
**Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Kualitas Sistem Informasi
Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek
(Studi Kasus Pada Pelanggan Gojek di Kelurahan Tlogomas Malang)**

Jangky Dausat*

Rois Arifin**

Afi Rachmat Slamet***

jangky.da@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality, price and quality of information systems on customer satisfaction of Gojek. The population in this study were the Gojek customers in the Tlogomas RW 6, RT 1 and RT 2 Malang. The sample used is some Tlogomas residents with the respondents being Gojek customers. The technique used in sampling is a technique using the Slovin formula, the sample selected is 41 respondents. The data were collected using a questionnaire method. The data analysis method used is multiple regression analysis with the help of SPSS software version 14 (Statistical Products and Service Solutions version 14). The test data used were simultaneous hypothesis testing (f), determination coefficient (R²), and partial hypothesis testing (t). The results showed that the independent variable simultaneously had a significant effect on the dependent variable. Based on the test results of the coefficient of determination, the adjusted R value is 74.7%, while the remaining 25.3% is influenced by other variables not included in this study. Based on the partial test results, three variables have an influence on customer satisfaction, service quality (sig = 0.045), price (sig = 0.005) and information system quality (sig = 0.030) have an effect on customer satisfaction.

Keywords: service quality, price, information system quality and customer satisfaction

Pendahuluan

Di era yang modern seperti sekarang ini, transportasi menjadi salah satu faktor penunjang penting dalam kegiatan sehari-hari terutama di daerah perkotaan. Bergesernya ruang tempat tinggal dari kota ke pinggiran kota membuat transportasi semakin dibutuhkan, mengingat segala rutinitas kesibukan memerlukan transportasi sebagai alat untuk menunjang rutinitas. Transportasi yang baik dapat mencerminkan keteraturan kota, hal ini dikarenakan transportasi merupakan suatu alat bantu dalam mengarahkan pembangunan. Selain itu, transportasi juga merupakan suatu prasarana bagi pergerakan manusia atau barang yang timbul akibat adanya kegiatan di daerah perkotaan.

Pada saat ini transportasi umum serasa kurang didukung oleh pemerintah, mulai dari kendaraan yang tidak layak jalan, sopir yang tidak tertib dan rawannya tindak kriminal sehingga orang takut memakai jasa transportasi umum. Oleh karena itu masyarakat lebih memilih menggunakan transportasi pribadi untuk beraktifitas dalam kehidupan sehari-hari, seiring bertambahnya jumlah penduduk berdampak pada peningkatan *volume* kendaraan dan menimbulkan kemacetan karena tidak sebanding pembangunan jalan dengan *volume* kendaraan. Salah satu dampak dari kemacetan adalah akan memperlambat roda

perekonomian. Untuk itu banyak program kerja pemerintah pusat maupun pemerintah daerah merencanakan peralihan dari kendaraan pribadi ke kendaraan umum. Untuk menekan angka kemacetan dan minat menggunakan transportasi umum, pemerintah seharusnya mengupayakan fasilitas, kemudahan akses transportasi umum serta jaminan keamanan bagi pelanggan. Untuk itu perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang lebih baik dan inovatif. Pembaharuan tersebut bukan hanya penciptaan sesuatu baru, tetapi juga merupakan produk aktual atau *outcome*. Bagi suatu jasa, *outcome* bukan merupakan suatu hasil output, melainkan modifikasi dari pelayanan yang sudah ada (Tjiptono, 2012).

Sejalan dengan pesatnya teknologi informasi dan komunikasi, teknologi transportasi pun mulai berkembang. Dengan meningkatnya kebutuhan akan transportasi yang cepat dan mudah maka munculah bisnis jasa layanan transportasi *online* yang menggunakan aplikasi. Kemudahan dalam pemesanan, efisiensi waktu dan biaya menjadi kelebihan tersendiri bagi penyedia layanan jasa transportasi *online* dibandingkan dengan transportasi konvensional. Saat ini banyak bermunculan jasa transportasi *online* di Indonesia seperti Gojek, grabbike, grabtaxi dan lain-lain.

