

## Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Gojek Di Kecamatan Majalaya

Arif Budiman\*, Wandi Kurniadi

Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional

arifbudiman160701@gmail.com\*

**Abstract.** This study aims to analyze the effect of price perception and service quality on user satisfaction with the Gojek application in Majalaya District. The research employs a quantitative method with descriptive and verificative approaches. The sampling technique used is purposive sampling, involving 100 Gojek application users in Majalaya District. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 27. The results of the descriptive analysis indicate that price perception, service quality, and user satisfaction are in the high category. The verificative analysis shows that price perception and service quality have a positive and significant effect on user satisfaction, both partially and simultaneously. The coefficient of determination indicates that user satisfaction is largely explained by price perception and service quality, while the remaining variance is influenced by other factors beyond this study. These findings highlight the importance of effective pricing policies and continuous improvement in service quality to enhance user satisfaction with the Gojek application in Majalaya District.

**Keywords:** Price Perception, Service Quality, User Satisfaction

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 pengguna aplikasi Gojek. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas layanan, dan kepuasan pengguna berada pada kategori tinggi. Hasil analisis verifikatif menunjukkan bahwa persepsi harga dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kepuasan pengguna sebagian besar dipengaruhi oleh persepsi harga dan kualitas layanan. Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan kebijakan harga dan peningkatan kualitas layanan dalam upaya meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya.

**Kata kunci:** Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Pengguna.

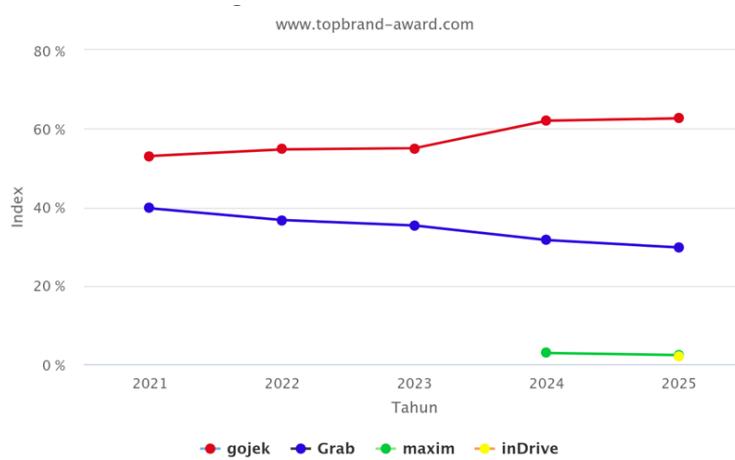
## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam pola aktivitas dan perilaku masyarakat, khususnya dalam pemanfaatan layanan berbasis aplikasi. Tingginya tingkat penetrasi internet di Indonesia menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi fondasi utama dalam pengembangan berbagai sektor layanan, termasuk transportasi online .

Kondisi ini mempercepat transformasi sistem transportasi konvensional menuju layanan berbasis aplikasi yang menawarkan kemudahan, fleksibilitas, serta efisiensi waktu dan biaya bagi pengguna.

Layanan transportasi online, khususnya ojek online, telah menjadi bagian penting dalam menunjang mobilitas masyarakat di wilayah perkotaan maupun semi-perkotaan. Pertumbuhan nilai transaksi dan jumlah pengguna layanan ride-hailing di Indonesia menunjukkan bahwa sektor ini memiliki peran strategis dalam ekonomi digital nasional. Di tengah persaingan yang semakin ketat, perusahaan penyedia jasa transportasi online dituntut untuk mampu mempertahankan daya saing melalui strategi yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

**Gambar 1. Indeks Jasa Transportasi Online**



Sumber: Top Brand Award

Gojek sebagai salah satu pelaku utama industri transportasi online di Indonesia masih menempati posisi teratas dalam berbagai indikator merek dan penggunaan. Meskipun demikian, dinamika persaingan dan perubahan perilaku konsumen menuntut Gojek untuk terus meningkatkan kinerja layanannya. Kepuasan pengguna menjadi faktor krusial karena berperan dalam membentuk loyalitas dan keberlanjutan penggunaan layanan. Dalam konteks administrasi bisnis, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kesesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja layanan yang dirasakan, terutama terkait persepsi harga dan kualitas layanan.

