang atau jasa, angkutan penumpang dan lain sebagainya.

Ketergantungan akan transportasi sangat tinggi bagi masyarakat, dari berbagai jenis transportasi seperti: darat, udara, dan laut khususnya di Indonesia. Transportasi darat yang paling mendapatkan perhatian khusus atau diminati. Alasan utama mereka yaitu untuk mempersingkat waktu perjalanan dan kemacetan yang terjadi dikota. Kemajuan lainnya yang sangat pesat dan berpengaruh bagi kehidupan manusia ialah teknologi informasi. Salah satu kemajuan teknologi informasi yang sangat besar ialah internet. Adanya internet, komunikasi akan lebih mudah dimanapun dan kapanpun. Kehadiran jasa transportasi ojek marak di kota besar, adanya Gojek dengan aplikasinya memberikan solusi kemudahan dan melakukan pemesanan jasa transportasi ojek. Gojek adalah salah satu fenomena bisnis jasa transportasi di tengah kemajuan teknologi komunikasi. Dahulu ojek biasa dikelola secara kepemilikan tunggal dan biasanya pelanggan harus datang ke pangkalan ojek untuk memakai jasa transportasinya. Sekarang banyak bermunculan taxi motor yang dikelola sangat baik dan profesional bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

Kemunculannya saat ini sangat membantu bagi masyarakat khususnya Kota Makassar.

Dengan melihat peluang bisnis berbasis internet yang sangat menjanjikan membuat pelaku bisnis menggabungkan internet dan transportasi, seperti ojek online dan juga taksi online. Salah satu perusahaan pencetus layanan transportasi berbasis aplikasi online adalah Gojek yang menyediakan layanan ojek online. Ojek online adalah salah satu solusi dari kemacetan yang terjadi di berbagai kota di Indonesia. Kesuksesan Gojek sebagai market leader transportasi berbasis aplikasi di Indonesia memancing munculnya para pelaku usaha sejenis. Beberapa perusahaan yang menjadi pesaing Gojek di Indonesia adalah Blu-bird, Grab, Uber dan Maxim. Untuk menjaga posisinya sebagai market leader tentu Gojek harus menerapkan strategi-strategi yang tepat.

Salah satu kunci utama dari kesuksesan perusahaan adalah kepuasan konsumen-konsumen ini merupakan strategi bisnis jangka panjang. Dengan konsumen yang puas, maka konsumen cenderung memiliki reaksi yang positif terhadap perusahaan di masa yang akan datang. Pemenuhan kepuasan konsumen sendiri dilakukan dengan memberikan jasa atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen. Konsumen yang puas mengindikasikan kinerja dari jasa yang diberikan oleh Gojek sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi dari konsumen sendiri. Menurut Kotler (dalam Andrieani, 2016) ada beberapa indikator yang menentukan kepuasan konsumen antara lain kualitas pelayanan, harga, promosi, dan nilai pelanggan. Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Moenir Mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.

Kualitas pelayanan juga salah satu kunci utama dari kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2009;52) inti dari kualitas pelayanan ini adalah reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles, senang apabila pengemudi Gojek ramah dan cekatan dalam merespon kebutuhan mereka. Penampilan Gojek yang bernuansa serba hijau menarik juga dapat memberikan kesan positif dari konsumen bagi perusahaan. Selain itu yang tidak kalah penting adalah kemampuan pengemudi Gojek menjemput dan mengantar konsumennya ke tempat tujuan dengan tepat juga merupakan kunci dari pelayanan yang berkualitas. Kepuasan pelanggan adalah ukuran perasaan yang muncul setelah seorang pelanggan menggunakan produk maupun layanan yang anda tawarkan dan membandingkannya dengan ekspektasi yang dia harapkan.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis untuk menciptakan para pelanggan merasa puas dan loyal. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, sejalan dengan Tjiptono diantaranya: hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.

Persaingan antar perusahaan meningkatkan desakan perusahaan untuk memberikan kualitas pelayanan dan nilai tambah (value). Transportasi online tidak hanya roda dua namun sekarang menambah di kendaraan roda empat contohnya Gojektaxi.

Kondisi persaingan yang cukup jauh ini memberi gambaran terhadap benak konsumen relatif tinggi dan dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan

jasa transportasi online. Selain jasa transportasi online cara pemesanannya lebih mudah, tarif jasa yang diberikan lebih terjangkau, sehingga banyak penumpang beralih jasa transportasi konvensional. Persaingan antar pelaku jasa transportasi umum konvensional atau online seharusnya tetap baik dan sehat, dengan cara berlomba melakukan pelayanan terbaik dan mengikuti regulasi yang ada. Permasalahan dalam penelitian apakah aplikasi layanan dan harga berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen studi pada pengguna gojek di Kota Makassar. Adapun tujuan penelitian yakni untuk menguji dan menganalisa pengaruh aplikasi layanan, harga terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan studi pada pengguna gojek di Kota Makassar.