Banyaknya penyedia jasa transportasi *online* menyebabkan semakin ketatnya persaingan. Persaingan dalam penentuan tarif atau harga maupun persaingan dalam memberikan kualitas layanan yang baik kepada pelanggan. Selain kualitas pelayanan, konsumen juga mempertimbangkan harga dalam memilih menggunakan transportasi *online*.

Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang pelanggan sering kali melihat nilai lebih dari suatu produk (jasa). Menurut Monroe dalam Tjiptono (2014:308) mengemukakan bahwa nilai pelanggan adalah *tradeoff* antara persepsi pelanggan terhadap kualitas atau manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat harga yang dibayarkan.

Banyak faktor yang menumbuhkan kepuasan pelanggan antara lain yaitu kenyamanan, kualitas sistem informasi, profesional, jaminan, keamanan, harga, dan kualitas pelayanan. Dari banyaknya faktor yang menumbuhkan kepuasan pelanggan, peneliti tertarik kepada tiga faktor yang akan menumbuhkan kepuasan pelanggan. Faktor tersebut yaitu kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan. Dengan kualitas sistem informasi yang baik pelanggan akan merasa dimudahkan dengan penggunaan sistem informasi yang dibuat oleh penyedia jasa. Hal ini akan menumbuhkan kepuasan. Harga yang terjangkau akan menimbulkan ketertarikan pelanggan dan memberikan rasa keuntungan ekonomis dalam menggunakan jasa tersebut. Pelayanan yang memuaskan pelanggan secara konsisten akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Apabila secara konsisten kualitas sistem informasi, harga serta pelayanan itu dirasakan berkualitas maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan sangat penting bagi perusahaan agar pelanggan mau memakai kembali memakai jasa tersebut tanpa khawatir dan akan menumbuhkan loyalitas konsumen. Semakin besar kepuasan konsumen akan menciptakan loyalitas yang berdampak pada pendapatan yang meningkat bagi perusahaan.

Masyarakat saat ini membutuhkan jasa transportasi yang praktis dan cepat karena semakin tahun kota Malang sering terjadi macet. Dalam membantu mengatasi macet salah satu jasa transportasi yang bisa digunakan masyarakat di Malang yaitu ojek *online*. Berdasarkan data *Top Brand Award* 2019 pada fase 2 di atas dapat dilihat bahwa Gojek berhasil menduduki peringkat pertama yaitu sebesar 44,6% disusul dengan Grab pada peringkat kedua dengan 43,1%. <http://www.topbrand-award.com>. Gojek merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi ojek online yang selalu meningkatkan kualitas layanannya dan harga yang ditawarkan juga cukup bersaing dengan penyedia jasa

transportasi lain. Penggunaan transportasi online atau gojek oleh masyarakat disebabkan lebih efisien dari segi waktu serta dapat membayar secara non-tunai melalui layanan *Go-Pay* pada aplikasi *Go-Jek*.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Liat, Manosori & Huei (2014) melakukan penelitian mengenai hubungan kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, citra perusahaan, dan loyalitas konsumen di hotel Malaysia, menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki efek positif pada kepuasan konsumen.

