

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI GOJEK PADA MASYARAKAT KOTA DEPOK

### The Effect Of Price And Service Quality On Customer Satisfaction Of The Gojek Application In The Depok City Community

Yahya Ijudin<sup>1</sup>, Alan Budi Kusuma<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

\*Penulis Korespondensi : Yahya Ijudin

Email : [yahya.ijul01@gmail.com](mailto:yahya.ijul01@gmail.com) \*<sup>1</sup>, [alan.abk@bsi.ac.id](mailto:alan.abk@bsi.ac.id) \*<sup>2</sup>

#### Informasi Artikel:

Diterima 08, 31, 2025

Disetujui 05, 09, 2025

Diterbitkan 10, 09, 2025

#### Keywords:

Price, Service Quality, Customer Satisfaction.

#### Kata kunci:

Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

**Abstract.** This study seeks to examine the impact of pricing and service quality on consumer satisfaction with the Gojek app among inhabitants of Depok City. App-based transportation services have become integral to urban life, particularly in regions adjacent to the capital, such as Depok, characterized by elevated mobility and considerable congestion. In this environment, Gojek, as an online transportation service provider, must have a competitive pricing strategy and provide superior service quality to sustain and improve customer happiness. This research used a quantitative survey methodology. Data were gathered from 92 participants using an online questionnaire. Customer satisfaction served as the dependent variable in this research. Price and service quality were the independent factors. Data analysis was conducted using SPSS version 25, including validity and reliability assessments, classical assumption evaluations, and multiple linear regression analyses. T-tests and F-tests were used. The findings indicated that both price and service quality, whether considered individually or together, had a positive and substantial influence on consumer satisfaction. This illustrates that a cost-effective pricing plan, together with dependable, quick, and empathic service, significantly enhances consumer happiness and loyalty to the Gojek app. This study significantly supports Gojek management in developing strategic choices aimed at enhancing customer experience.

**Abstrak** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen aplikasi Gojek di kalangan penduduk Kota Depok. Layanan transportasi berbasis aplikasi telah menjadi bagian integral dari kehidupan perkotaan, terutama di wilayah yang berdekatan dengan ibu kota, seperti Depok, yang ditandai dengan mobilitas tinggi dan kemacetan yang parah. Dalam lingkungan ini, Gojek, sebagai penyedia layanan transportasi daring, harus memiliki strategi penetapan harga yang kompetitif dan memberikan kualitas layanan yang unggul untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metodologi survei kuantitatif. Data dikumpulkan dari 92 partisipan menggunakan kuesioner daring. Kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini. Harga dan kualitas layanan merupakan faktor independen. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 25, meliputi penilaian validitas dan reliabilitas, evaluasi asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda. Uji-t dan uji-f digunakan. Temuan menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan, baik secara individual maupun bersama-sama, memiliki pengaruh positif dan substansial terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menggambarkan bahwa rencana penetapan harga yang hemat biaya, bersama dengan layanan yang andal, cepat, dan empatik, secara signifikan meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap aplikasi Gojek. Studi ini secara signifikan mendukung manajemen Gojek dalam mengembangkan pilihan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

...  
**PENDAHULUAN**

Berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk transportasi, telah mengalami perubahan substansial akibat era digital. Maraknya layanan transportasi daring, terutama layanan transportasi berbasis aplikasi, didorong oleh kemajuan teknologi informasi. Transportasi daring telah menjadi aspek vital dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia setelah berkembang pesat selama beberapa dekade terakhir. Gojek, salah satu penyedia layanan transportasi daring terbesar di Indonesia, baru-baru ini berkembang menjadi super-app yang menawarkan beragam layanan. Gojek yang diluncurkan pada tahun 2010 sebagai layanan call center untuk pemesanan ojek di Jakarta, kini telah berkembang menjadi perusahaan teknologi yang menyediakan lebih dari dua puluh layanan, termasuk transportasi dan pengiriman makanan. Pembayaran digital, hingga berbagai layanan on-demand lainnya. Pertumbuhan Gojek yang pesat tidak terlepas dari berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan aplikasi tersebut, di antaranya adalah faktor kualitas pelayanan dan Harga.