Persepsi harga mencerminkan penilaian konsumen terhadap kewajaran tarif yang dibayarkan dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh, sementara kualitas layanan berkaitan dengan keandalan, ketepatan, kenyamanan, serta responsivitas penyedia jasa. Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna transportasi online. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada wilayah perkotaan besar, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan kondisi wilayah semi-urban.

Kecamatan Majalaya merupakan wilayah berkembang dengan tingkat mobilitas masyarakat yang cukup tinggi karena posisinya sebagai penghubung antara kawasan perkotaan dan sekitarnya. Meskipun layanan Gojek banyak digunakan di wilayah ini, masih ditemukan keluhan terkait penerapan tarif dinamis pada jam sibuk serta ketidakstabilan kualitas layanan, seperti keterlambatan penjemputan dan kendala teknis aplikasi. Fenomena tersebut berpotensi memengaruhi persepsi pengguna dan tingkat kepuasan terhadap layanan Gojek.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek

di Kecamatan Majalaya. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan ilmu administrasi bisnis, khususnya terkait perilaku konsumen jasa digital, serta menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi harga dan peningkatan kualitas layanan yang lebih sesuai dengan karakteristik pengguna di tingkat lokal.

## **KAJIAN TEORI**

### **Kepuasan Pengguna**

Kepuasan pengguna merupakan hasil evaluasi pengguna terhadap kinerja suatu produk atau layanan yang dibandingkan dengan harapan awal yang dimiliki. Kepuasan muncul ketika kinerja layanan mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi pengguna (Chandra et al., 2020).

Dalam konteks pemasaran jasa, kepuasan pengguna memiliki peran strategis karena berpengaruh terhadap keberlanjutan hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat mendorong loyalitas, niat penggunaan ulang, serta kesediaan pengguna untuk merekomendasikan layanan kepada pihak lain. Sebaliknya, ketidakpuasan berpotensi menimbulkan keluhan dan menurunkan citra perusahaan di masa depan (Chandra et al., 2020).

Tjiptono (dalam Chandra et al., 2020) menyatakan bahwa kepuasan pengguna dapat diukur melalui beberapa indikator utama, antara lain kesesuaian layanan dengan harapan, sikap loyal terhadap layanan, serta kesediaan pengguna untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Oleh karena itu, kepuasan pengguna sering dijadikan sebagai indikator keberhasilan kinerja perusahaan jasa.

### **Persepsi Harga**

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Dalam bauran pemasaran, harga memiliki peran strategis karena menjadi satu-satunya elemen yang secara langsung menghasilkan pendapatan bagi perusahaan, sekaligus mencerminkan nilai dan posisi suatu produk atau merek di pasar (Chandra et al., 2020).

Kotler dan Keller (dalam Indrasari, 2019) mengemukakan bahwa persepsi harga dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa, daya saing harga dibandingkan dengan pesaing, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Persepsi harga yang positif berpotensi meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang digunakan.

Persepsi harga mengacu pada penilaian subjektif konsumen terhadap kewajaran dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh. Harga tidak semata-mata dipandang sebagai nilai nominal, tetapi juga sebagai sinyal kualitas dan nilai layanan. Konsumen cenderung merasa puas apabila harga yang dibayarkan dinilai adil dan sebanding dengan kualitas serta manfaat yang diterima.

### **Kualitas Layanan**

Kualitas layanan menggambarkan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara konsisten. Kualitas layanan yang baik tercermin dari kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang tepat, cepat, dan sesuai dengan ekspektasi pengguna. Apabila layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, maka tingkat kepuasan pengguna akan meningkat dan mendorong niat penggunaan ulang (Chandra et al., 2020).