## METODE

Pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah tipe pendekatan penelitian kuantitatif dengan format deskriptif, yang bertujuan untuk menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Populasi penelitiannya adalah masyarakat Kota Makassar yang menggunakan layanan Gojek. Sampel adalah sebagian dari keseluruhan individu yang menjadi objek penelitian (Sugiyono, 2014). Pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *incidental sampling*. Jenis teknik ini merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data (Sugiono, 2012:96). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Jenis Data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari kuesioner dalam bentuk angka. Sedangkan Sumber yang digunakan adalah data primer, yaitu jenis data yang digunakan dari kegiatan-kegiatan penelitian lapangan yang dilakukan melalui observasi langsung pada masyarakat Kota Makassar.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### a. Deskriptif Atas Variabel Aplikasi Layanan (X1)

Aplikasi adalah suatu perangkat lunak yang dibuat khusus untuk memenuhi kebutuhan berbagai aktivitas dan pekerjaan, misalnya; pelayanan masyarakat, aktivitas niaga, periklanan, game, dan berbagai aktivitas lainnya

Aplikasi layanan dengan mengadopsi kualitas pelayanan menurut Parasuraman berdasarkan indikator - indikator yaitu sebagai berikut ini:

- 1) *Tangibles* / Bukti langsung
- 2) *Reliability* / Keandalan
- 3) *Responsiveness* / Ketanggapan
- 4) *Assurance* / Jaminan
- 5) *Emphaty* / Empati

Tabel. 1

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Aplikasi Layanan (X1)

Aplikasi Layanan	Item	Uraian	Jawaban					Total	Mean
			SS	S	N	TS	STS		
X111	F		69	6	6	0	0	81	4.78
	Percent		85.19	7.41	7.41	0.00	0.00	100%	
X112	F		28	12	34	5	2	81	3.73

	Percent	34.57	14.81	41.98	6.17	2.47	100%	
<b>X113</b>	F	69	6	6	0	0	81	4.78
	Percent	85.19	7.41	7.41	0.00	0.00	100%	
<b>X121</b>	F	38	22	18	3	0	81	4.17
	Percent	46.91	27.16	22.22	3.70	0.00	100%	
<b>X122</b>	F	34	18	22	5	2	81	3.95
	Percent	41.98	22.22	27.16	6.17	2.47	100%	
<b>X131</b>	F	50	18	13	0	0	81	4.46
	Percent	61.73	22.22	16.05	0.00	0.00	100%	
<b>X132</b>	F	50	14	17	0	0	81	4.41
	Percent	61.73	17.28	20.99	0.00	0.00	100%	
<b>X133</b>	F	50	18	13	0	0	81	4.46
	Percent	61.73	22.22	16.05	0.00	0.00	100%	
<b>X141</b>	F	32	18	24	7	0	81	3.93
	Percent	39.51	22.22	29.63	8.64	0.00	100%	
<b>X142</b>	F	30	29	22	0	0	81	4.10
	Percent	37.04	35.80	27.16	0.00	0.00	100%	
<b>X143</b>	F	32	18	24	7	0	81	3.93
	Percent	39.51	22.22	29.63	8.64	0.00	100%	
<b>X151</b>	F	30	29	22	0	0	81	4.10
	Percent	37.04	35.80	27.16	0.00	0.00	100%	
<b>X152</b>	F	32	31	16	2	0	81	4.15
	Percent	39.51	38.27	19.75	2.47	0.00	100%	
<b>X153</b>	F	30	29	22	0	0	81	4.10
	Percent	37.04	35.80	27.16	0.00	0.00	100%	
<b>JUMLAH</b>		12	0	4	0	0	16	4.21
		14.81	0.00	4.94	0.00	0.00	19.75	

Sumber data : Kuesioner di Excel 2022

Tabel diatas menjelaskan bahwa tanggapan responden yang tertinggi nilainya dibuktikan melalui indikator Keandalan dalam variable Aplikasi Layanan (X1) dengan nilai rerata tanggapan responden tertinggi sebesar 4.78% dibandingkan indikator lainnya. Kondisi tersebut disebabkan karena pernyataan di dalam indikator (X111) dan (X113) bahwa aplikasi ini merupakan layanan yang baik, sehingga layanan yang diberikan sangat baik.

Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa indikator terpenting dalam variabel pada aplikasi layanan adalah Keandalan (X111) dan (X113) disebabkan indikator tersebut memiliki nilai rerata tertinggi dibandingkan indikator lainnya dalam variabel aplikasi layanan (X1).