Kota Depok, sebagai salah satu kota penyangga Ibu Kota Jakarta, memiliki karakteristik unik dengan populasi penduduk yang terus meningkat dan sebagian besar merupakan komuter yang bekerja di Jakarta. Menurut data BPS Kota Depok, jumlah penduduk Kota Depok mencapai lebih dari 2,4 juta jiwa dengan tingkat kepadatan yang cukup tinggi. Kondisi ini menjadikan Depok sebagai pasar potensial bagi layanan transportasi online seperti Gojek. Kemacetan yang sering terjadi di Kota Depok juga

Mendorong individu untuk mencari cara yang lebih efektif untuk bepergian, seperti menggunakan aplikasi Gojek. Aksesibilitas yang ditawarkan oleh layanan digital seperti Gojek dinilai mampu menjawab tantangan mobilitas masyarakat perkotaan yang menuntut efisiensi, kecepatan, dan kenyamanan.

Dalam kajian pemasaran, terdapat berbagai faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Dua di antaranya yang sangat dominan dalam konteks layanan transportasi berbasis aplikasi adalah harga dan kualitas pelayanan. Harga menjadi pertimbangan utama karena mencerminkan nilai tukar dan persepsi konsumen terhadap nilai layanan yang diterima. Gojek sendiri menerapkan sistem penetapan harga yang dinamis, yang menyesuaikan tarif berdasarkan waktu, jarak, dan tingkat permintaan. Meskipun sistem ini bertujuan untuk menciptakan efisiensi pasar, fluktuasi harga yang terjadi terutama pada jam sibuk kerap menjadi keluhan pelanggan dan dapat berdampak pada kepuasan mereka. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan seperti Gojek untuk mempertimbangkan persepsi pelanggan terhadap harga yang dikenakan, apakah dirasa wajar, kompetitif, dan sesuai dengan manfaat yang diterima.

**Judul Artikel : *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek Pada Masyarakat Kota Depok***

... Selain biaya, kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan. Dalam konteks Gojek, kualitas pelayanan tidak hanya mencakup interaksi langsung antara pengemudi dan pelanggan, tetapi juga melibatkan keandalan sistem aplikasi, kemudahan navigasi, kecepatan layanan, kesopanan pengemudi, keamanan selama perjalanan, serta kenyamanan kendaraan. Pelanggan cenderung membandingkan ekspektasi mereka dengan pengalaman aktual saat menggunakan layanan. Apabila pengalaman tersebut tidak memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa tidak puas dan kemungkinan besar akan berpindah ke layanan pesaing. Sebaliknya, layanan yang melebihi harapan pelanggan dapat menciptakan kepuasan yang tinggi dan loyalitas jangka panjang.

Perusahaan yang ingin mempertahankan pangsa pasar di sektor transportasi online yang sangat kompetitif harus memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian tentang bagaimana harga dan kualitas layanan memengaruhi kepuasan konsumen sangat penting, terutama bagi warga Kota Depok yang sering menggunakan aplikasi transportasi online. Temuan studi ini dapat membantu manajemen Gojek dalam merancang strategi harga yang lebih terarah dan meningkatkan kualitas layanan, serta memberikan wawasan tentang perilaku pelanggan.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **HARGA**

Menurut Kotler dan Armstrong, Harga adalah perspektif atau opini tentang harga. Persepsi pelanggan terhadap harga tertentu baik tinggi, rendah, atau wajar memiliki dampak signifikan terhadap kecenderungan mereka untuk membeli dan tingkat kepuasan pembelian mereka. (Palelu et al., 2022)

### **INDIKATOR HARGA**

#### **1. Keterjangkauan harga**

Keterjangkauan harga adalah sejauh mana harga suatu produk atau jasa dapat dijangkau oleh daya beli konsumen, sehingga tidak menjadi beban dan tetap memberikan nilai sesuai dengan manfaat yang diperoleh.

#### **2. Kesesuaian antara harga dan kualitas**

Keselarasannya antara harga dan kualitas mencerminkan tingkat keseimbangan antara jumlah yang dibayarkan oleh konsumen dan manfaat atau mutu product yang diterima, sehingga konsumen merasa bahwa harga tersebut wajar dan sebanding dengan nilai yang diperoleh.

#### **3. Daya Saing Harga**

**Judul Artikel :** *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek Pada Masyarakat Kota Depok*

...

Kapasitas suatu produk atau layanan untuk bersaing di pasar dengan harga yang lebih menarik daripada pesaing tanpa mengorbankan kualitas atau nilai keuntungan yang diperoleh pelanggan dikenal sebagai daya saing harga.