Fenomena kepuasan konsumen karena adanya faktor kualitas layanan, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat, ada lebih dari 41% konsumen transportasi online pernah dikecewakan oleh operasional transportasi online. Hal ini diketahui dari hasil survei yang dilakukan oleh YLKI terhadap 4.668 pengguna transportasi online, baik kendaraan roda dua maupun roda empat. Dari survei tersebut diketahui Aplikasi Gojek menduduki rating penggunaan tertinggi dipilih konsumen, sebanyak 72,6%. Hal yang paling banyak mengecewakan konsumen adalah pengemudi yang meminta pesannya dibatalkan. Hal lainnya yang mengecewakan konsumen adalah sulitnya mendapatkan pengemudi, pengemudi yang membatalkan secara sepihak, aplikasi map error, plat nomor yang tidak sama dengan yang tertera di aplikasi, hingga kondisi kendaraan yang kurang baik. Sedangkan sisanya tertuju kepada perilaku pengemudi. Di antaranya pengemudi yang tak kunjung datang, perilaku pengemudi yang tidak jujur ke konsumen, pengemudi yang memulai perjalanan lebih dulu sebelum bertemu dengan konsumen, pengemudi yang ugal-ugalan, kendaraan yang berbau asap rokok, pengemudi yang tak mau diberi tahu dan pengemudi yang merokok saat berkendara. (Simorangkir, 2017).

Hasil penelitian terdahulu, fenomena-fenomena yang terjadi, dan hasil wawancara dengan driver dan konsumen layanan gojek di atas menunjukkan kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Perusahaan perlu mencari cara untuk mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan. Sedangkan kualitas layanan yang buruk akan membuat konsumen tidak puas dan memberikan persuasi kepada orang lain untuk pergi kepada penyedia layanan yang lain.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini mengambil judul "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Kasus Pada Pelanggan Gojek di Kelurahan Tlogomas Malang).

Rumusan Masalah

- a. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, harga dan kualitas sistem informasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Gojek?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Gojek?
- c. Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Gojek?
- d. Bagaimana pengaruh kualitas sistem informasi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Gojek?

Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga dan kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan Gojek.
- b. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek.

- c. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Gojek.
- d. Untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan Gojek.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta menjadi bahan pertimbangan, masukan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan, mempertahankan kepuasan pelanggan dan profit perusahaan.
- b. Diharapkan penelitian ini memberikan informasi yang berguna untuk bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya dan untuk referensi di perpustakaan.
- c. Penulis berharap melalui penelitian ini dapat menambah wawasan atau pengetahuan bagi penulis serta dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh selama kuliah terutama yang berkaitan dengan pemasaran jasa dan penulis juga berharap penelitian ini juga dapat berguna bagi orang lain.

Tinjauan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Penelitian Terdahulu

Athira (2015) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Di Kota Surabaya”. Penelitian ini menggunakan variabel *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible*.

Sudarwanto (2016), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online Gojek di Surabaya.

Halim (2017) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Gojek Di Kota Yogyakarta” Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2011:180) kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Harga

Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151), Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut

Kualitas Sistem Informasi

Pengertian sistem informasi menurut Susanto (2004:132) adalah kombinasi dari manusia, fasilitas atau alat teknologi, media, prosedur dan pengendalian yang bermaksud menata jaringan komunikasi yang penting, proses atau transaksi tertentu dan rutin, membantu

manajemen dan pemakai intern dan ekstern dan menyediakan dasar pengambilan keputusan yang tepat.

Kepuasan Pelanggan

Definisi kepuasan pelanggan yang dirumuskan Oliver (Barnes, 2003: 64) ialah Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penemuan dari beberapa ahli antara lain Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono (1999), diperoleh rumusan sebagai berikut: Kepuasan Pelanggan = $f(\text{expectations, perceived performance})$. Dari persamaan diatas, dapat diketahui bahwa ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations*, maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Tse dan Wilton juga menemukan bahwa ada pengaruh langsung dari *perceived performance* terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh *perceived performance* tersebut lebih kuat daripada *expectations* didalam penentuan kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan Dabholkar et. al (2000) dalam Tjiptono (2005) menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Cronin dan Taylor (1992) dalam Margaretha (2004) menemukan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kualitas layanan dan kepuasan.