Konsep kualitas layanan dalam pemasaran jasa umumnya diukur menggunakan lima dimensi utama. Dimensi tersebut meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap

(*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), serta bukti fisik (*tangibles*) (Tjiptono dalam Chandra et al., 2020).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta tingkat persepsi harga, kualitas layanan, dan kepuasan pengguna aplikasi Gojek. Sementara itu, pendekatan verifikatif bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian dilakukan di Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow karena populasi tidak diketahui secara pasti, sehingga diperoleh sebanyak 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form* kepada responden. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, laporan resmi, dan sumber daring yang relevan dengan topik penelitian.

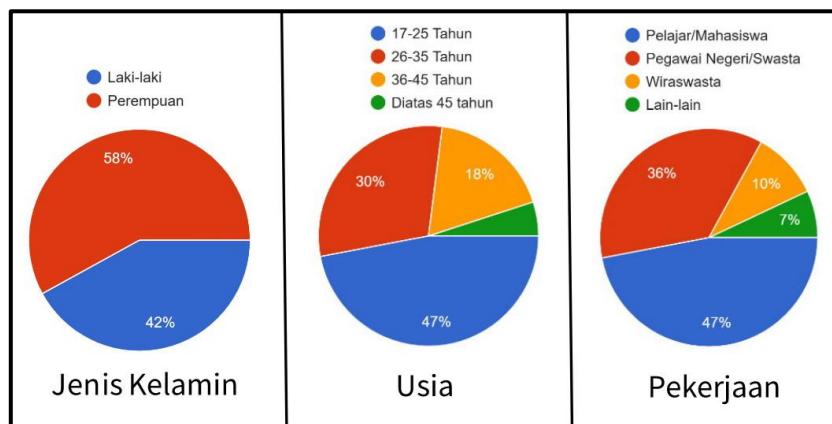
Sebelum dilakukan analisis data, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS versi 27. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi lebih besar dari nilai r tabel dan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Teknik analisis data meliputi analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Pengujian model regresi didahului dengan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), serta pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan tingkat signifikansi 5%.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Karakteristik Responden:

**Gambar 2. Karakteristik Responden**



Sumber: Hasil Olah Data Google Form

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, karakteristik responden menunjukkan bahwa pengguna aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya didominasi oleh perempuan. Ditinjau dari aspek usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia

produktif, khususnya kelompok usia 17–25 tahun yang merupakan kelompok dominan. Berdasarkan jenis pekerjaan, mayoritas responden merupakan pelajar atau mahasiswa, diikuti oleh pegawai negeri maupun swasta. Secara keseluruhan, karakteristik responden menggambarkan bahwa pengguna Gojek di Kecamatan Majalaya didominasi oleh kelompok usia produktif dengan latar belakang pelajar atau mahasiswa, yang cenderung aktif dalam penggunaan layanan transportasi berbasis aplikasi.

Analisis Deskriptif:

**Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif**

<b>Variabel Persepsi Harga</b>					
<b>X1</b>	<b>Skor</b>	<b>Mean</b>	<b>Std Dev</b>	<b>%</b>	<b>Kategori</b>
<b>Total Skor</b>	3882	3,882	5,691	77,64%	Tinggi
<b>Variabel Kualitas Layanan</b>					
<b>X2</b>	<b>Skor</b>	<b>Mean</b>	<b>Std Dev</b>	<b>%</b>	<b>Kategori</b>
<b>Total Skor</b>	3941	3,941	5,852	78,82%	Tinggi
<b>Variabel Kepuasan Pengguna</b>					
<b>Y</b>	<b>Skor</b>	<b>Mean</b>	<b>Std Dev</b>	<b>%</b>	<b>Kategori</b>
<b>Total Skor</b>	3865	3,865	5,691	77,30%	Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data Microsoft Excel

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi harga pengguna aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya berada pada kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa secara umum responden menilai harga layanan Gojek sudah sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima. Pada variabel kualitas layanan, hasil penelitian juga menunjukkan kategori tinggi, bahkan beberapa indikator berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa responden menilai layanan Gojek telah diberikan secara baik dan konsisten. Selanjutnya, hasil deskriptif pada variabel kepuasan pengguna menunjukkan bahwa tingkat kepuasan berada pada kategori tinggi, meskipun nilainya relatif lebih rendah dibandingkan persepsi harga dan kualitas layanan. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan pengguna belum sepenuhnya optimal dan masih memiliki potensi untuk ditingkatkan.

Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

<b>Kode Item</b>	<b>r Tabel</b>	<b>r Hitung</b>	<b>Ket</b>	<b>Kode Item</b>	<b>r Tabel</b>	<b>r Hitung</b>	<b>Ket</b>	<b>Kode Item</b>	<b>r Tabel</b>	<b>r Hitung</b>	<b>Ket</b>
<b>X<sub>1</sub>1</b>	0,197	0,771	Valid	<b>X<sub>2</sub>1</b>	0,197	0,639	Valid	<b>Y<sub>1</sub></b>	0,197	0,443	Valid
<b>X<sub>1</sub>2</b>	0,197	0,773	Valid	<b>X<sub>2</sub>2</b>	0,197	0,671	Valid	<b>Y<sub>2</sub></b>	0,197	0,593	Valid
<b>X<sub>1</sub>3</b>	0,197	0,769	Valid	<b>X<sub>2</sub>3</b>	0,197	0,73	Valid	<b>Y<sub>3</sub></b>	0,197	0,746	Valid
<b>X<sub>1</sub>4</b>	0,197	0,542	Valid	<b>X<sub>2</sub>4</b>	0,197	0,659	Valid	<b>Y<sub>4</sub></b>	0,197	0,733	Valid
<b>X<sub>1</sub>5</b>	0,197	0,639	Valid	<b>X<sub>2</sub>5</b>	0,197	0,678	Valid	<b>Y<sub>5</sub></b>	0,197	0,704	Valid
<b>X<sub>1</sub>6</b>	0,197	0,482	Valid	<b>X<sub>2</sub>6</b>	0,197	0,715	Valid	<b>Y<sub>6</sub></b>	0,197	0,648	Valid
<b>X<sub>1</sub>7</b>	0,197	0,564	Valid	<b>X<sub>2</sub>7</b>	0,197	0,759	Valid	<b>Y<sub>7</sub></b>	0,197	0,514	Valid
<b>X<sub>1</sub>8</b>	0,197	0,638	Valid	<b>X<sub>2</sub>8</b>	0,197	0,68	Valid	<b>Y<sub>8</sub></b>	0,197	0,676	Valid

<b>X<sub>1</sub>9</b>	0,197	0,647	Valid	<b>X<sub>2</sub>9</b>	0,197	0,781	Valid	<b>Y9</b>	0,197	0,58	Valid
<b>X<sub>1</sub>10</b>	0,197	0,654	Valid	<b>X<sub>2</sub>10</b>	0,197	0,723	Valid	<b>Y10</b>	0,197	0,702	Valid

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 27, seluruh item pernyataan pada variabel Persepsi Harga ( $X_1$ ), Kualitas Layanan ( $X_2$ ), dan Kepuasan Pengguna (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,197. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Koefisien Cronbach's Alpha</b>	<b>N</b>	<b>Keterangan</b>
Persepsi Harga ( $X_1$ )	0,841	0,70	10	Reliabel
Kualitas Layanan ( $X_2$ )	0,884	0,70	10	Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	0,829	0,70	10	Reliabel

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 27, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Persepsi Harga sebesar 0,841, Kualitas Layanan sebesar 0,884, dan Kepuasan Pengguna sebesar 0,829. Nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,70 menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi. Hal ini berarti bahwa jawaban responden cenderung stabil dan dapat dipercaya apabila instrumen digunakan kembali pada kondisi yang serupa.

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,25549956
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,066
	Negative	-,039
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		,200 <sup>d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 27, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai ini menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan signifikan terhadap distribusi normal karena lebih besar dari ambang batas yang ditetapkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi ini terdistribusi normal secara statistik.