4. Potongan harga

Menurunkan harga asli suatu barang atau jasa yang ditawarkan penjual kepada pembeli, sering kali dalam upaya untuk menarik minat pelanggan atau membujuk mereka untuk membeli.

**KUALITAS PELAYANAN**

kualitas pelayanan merupakan pandangan konsumen mengenai layanan yang mereka terima dibandingkan dengan harapan yang dimiliki. Konsumen menginginkan agar layanan yang disediakan oleh perusahaan memenuhi kriteria tertentu.

**INDIKATOR KUALITAS PELAYANAN**

1. Keandalan (Reliability)

Keandalan merupakan kemampuan untuk memenuhi harapan konsumen dengan memberikan layanan yang tepat waktu dan akurat. Kinerja yang diharapkan mencakup pelayanan tanpa kesalahan, tingkat akurasi yang tinggi, serta sikap ramah terhadap semua pelanggan.

2. Daya Tanggap (Responsiveness)

Daya Tanggap Mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang responsif kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas dan baik. Hal ini bertujuan agar pelanggan tidak merasa ditinggalkan tanpa penjelasan yang memadai, sehingga mereka tidak memiliki penilaian negatif terhadap kualitas layanan.

3. Jaminan (Assurance)

Jaminan merupakan sikap sopan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan untuk memberikan kepastian kepada pelanggan, sehingga dapat membangun rasa percaya terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan.

**KEPUASAN PELANGGAN**

Kepuasan pelanggan mengacu pada tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen terhadap produk atau layanan yang mereka terima. Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan penciptaan nilai bagi pelanggan. Ketika kepuasan pelanggan tercapai, perusahaan dapat menikmati manfaatnya.

**INDIKATOR KEPUASAN PELANGGAN**

1. Terpenuhi keinginan pelanggan.

Pelanggan akan merasakan kepuasan saat keinginan dan kebutuhan mereka terhadap suatu produk barang atau layanan terpenuhi.

2. Merekomendasikan kepada pihak lain.

Pelanggan selalu membagikan pengalaman mereka kepada orang lain berdasarkan kualitas produk yang diberikan oleh suatu perusahaan.

3. Kualitas layanan

**Judul Artikel : Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek Pada Masyarakat Kota Depok**

...

Kualitas layanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menggunakan pendekatan statistika, dan menyebarkan kuesioner kepada 92 responden melalui formulir Google Forms. Studi ini menggunakan tiga variabel: dua variabel bebas (variabel independen) dan satu variabel terikat (variabel dependen) selama satu bulan penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis seperti Validitas, Reliabilitas, Normalitas, Heteroskedasitas, Multikolinearitas, T, F, Linier Berganda, dan Determinasi. Penelitian ini menggunakan Statistical Package for the Social Sciences versi 25.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Tabel 1 Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	R. hitung	R. Tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,661	0,205	VALID
	X1.2	0,624	0,205	VALID
	X1.3	0,467	0,205	VALID
	X1.4	0,655	0,205	VALID
	X1.5	0,626	0,205	VALID
	X1.6	0,739	0,205	VALID
	X1.7	0,687	0,205	VALID
	X1.8	0,694	0,205	VALID
	X1.9	0,525	0,205	VALID
	X1.10	0,715	0,205	VALID
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,605	0,205	VALID
	X2.2	0,656	0,205	VALID
	X2.3	0,685	0,205	VALID
	X2.4	0,713	0,205	VALID
	X2.5	0,747	0,205	VALID
	X2.6	0,704	0,205	VALID
	X2.7	0,730	0,205	VALID
	X2.8	0,729	0,205	VALID
	X2.9	0,598	0,205	VALID
	X2.10	0,768	0,205	VALID
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,754	0,205	VALID
	Y2	0,645	0,205	VALID
	Y3	0,703	0,205	VALID
	Y4	0,542	0,205	VALID

**Judul Artikel : Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek Pada Masyarakat Kota Depok**

...

Y5	0,719	0,205	VALID
Y6	0,672	0,205	VALID
Y7	0,637	0,205	VALID
Y8	0,660	0,205	VALID
Y9	0,754	0,205	VALID
Y10	0,795	0,205	VALID

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner laporan penelitian untuk variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) telah dinyatakan valid dimana nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji kestabilan atau reliabel jawaban responden pada setiap tanggapan. Sebuah indikator pada penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,60 dan dinyatakan tidak reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* < 0,60.