H1_a : Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga dilihat dari sudut pandang konsumen, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal (Tjiptono, 1999:243). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fariza (2008) mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan GSM Indosat di kota Semarang, hasil penelitiannya menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H1_b : Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

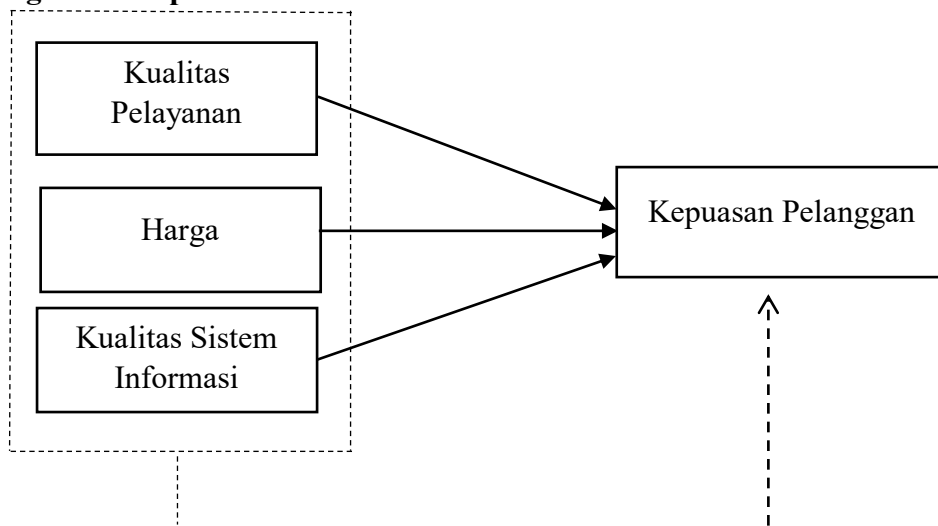
Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas sistem informasi diartikan sebagai kemudahan untuk menggunakan sistem informasi yang digunakan oleh pemakai sistem informasi, dalam konteks ini pelanggan Gojek merupakan pengguna dari sistem informasi. Gojek sebagai penyedia jasa ojek online seharusnya mempunyai sistem informasi yang handal, mengingat terobosan yang dilakukan Gojek adalah berbasis online yang artinya Gojek harus mempunyai suatu sistem informasi yang efektif dan efisien bagi para pelanggannya. Maka dari itu Dibutuhkan Kualitas sistem

informasi yang baik agar sebuah bisnis akan berjalan lancar. Tanpa sistem informasi yang berkualitas perusahaan akan mengalami kesulitan dalam mengolah atau memproses informasi secara efektif dan efisien. Apabila kualitas sistem informasi dapat berjalan dengan baik, konsumen Gojek akan memperoleh manfaat seperti keamanan dalam menggunakan sistem informasi, sehingga konsumen akan merasa puas kepada perusahaan. Kepuasan pelanggan akan tercipta apabila suatu sistem informasi tersebut telah memberikan kemudahan bagi pelanggan Gojek.

H1_c : Kualitas Sistem Informasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

----- = Uji Simultan
 ————— = Uji Parsial

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Gojek di daerah Tlogomas RW 6, RT 1 dan RT 2 Kota Malang yang berjumlah 112 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 41 responden.

Definisi Operasional Variabel

a. Variabel dependen

Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan berasal dari apa yang dirasakan oleh pelanggan Gojek secara keseluruhan mengenai Gojek. Indikatornya dalam penelitian ini adalah

- 1) Kesesuaian spesifikasi produk yang diharapkan (*performance*)
- 2) Ukuran usia pada saat operasi dalam kondisi normal (*durability*)
- 3) Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan (*reliability*)

b. Variabel *Independen*

Kualitas pelayanan didefinisikan seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima. Kualitas pelayanan disini adalah kualitas pelayanan yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini yang menjadi Indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

- 1) Keandalan dalam meluncurkan prosedur pelayanan
- 2) Respon pelayanan terhadap keluhan
- 3) Kemampuan administrasi pelayanan

Harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa mengenai sejumlah uang yang akan diberikan untuk mendapatkan manfaat yang diinginkan atas jumlah nominal tersebut. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel harga sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Kualitas sistem informasi pada Gojek menyangkut keterkaitan fitur dalam software berbasis Android/iOS termasuk performa aplikasi. Kualitas sistem informasi yang digunakan disini adalah kualitas sistem informasi yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Indikator-indikator untuk mengukur kualitas sistem informasi sebagai berikut:

- 1) Kemudahan Penggunaan
- 2) Keandalan sistem informasi
- 3) Fleksibilitas dan Keamanan
- 4) Kecepatan akses

Metode Analisis Data**Uji Instrumen Penelitian****a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2009).