#### b. Deskriptif Atas Variabel Harga (X2)

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa. Serta harga juga merupakan jumlah uang yang dikenakan pada jasa. Harga secara luas ialah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa.

Harga berdasarkan indikator - indikator yaitu sebagai berikut ini :

1. Keterjangkauan harga. Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.
2. Daya saing harga. Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan finansial yang diberikan dalam kaitannya dengan

spesifikasi yang berupa kualitas produk. Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat produksi

**Tabel. 2.** Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X2)

Harga	Item	Uraian	Jawaban					Total	Mean
			SS	S	N	TS	STS		
X211		F	38	17	18	4	4	81	4.00
		Percent	46.91	20.99	22.22	4.94	4.94	100%	
X212		F	38	24	14	5	0	81	4.17
		Percent	46.91	29.63	17.28	6.17	0.00	100%	
X213		F	38	17	18	4	4	81	4.00
		Percent	46.91	20.99	22.22	4.94	4.94	100%	
X221		F	24	28	27	2	0	81	3.91
		Percent	29.63	34.57	33.33	2.47	0.00	100%	
X222		F	42	27	12	0	0	81	4.37
		Percent	51.85	33.33	14.81	0.00	0.00	100%	
X231		F	44	18	19	0	0	81	4.31
		Percent	54.32	22.22	23.46	0.00	0.00	100%	
X232		F	36	26	16	0	3	81	4.14
		Percent	44.44	32.10	19.75	0.00	3.70	100%	
X241		F	38	27	16	0	0	81	4.27
		Percent	46.91	33.33	19.75	0.00	0.00	100%	
X242		F	42	20	19	0	0	81	4.28
		Percent	51.85	24.69	23.46	0.00	0.00	100%	
X243		F	38	27	16	0	0	81	4.27
		Percent	46.91	33.33	19.75	0.00	0.00	100%	
<b>JUMLAH</b>			16	2	6	0	0	24	4.17
			19.75	2.47	7.41	0.00	0.00	29.63	

Sumber data : Kuesioner di Excel 2022

Tabel diatas menjelaskan bahwa tanggapan responden yang tertinggi nilainya dibuktikan melalui indikator Daya Saing Harga dalam variabel Harga (X2) dengan nilai rerata tanggapan responden tertinggi sebesar 4.37% dibandingkan indikator lainnya. Kondisi tersebut disebabkan karena pernyataan di dalam indikator (X222) bahwa daya saing harga pada aplikasi ini terbukti mampu bersaing dengan yang lain salah satunya adalah harga. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa indikator terpenting dalam variabel pada Harga adalah Daya saing harga (X222) disebabkan indikator tersebut memiliki nilai rerata tertinggi dibandingkan indikator lainnya dalam variabel harga (X2).

**Deskriptif Atas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

Kepuasan adalah perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan (hasil atau *outcome*) yang dihubungkan dengan harapannya. Kepuasan juga merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Kepuasan Konsumen berdasarkan indikator – indikator yaitu sebagai berikut ini :

- 1) Kualitas Yang Dirasakan. Penentu utama kepuasan konsumen yaitu kualitas atau kinerja. Kualitas adalah sangat mendasar bagi seluruh kegiatan ekonomi karena dapat menggambarkan dua buah komponen secara keseluruhan sebuah pengalaman konsumsiai Yang Dirasakan.
- 2) Nilai adalah manfaat yang dirasakan oleh konsumen terhadap harga yang

dibayarkan olehnya. Konsumen akan membandingkan nilai yang dirasakan setelah melakukan transaksi dengan penawaran yang diberikan oleh perusahaan baik berupa barang atau jasa.

- 3) Harapan Konsumen. Harapan merupakan awal sebelum konsumen merasakan kualitas dan nilai yang diberikan oleh perusahaan. Konsumen memiliki harapan sejauh mana penawaran yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk produk atau jasa tersebut.

**Tabel. 3.** Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan Konsumen	Item Uraian	Jawaban					Total	Mean
		SS	S	N	TS	STS		
Y111	F	38	27	16	0	0	81	4.27
	Percent	46.91	33.33	19.75	0.00	0.00	100%	
Y112	F	42	20	19	0	0	81	4.28
	Percent	51.85	24.69	23.46	0.00	0.00	100%	
Y113	F	30	20	27	4	0	81	3.94
	Percent	37.04	24.69	33.33	4.94	0.00	100%	
Y121	F	40	23	18	0	0	81	4.27
	Percent	49.38	28.40	22.22	0.00	0.00	100%	
Y122	F	42	16	23	0	0	81	4.23
	Percent	51.85	19.75	28.40	0.00	0.00	100%	
Y131	F	20	14	37	6	4	81	3.49
	Percent	24.69	17.28	45.68	7.41	4.94	100%	
Y132	F	30	21	24	4	2	81	3.90
	Percent	37.04	25.93	29.63	4.94	2.47	100%	
JUMLAH		5	2	7	0	0	14	4.04
		10.00	4.00	14.00	0.00	0.00	28.00	