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Harga (X1)	0,837	>0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,879	>0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,877	>0,6	Reliabel

Berdasarkan Tabel di atas, kita dapat mengetahui bahwa semua variabel dalam laporan, ialah Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y), telah menunjukkan konsisten atau reliabel. Semua item yang memiliki nilai alpha Cronbach lebih dari 0,6 telah dinyatakan reliabel

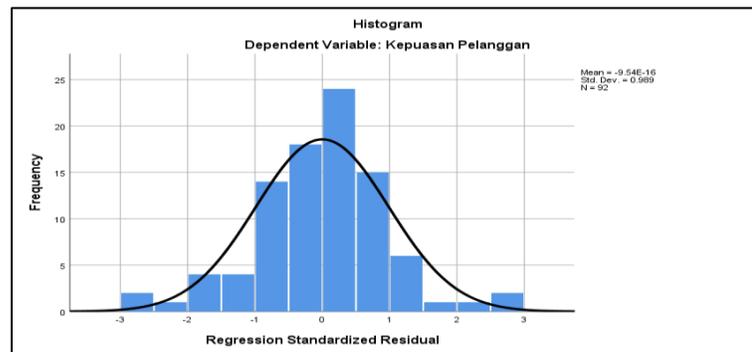
### Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen, variabel dependen, atau keduanya dalam suatu model regresi memiliki distribusi yang normal atau tidak.

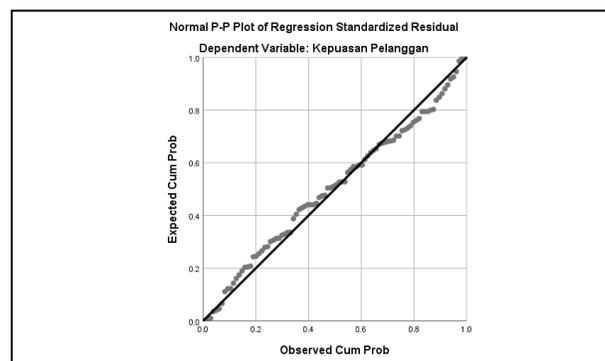
**Judul Artikel :** *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek Pada Masyarakat Kota Depok*

...



Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Gambar di atas menunjukkan hasil uji normalitas grafik histogram, grafik tidak melenceng ke kanan atau ke kiri, tetapi tepat di tengah dan berbentuk gunung. Ini menunjukkan bahwa semua pernyataan kuesioner dalam penelitian ini didistribusikan secara normal..



Sumber Data diolah peneliti (2025)

Gambar di atas menunjukkan hasil uji normal P-P plot, yang menunjukkan bahwa titik residual menyebar dan mengikuti garis diagonal, yang menunjukkan bahwa seluruh pernyataan kuesioner dalam penelitian ini didistribusikan secara normal.

**Judul Artikel :** *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek Pada Masyarakat Kota Depok*

...

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.91710117
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.063
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Nilai signifikan adalah 0,200, menurut hasil uji normalitas satu sampel Kolmogorov Smirnov, dapat dilihat dari Tabel di atas. Nilai signifikan lebih besar dari 0,05, atau 0,200 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan pelanggan (Y) dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### **A. Uji Parsial (Uji T)**

Pengaruh parsial pada tiap variabel dilakukan melalui uji hipotesis T. Proses ini dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan nilai t-tabel. Ketentuan kriteria penelitian yang digunakan :

Jika nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dan nilai sig lebih besar dari 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang menunjukkan bahwa ada pengaruh besar antara variabel bebas dan variabel terikat.

Jika nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel dan nilai sig lebih besar dari 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang menunjukkan bahwa ada pengaruh kecil antara variabel bebas dan variabel terikat.

**Judul Artikel : Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek Pada Masyarakat Kota Depok**

...