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban responden atas seluruh butir pertanyaan atau pernyataan yang digunakan. Pengujian reliabilitas berguna untuk mengetahui apakah instrument yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama (Ruslan, 2011:148). Reliabilitas suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah suatu data berdistribusi dengan normal atau tidak. Suatu model dapat dikatakan baik apabila data tersebut berdistribusi dengan normal atau mendekati normal (Ghozali, 2011:105). Uji normalitas dengan K-S dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

Dengan ketentuan sebagai berikut Priyono (2015:46):

1. Jika sig. (signifikan) atau nilai probabilitas $> 0,05$; maka data berdistribusi normal.
2. Jika sig. (signifikan) atau nilai probabilitas $< 0,05$; maka data tidak berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variable-variable bebas dalam suatu model regresi linier berganda (Sunnyoto 2011:79). Untuk melihat ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi pada penelitian ini menggunakan besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* sebagai berikut :

- 1) Jika nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas.
- 2) Jika nilai tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual observasi yang satu dengan observasi yang lain (Sunnyoto 2011 : 82). Dengan ketentuan apabila masing-masing variabel memiliki nilai signifikan $> 5\%$. “jika masing-masing variabel memiliki nilai signifikan $> 5\%$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan masalah Heteroskedastisitas pada model regresi” (Priyono, 2015:81).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh antar variable independen dengan variable dependen. Dengan analisa menggunakan regresi linier berganda maka dapat dirumuskan sebagai berikut (Priyono, 2015:15)

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Harga

X_3 = Kualitas Sistem Informasi

ϵ = Kesalahan Pengganggu

Uji Hipotesis

a. Uji Statistik F

“Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam modeel mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat” (Ghozali, 2012:98). Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian yang digunakan adalah jika probability value (*p value*) $< 0,05$ maka H_a diterima jika *p value* $> 0,05$ maka H_a ditolak.

b. Uji Statistik t

Uji statistik t disebut juga uji parsial. Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari masing-masing variabel independen (bebas) dalam menerangkan variabel dependen (terikat). Sebagai dasar pengambilan keputusan kriteri yang digunakan adalah jika probability Value (*p value*) $< 0,05$ maka H_a diterima dan jika *p value* $> 0,05$ maka H_a ditolak.

Hasil Uji Penelitian

Uji Validitas

Validitas tes digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut valid dan r tabel dengan jumlah $n = 41$ adalah $df = n - 2 = 39$ maka $r \text{ tabel} = 0,308$. Syarat dikatakan valid suatu instrumen apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pearseon Correlation	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan X1	X1.1	0,793	0,308	Valid
	X1.2	0,851	0,308	Valid
	X1.3	0,855	0,308	Valid
	X1.4	0,890	0,308	Valid
	X1.5	0,822	0,308	Valid
	X1.6	0,802	0,308	Valid
Harga X2	X2.1	0,755	0,308	Valid
	X2.2	0,796	0,308	Valid
	X2.3	0,710	0,308	Valid
	X2.4	0,597	0,308	Valid
	X2.5	0,769	0,308	Valid
	X2.6	0,712	0,308	Valid
	X2.7	0,486	0,308	Valid
	X2.8	0,575	0,308	Valid
Kualitas Sistem Informasi (X3)	X3.1	0,873	0,308	Valid
	X3.2	0,621	0,308	Valid
	X3.3	0,528	0,308	Valid
	X3.4	0,578	0,308	Valid
	X3.5	0,873	0,308	Valid
	X3.6	0,731	0,308	Valid
an Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,427	0,308	Valid
	Y.2	0,480	0,308	Valid
	Y.3	0,828	0,308	Valid
	Y.4	0,649	0,308	Valid
	Y.5	0,846	0,308	Valid
	Y.6	0,534	0,308	Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa *pearseon correlation* $>$ dari r tabel maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	r Tabel	Keterangan
X1	0,908	0,60	Reabel
X2	0,820	0,60	Reabel
X3	0,791	0,60	Reabel
Y	0,693	0,60	Reabel