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,401	2,518		1,351	,180	
	Persepsi Harga	,486	,073	,486	6,617	,000	,626
	Kualitas Layanan	,416	,071	,428	5,831	,000	,626

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 27, diperoleh nilai *Tolerance* sebesar 0,626 untuk variabel Persepsi Harga dan Kualitas Layanan, serta nilai VIF sebesar 1,596 untuk kedua variabel tersebut. Kedua nilai tersebut berada dalam rentang yang aman, yaitu *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak ditemukan adanya gejala multikolinearitas, sehingga kedua variabel independen dapat digunakan secara simultan dalam analisis regresi tanpa menimbulkan gangguan terhadap validitas model.

**Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser**

Model	Coefficients <sup>a</sup>							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	4,381	1,610		2,720	,008		
	Persepsi Harga	-,013	,047	-,035	-,276	,783	,626	1,596
	Kualitas Layanan	-,036	,046	-,099	-,780	,438	,626	1,596

a. Dependent Variable: ABS RES

Berdasarkan hasil output SPSS yang ditampilkan pada Tabel 5, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Persepsi Harga adalah sebesar 0,783, sedangkan variabel Kualitas Layanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,438. Kedua nilai tersebut lebih besar dari batas signifikansi 0,05, yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap nilai absolut residual. Berdasarkan hasil uji Glejser, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

**Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3,401	2,518		1,351	,180		
	Persepsi Harga	,486	,073	,486	6,617	,000	,626	1,596
	Kualitas Layanan	,416	,071	,428	5,831	,000	,626	1,596

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan tabel diatas, persamaan garis regresinya sebagai berikut :  

$$Y = 3,401 + 0,486X_1 + 0,416X_2 + e$$

Nilai konstanta sebesar 3,401 menunjukkan bahwa apabila Persepsi Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_2$ ) dianggap tetap, tetapi dipengaruhi oleh variabel di luar model, maka diperkirakan Kepuasan Pengguna (Y) aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya akan naik sebesar 3,401.

Koefisien regresi Persepsi Harga ( $X_1$ ) sebesar 0,486 artinya Persepsi Harga meningkat satu satuan maka Persepsi Harga akan mengalami kenaikan sebesar 0,486 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

Koefisien regresi Kualitas Layanan ( $X_2$ ) sebesar 0.416 artinya Kualitas Layanan meningkat satu satuan maka Kualitas Layanan akan mengalami kenaikan sebesar 0.416 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

**Tabel 8. Hasil Uji t (Parsial)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,401	2,518		1,351	,180		
	Persepsi Harga	,486	,073	,486	6,617	,000	,626	1,596
	Kualitas Layanan	,416	,071	,428	5,831	,000	,626	1,596

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai t hitung setiap variabel sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan dari hasil uji t diatas, pada variabel Persepsi Harga diperoleh nilai t hitung =  $6,617 > t$  tabel = 1.984 dan nilai sig =  $0.000 < 0.05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel Persepsi Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengguna aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya.

- 2) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan dari hasil uji t diatas, pada variabel Kualitas Layanan diperoleh nilai t hitung =  $5,831 > t$  tabel = 1.984 dan nilai sig =  $0.000 < 0.05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengguna aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya.

**Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	2157,521	2	1078,760	99,730
	Residual	1049,229	97	10,817	
	Total	3206,750	99		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Persepsi Harga

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh F hitung  $99,730 > F$  tabel = 3.09 dan nilai sig =  $0.000 < 0.05$ . Artinya variabel Persepsi Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengguna aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya.

**Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,820 <sup>a</sup>	,673	,666	3,289

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Persepsi Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan dari tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi yaitu 0.673. Hal ini berarti variabel Persepsi Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_2$ ) secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli (Y) sebesar 0.673 atau sama

dengan 67.3%. Sedangkan sisanya sebesar 32,7% (100% - 67.3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

### **Pembahasan Penelitian**

#### **Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pengguna**

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Persepsi Harga ( $X_1$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,486 serta nilai t hitung sebesar 6,617 yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,984. Hasil ini membuktikan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Koefisien regresi yang bernali positif menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pengguna terhadap harga yang ditetapkan, maka tingkat kepuasan pengguna juga akan meningkat, sehingga hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima. Persepsi harga dalam penelitian ini mencakup kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima, keterjangkauan harga, serta daya saing harga dibandingkan dengan layanan sejenis.

#### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna**

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan ( $X_2$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,416 serta nilai t hitung sebesar 5,831 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dirasakan oleh pengguna, maka kepuasan pengguna akan semakin meningkat. Kualitas layanan dalam penelitian ini mencakup aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik layanan.

#### **Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna**

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 99,730, yang lebih besar dibandingkan dengan F tabel sebesar 3,09, serta nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa Persepsi Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna tidak ditentukan oleh satu faktor tunggal, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi antara persepsi harga yang positif dan kualitas layanan yang baik. Apabila salah satu faktor tersebut menurun, maka kepuasan pengguna juga berpotensi menurun.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Persepsi harga pengguna aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna menilai harga atau tarif layanan Gojek sudah relatif sesuai dengan manfaat dan kualitas layanan yang diterima. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek harga yang perlu diperhatikan agar semakin sesuai dengan harapan pengguna.
- 2) Kualitas layanan aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya berada pada kategori tinggi. Pengguna menilai bahwa layanan yang diberikan Gojek, baik dari segi keandalan, ketangggapan, maupun kenyamanan, sudah cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan pengguna.

- 3) Kepuasan pengguna aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya berada pada kategori tinggi. Pengguna secara umum merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh Gojek dalam memenuhi kebutuhan transportasi dan layanan pendukung lainnya, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang dapat ditingkatkan.
- 4) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pengguna terhadap harga yang ditetapkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna.
- 5) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya. Artinya, kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi Gojek.
- 6) Persepsi harga dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Gojek di Kecamatan Majalaya. Kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan pengguna, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

## **SARAN**

- 1) Gojek diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kebijakan harga agar tetap kompetitif dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh pengguna, terutama dengan mempertimbangkan daya beli masyarakat di Kecamatan Majalaya.
- 2) Peningkatan kualitas layanan perlu terus dilakukan, khususnya pada aspek ketepatan waktu, keramahan mitra pengemudi, serta konsistensi pelayanan agar kepuasan pengguna dapat terus meningkat.
- 3) Evaluasi dan pengawasan terhadap mitra pengemudi perlu dilakukan secara berkelanjutan guna menjaga standar layanan yang diberikan kepada pengguna aplikasi Gojek.
- 4) Gojek juga disarankan untuk mengembangkan fitur dan kemudahan dalam aplikasi agar pengguna merasa lebih nyaman, aman, dan puas dalam menggunakan layanan.
- 5) Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan pengguna, seperti promosi, citra merek, kepercayaan, atau kemudahan penggunaan aplikasi.
- 6) Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kepuasan pengguna.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service quality, consumer satisfaction, dan consumer loyalty: Tinjauan teoritis*. CV IRDH.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Sarwono, J. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*. Gava Media.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (4th ed). Alfabeta.

### **Jurnal**

- Anggraeni, A. P., Wartiningsih, E., & Sofa, N. (2024). *Pengaruh persepsi harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Maxim di Kota Depok*. JAProf: Jurnal Administrasi Profesional, 5(2), 101–110.  
<https://ojs.stiami.ac.id/index.php/japrof>
- Rahman, S., Rika, R., Santoso, P. H., & Setyawan, O. (2022). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Transportasi Online (Studi Kasus pada Pengguna Gojek di Pekanbaru)*. Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen dan Akuntansi), 2(1), 1–13.  
<https://doi.org/10.58794/bns.v2i1.73>
- Setiawan, P. Y. (2024). *Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan : Studi Pada Pelanggan GO-JEK Di Denpasar*. Relasi : Jurnal Ekonomi, 20 (1), 14–31.  
<https://doi.org/10.31967/relasi.v20i1.646>
- Wijayanto, E. P., & Rozi, F. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Online (Survey pada Pengguna Grab di Jabodetabek)*. IKON: Jurnal Ilmu Komunikasi, 27(3), 235–250.  
<https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2611>