**Hasil Uji Hipotesis X1 Terhadap Y**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.126	2.620		2.720	.008
	Harga (X1)	.838	.065	.805	12.880	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa Nilai t-hitung adalah 12.880, yang lebih besar dari 1,987, dan nilai signifikan 0,000, yang kurang dari 0,05, ditunjukkan dalam Tabel di atas. Ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. untuk menghasilkan kesimpulan bahwa Harga Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Hasil Uji Hipotesis X2 Terhadap Y**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.571	2.495		3.836	.000
	Kualitas Pelayanan (X2)	.766	.061	.798	12.553	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel di atas, nilai t adalah 12,553, yang berarti lebih besar dari 1,987, dan nilai signifikansinya adalah 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga memiliki pengaruh parsial yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Uji Simultan (Uji F)**

Uji simultan atau dikenal Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen yaitu Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) yang diuji pengaruhnya secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

**Judul Artikel : Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek Pada Masyarakat Kota Depok**

...  
**Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1775.550	2	887.775	102.035	.000 <sup>b</sup>
	Residual	774.363	89	8.701		
	Total	2549.913	91			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga						

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji f variabel penelitian, dapat diketahui bahwa nilai f hitung variabel Harga (X1) dan Kualitas Layanan (X2) adalah 102,032 > f tabel 3,099. Nilai sig. variabel Harga (X1) dan Kualitas Layanan (X2) adalah 0,000 < 0,05. Oleh karena itu, Ho ditolak dan Ha diterima sehingga semua pernyataan variabel independen dalam kuesioner ini memiliki pengaruh yang besar secara simultan atau bersama-sama, artinya secara simultan variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.

**Uji Koefisien Determinasi**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 <sup>a</sup>	.696	.689	2.950
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga				

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Hasil uji koefien determinasi Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yang ditunjukkan oleh R square adalah 0,696 artinya bahwa Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 69,6% sedangkan sisanya 30,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

**KESIMPULAN**

1. Berdasarkan hasil uji T pada variabel Harga (X1) memiliki nilai positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji parsial (uji T) yang memiliki nilai t hitung > t tabel, yaitu 12.880 > 1.987 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, yang berarti H0 ditolak dan Ha diterima.
2. Berdasarkan hasil uji T pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan melalui Uji parsial (Uji T)

**Judul Artikel :** *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek Pada Masyarakat Kota Depok*

- ... yang memiliki nilai t hitung  $>$  t tabel yaitu  $12.553 > 1,987$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Berdasarkan hasil uji F bahwa nilai f hitung variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)  $102.032 > f$  tabel  $3,099$  Nilai sig. variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga seluruh pernyataan variabel bebas dalam kuesioner ini memiliki pengaruh besar secara simultan atau bersama-sama, artinya secara simultan variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat.
  4. Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi, diperoleh nilai  $R^2$  sebesar  $69,6\%$  yang menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan sisa-nya yaitu  $30,4\%$  dipengaruhi oleh variabel lainnya.

### **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

#### 1. Bagi Instansi/Perusahaan

Bagi Manajemen Gojek disarankan untuk terus menjaga stabilitas harga agar tetap kompetitif, terutama pada jam sibuk. Potongan harga dan promo yang lebih konsisten dapat menjadi strategi efektif dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan seperti ketepatan waktu kedatangan pengemudi, sikap profesional, dan kenyamanan kendaraan perlu terus dijaga agar pelanggan merasa puas dan kembali menggunakan layanan Gojek.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, seperti jumlah responden yang terbatas hanya di wilayah Kota Depok dan hanya mengkaji dua variabel independen. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah penelitian dan menambah variabel lain seperti kepercayaan konsumen, keamanan transaksi, atau pengalaman pengguna untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap kepuasan pelanggan layanan digital seperti Gojek.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aryani, D. N., Hartutik, Desi Derina Yusda, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, & Yanti Setianti. (2023). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2438–2443. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1664>
- Butarbutar, M., Efendi, E., Simatupang, S., Butarbutar, N., & Sinurat, D. N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffee Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 200–207. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.395>

**Judul Artikel :** *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek Pada Masyarakat Kota Depok*

...

- Hansen Rusliani, Syamsuddin Syamsuddin, & Merdiana Ferdila. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(3), 140–156. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i3.868>
- Khaira, N., Farhan Saputra, & Faroman Syarief. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24–30. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.350>
- Khasanah, K., Efrina, L., & Ellora Akbar, E. (2023). Analisis Pengaruh Lokasi Usaha Dan Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Az-Zahra : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 01(01), 3–08.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>
- Nuraini, F., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 50–57. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v3i2.740>
- Nadya Rizki Mirella, N., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Rohiman, I., Riadi, F., Adinata, U. W. S., & Suherman, A. R. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(1), 66–74. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.30>