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas menyatakan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel di atas 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa item dari masing-masing variabel adalah reliabel.

Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		41
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,41106621
Most Extreme Differences	Absolute	,186
	Positive	,186
	Negative	-,129
Kolmogorov-Smirnov Z		1,191
Asymp. Sig. (2-tailed)		,117

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data semua variabel berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi.

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,104	1,778		3,433	,001		
	Kual. Layanan	,211	,102	,277	2,074	,045	,356	2,810
	Harga	,203	,068	,349	2,987	,005	,463	2,158
	Kual. Sis. Infor	,298	,132	,344	2,260	,030	,273	3,668

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada tabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini memiliki $VIF < 10$ dengan nilai

Tolerance > 0,1, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan memeriksa nilai signifikansi. Di bawah ini adalah tabel hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,205	,792		,259	,797
	Kual. Layanan	,002	,045	,012	,045	,964
	Harga	,007	,030	,056	,234	,816
	Kual. Sis. Infor	,004	,059	,023	,074	,941

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi variabel Kualitas Layanan sebesar 0,964, variabel Harga sebesar 0,816 dan variabel Kualitas Sistem Informasi sebesar 0,941 dari hasil uji heteroskedastisitas. Hasil tes ini menunjukkan bahwa semua nilai menunjukkan signifikansi lebih besar dari 0,05. Variabel Kualitas Layanan, variabel Harga dan variabel Kualitas Sistem Informasi terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi yang berguna untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen (Kualitas Layanan Harga dan Kualitas Sistem Informasi) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan)

Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,104	1,778		3,433	,001
	Kual. Layanan	,211	,102	,277	2,074	,045
	Harga	,203	,068	,349	2,987	,005
	Kual. Sis. Infor	,298	,132	,344	2,260	,030

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh model regresi sebagai berikut :

$$KP = 6,104 + 0,211x_1 + 0,203x_2 + 0,298x_3 + e \text{ (Sig. 0,045)(Sig. 0,005)(Sig.0,030)}$$

Dari persamaan regresi diatas menunjukkan koefisien regresi dari b_1, b_2 bernilai positif. Hal ini menunjukkan apabila variabel-variabel bebas ditingkatkan maka akan menimbulkan peningkatan pada variabel terikatnya. Artinya :

1. Nilai $a = 6,104$ menunjukkan bahwa jika Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Sistem Informasi 0 (nol) maka tingkat Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 6,104.
2. Nilai $b_1 = 0,211$ menunjukkan bahwa apabila nilai Harga dan Kualitas Sistem Informasi konstan maka setiap penambahan nilai X_1 (Kualitas Pelayanan) sebesar 1% maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,211.

3. Nilai $b_2 = 0,203$ menunjukkan bahwa apabila nilai Kualitas Pelayanan dan Kualitas Sistem Informasi konstan maka setiap penambahan nilai X_2 (Harga) sebesar 1% maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,203.
4. Nilai $b_3 = 0,298$ menunjukkan bahwa apabila nilai Kualitas Pelayanan dan Harga konstan maka setiap penambahan nilai X_3 (Kualitas Sistem Informasi) sebesar 1% maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,298.