Sumber data : Kuesioner di Excel 2022

Tabel diatas menjelaskan bahwa tanggapan responden yang tertinggi nilainya dibuktikan melalui indikator kualitas yang dirasakan dalam variabel Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai rerata tanggapan responden tertinggi sebesar 4.28% dibandingkan indikator lainnya. Kondisi tersebut disebabkan karena pernyataan di dalam indikator (Y112) bahwa komunikasi anatra *driver* dan aplikasi terbukti mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa terpuaskan. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa indikator terpenting dalam variabel pada Kepuasan Konsumen adalah Kualitas yang dirasakan (Y112) disebabkan indikator tersebut memiliki nilai rerata tertinggi dibandingkan indikator lainnya dalam variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi ganda dengan *software* SPSS Versi 22, sebelum malakukan evaluasi tersebut, peneliti melakukan uji statistik diskriptif.

### 1. Analisis Data Penelitian

#### a. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Uji deskriptif akan mejelaskan variable - variable dalam penelitian ini yang meliputi variabel independen Aplikasi Layanan (X1) dan Harga (X2) serta variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Data yang akan diolah peneliti yaitu data yang didapatkan dari hasil survey dan penyebaran kuesioner pada Masyarakat Kota Makassar. Suatu data penelitian dikatakan baik dalam statistik deskriptif jika nilai mean dari setiap indikator lebih besar dari nilai standar deviasinya, sehingga nilai mean merupakan representasi yang baik dari keseluruhan data. Hasil uji statistik deskriptif setelah dilakukan penelitian diperoleh data sebanyak 81 responden yang merupakan hasil survey dan penyebaran keusioner di Kota Makassar. Hasil olahan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel. 4.** Hasil Uji Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Y	4.0385	.64479	81
X1	4.2060	.58588	81
X2	4.1749	.70721	81

Sumber : hasil olah data SPSS versi 22 (2022)

Dari tabel diatas diatas, menunjukkan bahwa variabel Aplikasi Layanan (X1) memiliki nilai mean sebesar 4.2060 dan standar deviasinya sebesar 0.58588, maka variabel nilai mean pada Aplikasi Layanan (X1) lebih besar dari standar deviasinya. Hal tersebut dapat disimpulkan variabel Aplikasi Layanan (X1) berkontribusi baik terhadap perusahaan. Dari tabel diatas menunjukan pada variabel Harga (X2) memiliki nilai mean sebesar 4.1749 dan standar deviasinya sebesar 0.70721 maka hal yang sama juga pada nilai mean pada variabel Harga (X2) lebih besar dari standar deviasinya. Hal tersebut dapat disimpulkan variabel Harga (X2) juga berkontribusi baik terhadap perusahaan. Dan yang terakhir yaitu variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai mean sebesar 4.0385 dan standar deviasinya sebesar 0.64479. maka hal yang sama juga pada nilai mean pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) lebih besar dari standar deviasinya. Hal tersebut dapat disimpulkan variabel Kepuasan Konsumen (Y) juga berkontribusi baik terhadap perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penyebaran data pada semua variabel dikatakan baik karena nilai rata-rata dari setiap instrument lebih besar dari standar deviasinya.

**Hasil Uji Regresi Berganda**

Teknik analisis data yang digunakan untuk menentukan sejauh mana kesamaan antara hasil yang diperoleh dari suatu sampel dengan hasil yang akan didapat pada populasi secara keseluruhan. Jadi statistik inferensial membantu peneliti untuk mencari tahu apakah hasil yang diperoleh dari suatu sampel dapat digeneralisasi pada populasi. Penguji hipotesis dilakukan dengan persamaan regresi berganda, dengan rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

- Y = Kepuasan Konsumen
- X<sub>1</sub> = Aplikasi Layanan
- X<sub>2</sub> = Harga
- α = Konstanta
- β<sub>1</sub> = Koefisien regresi untuk Aplikasi Layanan
- β<sub>2</sub> = Koefisien regresi untuk Harga
- e = Standar Error

Hasil pengujian regresi ganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel. 5.** Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.441	.278		1.583	.118
	X1	.323	.122	.294	2.645	.010
	X2	.536	.101	.588	5.294	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil olah data SPSS versi 22 (2022)

Dari hasil pengujian pada tabel diatas, maka dapat disimpulkan hasil dari persamaan dari regresi ganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 0.441 + 0.323 X_1 + 0.536 X_2 + 0.278$$

Interpretasi dari model regresi di atas adalah sebagai berikut :

- 1) Konstanta 0.441, menunjukkan bahwa jika variabel independen Aplikasi Layanan dan Harga sama dengan nol, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0.441.
- 2) Koefisien regresi 0.323 berarti jika variabel Aplikasi Layanan (X1) meningkat satu satuan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.323 satuan dengan syarat variabel independen lainnya tetap.
- 3) Koefisien regresi 0.536 berarti jika variabel Harga (X2) meningkat satu satuan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.536 satuan dengan syarat variabel independen lainnya tetap.

## 2. Hasil Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu pengujian untuk membuktikan adanya hubungan antara variabel dalam penelitian ini. Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui jawaban sementara terhadap masalah masih praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya sesuai dengan pendapat sementara yang diutarakan peneliti.

### a. Uji F (Uji Simultan)

Penggunaan uji-f dilakukan untuk menilai apakah variabel Aplikasi Layanan dan Harga berpengaruh secara serempak (simultan) terhadap Kepuasan Konsumen, dasar pengambilan keputusan terbukti atau tidaknya hipotesis yang diajukan yaitu jika nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dan pada tingkat signifikansi  $< 0.05$ , maka hipotesisi serempak (simultan) dinyatakan di terima. Hasil pengujian ini dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel. 6**

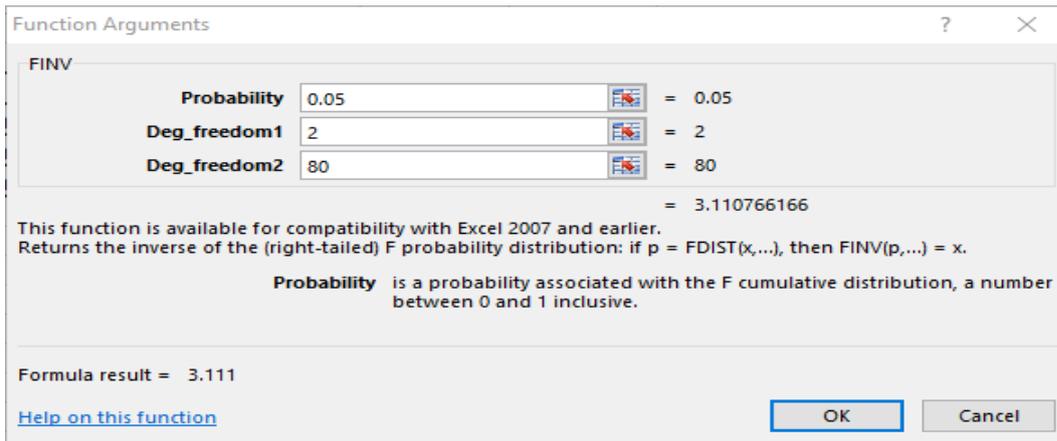
### Uji F (simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.070	2	12.035	102.152	.000 <sup>b</sup>
	Residual	9.190	78	.118		
	Total	33.260	80			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber : hasil olah data SPSS versi 22 (2022)

Berdasarkan pada tabel 6 maka pengujian tabel tersebut dilanjutkan dengan uji simultan dengan menggunakan nilai F-inv. Untuk itu dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 7. Uji F-inv untuk F tabel



Sumber : data olahan excel 2022

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar 102.152, f tabel di peroleh pada table 7 yaitu =FINV(0.05, 2, 80) yaitu sebesar 3.111, berdasarkan nilai f tabel tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa nilai f-hitung lebih besar dari f-tabel (102.152>3.111) dan nilai sig 0.000<0.05. Sehingga dapat disimpulkan secara simultan variabel Aplikasi Layanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

**b. Uji t (Uji Parsial)**

Uji t-statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan (Ghozali, 2011). Untuk mengetahui nilai t statistik tabel ditentukan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan yaitu  $df = (n-k-1)$ , dimana n = jumlah observasi dan k = jumlah variabel. Dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan pada nilai :

- 1) t-hitung > t-tabel : maka H0 ditolak dan Ha diterima, hipotesis penelitian diterima
- 2) t-hitung < t-tabel : maka H0 diterima dan Ha di tolak, hipotesis penelitian ditolak

Tabel. 8. Uji t (parsial)

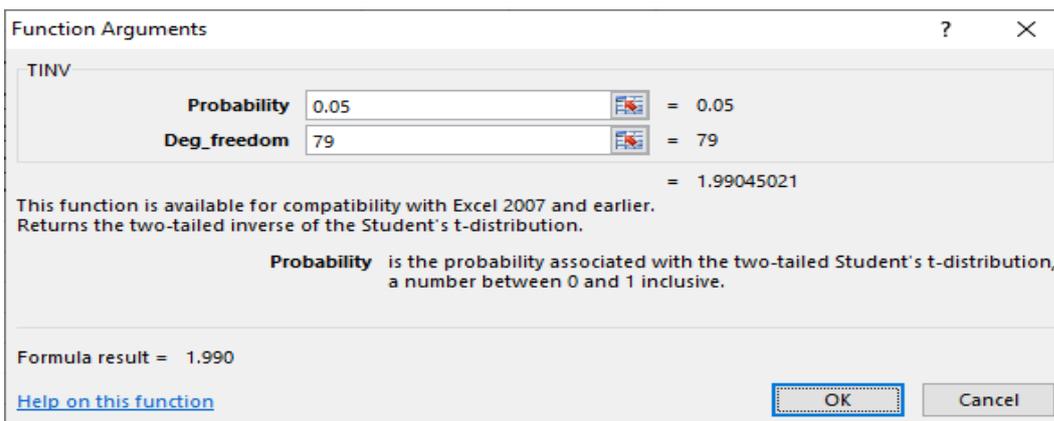
Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.441	.278		1.583	.118
	X1	.323	.122	.294	2.645	.010
	X2	.536	.101	.588	5.294	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil olah data SPSS versi 22 (2022)

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terdapat pada tabel tersebut diperoleh  $t_{hit}$  untuk masing-masing variabel independen yaitu Aplikasi Layanan sebesar 2.645 dan Harga sebesar 5.294. Dengan demikian pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada penelitian ini dapat dijelaskan dengan membandingkan nilai t-statistik dengan nilai t-tabel, yaitu sebagai berikut:

**Tabel. 9.** Uji T-inv untuk T tabel



Sumber : data olahan excel 2022

Berdasarkan penjelasan terhadap hasil tersebut, dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Pengaruh Aplikasi Layanan ( $X_1$ ) terhadap Harga ( $Y$ )
  - Hipotesis untuk menguji pengaruh Aplikasi Layanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) adalah sebagai berikut:
    - a) Pengujian Hipotesis
      - $H_a: \beta = 0$ , Aplikasi Layanan berpengaruh signifikan terhadap terhadap Kepuasan Konsumen
      - $H_0 : \beta \neq 0$ , Aplikasi Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap Kepuasan Konsumen
    - b) Kriteria Pengujian
      - Jika  $t_{hit} > t_{tab}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
      - Jika  $t_{hit} < t_{tab}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Kriteria pengujian uji t pada tabel 8 diatas  $t_{hit}$  Aplikasi Layanan sebesar 2.645 dan signifikan pada tingkat kepercayaan ( $\alpha=0,05$ ), nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,010 lebih kecil dari 0,05. Nilai  $t_{tab}$  dengan  $\alpha=0,05$  dan derajat bebas =  $81 - 1 - 1 = 79$  maka diperoleh  $t_{tab}$  sebesar 1.990. Oleh karena itu,  $t_{hit}$  2.645 lebih besar dari  $t_{tab}$  sebesar 1.990 maka pada tingkat kekeliruan 5%  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Nilai koefisien regresi variabel Aplikasi Layanan adalah 0.294 (positif). Ini berarti Aplikasi Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

- 2) Pengaruh Harga ( $X_2$ ) terhadap Harga ( $Y$ )
  - Hipotesis untuk menguji pengaruh Harga ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) adalah sebagai berikut:
    - a) Pengujian Hipotesis
      - $H_a: \beta = 0$ , Harga berpengaruh signifikan terhadap terhadap Kepuasan Konsumen
      - $H_0: \beta \neq 0$ , Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap Kepuasan Konsumen
    - b) Kriteria Pengujian
      - Jika  $t_{hit} > t_{tab}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Jika  $t_{hit} < t_{tab}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Kriteria pengujian uji t pada tabel 8 diatas  $t_{hit}$  Harga sebesar 5.294 dan signifikan pada tingkat kepercayaan ( $\alpha=0,05$ ), nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai  $t_{tab}$  dengan  $\alpha=0,05$  dan derajat bebas =  $81 - 1 - 1 = 79$  maka diperoleh  $t_{tab}$  sebesar 1.990. Oleh karena itu,  $t_{hit}$  5.294 lebih besar dari  $t_{tab}$  sebesar 1.990 maka pada tingkat kekeliruan 5%  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Nilai koefisien regresi variabel Harga adalah 0.588 (positif). Ini berarti Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

**c. Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Uji determinasi ini bertujuan untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh Aplikasi Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam pengujian hipotesis koefisien determinasi dilihat dari besarnya nilai R Square ( $R^2$ ), untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas *reward* dan *punishment* terhadap kinerja karyawan. Nilai  $R^2$  mempunyai interval 0 sampai 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Hasil uji determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 10 yaitu :

**Tabel. 10.** Uji Detreminasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851 <sup>a</sup>	.724	.717	.34324
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber : hasil olah data SPSS versi 22 (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai R-square sebesar 0.724 menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas (independen) yaitu Aplikasi Layanan dan Harga terhadap variabel terikat (dependen) yaitu Kepuasan Konsumen sebesar 72,4%, sedangkan sisanya sebesar 27,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini contohnya, sebagai berikut : promosi, kualitas produk, saluran distribusi, citra merek dan lain - lainnya.

**a. Pengaruh Aplikasi Layanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Aplikasi adalah suatu perangkat lunak yang dibuat khusus untuk memenuhi kebutuhan berbagai aktivitas dan pekerjaan, misalnya; pelayanan masyarakat, aktivitas niaga, periklanan, game, dan berbagai aktivitas lainnya. Berdasarkan pengujian parsial pada uji t, menunjukkan bahwa variabel Aplikasi Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Aplikasi Layanan tergolong baik sehingga mampu memberikan kontribusi atau pengaruh yang signifikan terhadap baiknya Kepuasan Konsumen. Hasil tersebut didukung dengan nilai t-hitung sebesar  $2.645 > t$ -tabel sebesar 1.990 dengan nilai signifikan p-value sebesar  $0.010 < 0.05$ . Koefisien yang bertanda Positif yaitu sebesar 0.323, maka mengindikasikan bahwa Aplikasi Layanan perusahaan tergolong baik hal ini dibuktikan pada hasil tanggapan responden pada indikator Keandalan (X111) dan (X113) yang menjelaskan bahwa Gojek merupakan aplikasi yang banyak diandalkan dan disukai. Signifikannya pengaruh Aplikasi Layanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen disebabkan karena Gojek memiliki aplikasi yang baik dalam menyediakan jasa pada masyarakat, hal ini dibuktikan pada tanggapan responden pada indikator Kualitas yang dirasakan (Y112) yaitu pada pernyataan bahwa adanya komunikasi yang baik antara aplikasi, driver dan pelanggan, maka hal tersebut memiliki nilai rerata tertinggi dibandingkan pernyataan lainnya dalam indikator Kepuasan Konsumen. Hasil

penelitian ini sesuai dengan temuan dari Kristina Deta Natasya (2018) bahwa Aplikasi Layanan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

#### **b. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen**

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa. Harga juga merupakan jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Berdasarkan pengujian parsial pada uji t, menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa harga tergolong baik dan bagus sehingga mampu memberikan kontribusi atau pengaruh yang signifikan terhadap baiknya Kepuasan Konsumen. Hasil tersebut didukung dengan nilai t-hitung sebesar  $5.294 > t\text{-tabel}$  sebesar 1.990 dengan nilai signifikan p-value sebesar  $0.000 < 0.05$ . Koefisien yang bertanda Positif yaitu sebesar 0.536, maka mengindikasikan bahwa Harga perusahaan tergolong baik hal ini dibuktikan pada hasil tanggapan responden pada indikator Daya Saing Harga (X222) yang menjelaskan bahwa Gojek merupakan aplikasi yang mempunyai harga yang dapat bersaing dengan aplikasi lainnya sehingga hal tersebut meningkatkan kepuasan pada pelanggan. Signifikannya pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen disebabkan karena aplikasi Gojek memiliki harga yang baik dalam menyediakan jasa pada masyarakat dan dapat bersaing, hal ini dibuktikan pada tanggapan responden pada indikator Kualitas yang dirasakan (Y112) yaitu pada pernyataan bahwa adanya komunikasi yang baik antara aplikasi, driver dan pelanggan, maka hal tersebut memiliki nilai rerata tertinggi dibandingkan pernyataan lainnya dalam indikator Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan dari Kristina Deta Natasya (2018) bahwa Harga berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

#### **c. Pengaruh Variabel Aplikasi Layanan dan Harga secara bersama - sama terhadap Kepuasan Konsumen.**

Pengujian variabel Aplikasi Layanan dan Harga secara bersama - sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar 102.152, f tabel yaitu  $=F_{INV}(0.05, 2, 80)$  yaitu sebesar 3.111, berdasarkan nilai f tabel tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa nilai f-hitung lebih besar dari f-tabel ( $102.152 > 3.111$ ) dan nilai sig  $0.000 < 0.05$ . Sehingga dapat disimpulkan secara simultan variabel Aplikasi Layanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil ini disebabkan karena Aplikasi Layanan dan Harga pada Masyarakat Kota Makassar telah dilakukan secara baik, tepat dan mampu membuat mahasiswa tertarik tentang mengenai harga dan baiknya pelayanan di aplikasi, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara maksimal dalam mencapai pendapatan pada perusahaan.

## **SIMPULAN**

Hasil penelitian memberikan bukti bahwa tingginya Aplikasi Layanan mampu menambah Kepuasan Konsumen artinya semakin baik Aplikasi Layanan yang diterapkan, maka semakin baik pula Kepuasan Konsumen pada aplikasi Gojek. Pengaruh positif pada variabel menyatakan bahwa semakin baik aplikasi layanan diakibatkan banyaknya masyarakat Kota Makassar yang menggunakan aplikasi tersebut. Sedangkan signifikannya berarti Aplikasi Layanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan konsumen yang terdapat pada aplikasi tersebut. Hasil penelitian memberikan bukti bahwa tingginya Harga mampu menambah Kepuasan Konsumen artinya semakin baik Harga yang diberikan dan diterapkan, maka semakin baik pula Kepuasan Konsumen melalui harga. Pengaruh positif pada variabel

menyatakan bahwa semakin baik harga diakibatkan banyaknya aplikasi pesaing sehingga Gojek mampu memberikan harga yang bersaing. Sedangkan signifikannya berarti Harga yang baik mampu meningkatkan kepuasan konsumen yang terdapat pada aplikasi tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diantara kedua variabel independen, variabel Aplikasi Layanan dan Harga yang mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan pengujian pada uji simultan yang mempunyai hasil positif dan signifikan artinya kedua variabel mampu meningkatkan Kepuasan Konsumen.

## Referensi :

- Alex S. Nitisemito, 2013, *Pengertian Pemasaran*. edisi kedua, cetakan pertama, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta.
- Cannon, at, al, 2013, *Strategi Pemasaran*. cetakan pertama, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta.
- Durianto, 2013, *Mendefinisikan Iklan*. Manajemen Pemasaran, edisi kedua belas, jilid satu, Penerbit : Indeks, Jakarta
- Dendi Sudiana, 2012, *Manfaat Iklan*. Cakra Ilmu, Yogyakarta.
- Durianto, 2013, *Pengertian-Pengertian Periklanan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Engel et, al, 2012, *Strategi Pemasaran*. cetakan pertama, Penerbit : Mitra Utama, Jakarta
- Fandy Tjiptono, 2012, *Konsep Pemasaran*. edisi kedua, cetakan pertama,. Penerbit : Salemba Empat, Jakarta.
- Indriarto, 2012, *Strategi Pemasaran*. Penerbit : Mitra Wacana Media, Jakarta
- Kotler, 2011, *Pengertian Periklanan*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Kardes, 2011, *Strategi Pemasaran*. edisi kedua, cetakan pertama,. Penerbit : Salemba Empat, Jakarta.
- Kriyantono, 2013, *Pengertian Iklan*. Penerbit : Mitra Utama, Jakarta
- Kinnear dan Taylor, dalam Sukmawati, 2013, *Definisi minat beli*. edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit: Gramedia, Jakarta
- Kriyantono, 2013, *Definisi Periklanan*, cetakan pertama, Penerbit :Alfabeta, Bandung.
- Lee, 2012, *Pengertian Iklan*. Cetakan Kedua. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Mehta, 2012, *Definisikan Minat Beli* , Manajemen Pemasaran, edisi kedua belas, jilid satu, Penerbit : Indeks, Jakarta
- Murti Sumarni, John Soeprihanto, 2013, *Pengertian Harga*. edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Mitra Wacana Media, Jakarta.
- M. Mursid, 2013, *Definisi Promosi*. Cetakan Kedua. Mandar Maju. Bandung.
- Phillip Kotler, 2013, *Dalam Bukunya "Principles Of Marketing" Mendefinisikan : "Bauran Pemasaran*.
- Philip Kotler & Amstrong, 2011, *Definisi Bauran Pemasaran*. edisi kedua, cetakan pertama,. Penerbit : Salemba Empat, Jakarta.
- Philip Kotler dan Keller, 2013, *Konsep Pemasaran*. Penerbit : Salemba Empat, Jakarta.
- Peter, Otson, 2013, *Pengertian Iklan*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Philip Kotler 2011 , *Pengertian Pemasaran*. edisi kedua, cetakan pertama,. Penerbit : Salemba Empat, Jakarta.
- Philip Kotler dan Keller, 2013, *Konsep Pemasaran*. cetakan ketiga, Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Suhandang, 2012, *Pengertian Iklan* edisi kedua belas. jilid satu, Penerbit : Indeks, Jakarta
- Schiffman, Kanuk, 2013, *Strategi Pemasaran*. Cetakan Kedua. Mandar Maju. Bandung.
- Sugiyono, 2011, *Defenisi Populasi Penelitian*. edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Mitra Wacana Media, Jakarta
- Swastha, 2011. *Definisikan Minat*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sofyan Assauri, 2011, *Pengertian Pemasaran*. Suhandang, 2012, *Pengertian Iklan*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sofyan Assauri, 2011, *Pengertian Pemasaran*. cetakan ketiga, Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