Uji Hipotesis

a) Uji Simultan (Uji F)

Adapun hasil uji simultan (uji-F) adalah sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260,307	3	86,769	40,310	,000(a)
	Residual	79,644	37	2,153		
	Total	339,951	40			

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa diperoleh nilai F_{hitung} (40,310) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari α (0,05), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa secara simultan, variabel independen yaitu X_1 (Kualitas Layanan), X_2 (Harga) dan X_3 (Kualitas Sistem Informasi) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan).

b) Hasil Uji Parsial (t)

Pengujian model regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen pembentuk model regresi secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel Hasil Uji Parsial (t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,104	1,778		3,433	,001
	Kual. Layanan	,211	,102	,277	2,074	,045
	Harga	,203	,068	,349	2,987	,005
	Kual. Sis. Infor	,298	,132	,344	2,260	,030

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel X_1 (Kualitas Layanan) memiliki statistik uji t sebesar 2,074 dengan signifikansi sebesar 0,045 lebih kecil dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 (Kualitas Layanan) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel X_2 (Harga) memiliki statistik uji t sebesar 2,987 dengan signifikansi sebesar 0,005 lebih kecil dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak

dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 (Harga) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel X_3 (Kualitas Sistem Informasi) memiliki statistik uji t sebesar 2,260 dengan signifikansi sebesar 0,030 lebih kecil dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 (Kualitas Sistem Informasi) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Simpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Layanan, Harga dan Kualitas Sistem Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial variabel variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial variabel Kualitas Sistem Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Saran

- a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menerapkan metode wawancara melalui kuesioner dengan ditambahkan teknik wawancara secara langsung, agar data dari responden akan lebih menggambarkan kondisi yang sesungguhnya.
- b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih luas lagi dari seluruh wilayah yang berada di Kabupaten Malang sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi secara luas.

Daftar Pustaka

- Algifari. 2016. Mengukur Kualitas Layanan. Cetakan ke 1. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Barnes, J. G. 2003. *Secret of Customer Relationship Management* (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan). Yogyakarta: Andi.
- Bungin, Burhan. 2013. Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Chairul, Arief. 2017. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Ojek Online Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU). Skripsi. Universitas Sumatera Utara Repositori Institusi USU
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi. Banten: Penerbit Andi.
- Djaslim Saladin. 2011. Manajemen Pemasaran. Bandung: Agung Ilmu.

- Danang, Sunyoto. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Buku Seru.
http://repository.upi.edu/17628/4/S_MBS_1001311_Bibliography.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herawaty, Tetty., Tresna, P. W., & Wisudastuti, F. E. 2016. “Pengaruh *Price Fairness* Dan *Service Fairness* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada GoJek”. *AdBispreneur*, 1(3).
- Haladi, Yasmin Athira. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Di Kota Surabaya. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya*.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2014. Prinsip-prinsip Manajemen. Edisi 14 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, & Hamdani. 2010. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Mar’ati, Nafisa Choirul. 2016. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya)”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 3.3.
- Manus, W. F. 2015. Kualitas produk, harga, dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *Jurnal EMBA*. Vol. 3 No. 2 Juni 2015.
- Pambudi, Arief Debby. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Jasa Transportasi Online Kejo Malang. *Jurnal Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Prawiranata, Halim. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Gojek Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Panjaitan, E. J. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*. Vol. 11 No. 2, September 2016.
- Republika. 2016. Nadiem Makarim, Pendiri dan CEO Gojek Indonesia: Membangkitkan Gairah Usaha Tukang Ojek. <http://www.republika.co.id>. [diakses pada 16 Juni 2017].
- Rifaldi, R., Kadunci, K., & Sulistyowati, S. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri”. Jakarta. *Epigram*, 13(2).
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Suyanto 2011. Analisis regresi untuk uji hipotesis, Yogyakarta. Caps.



Sudarwanto, Tri dkk. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya). Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). Universitas Negeri Surabaya.

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2012. *Service Management* Meningkatkan Layanan Prima. Jakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.

<http://www.topbrand-award.com>

Jangky Dausat* adalah Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Rois Arifin** adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Afi Rachmat Slamet*** adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis