

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, HARGA, DAN IKLAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI APLIKASI GO-JEK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Oleh:

Yuris Firmansyah,

Lilik Indayani

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juni, 2023

Pendahuluan

- GO-JEK adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi ojek berbasis online. Yang bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. PT. Go-Jek Indonesia didirikan pada tahun 2011 di Jakarta oleh Nadiem Karim dan Michaelangelo Moran.
- Dengan menggunakan aplikasi di *smartphone* kemudian *driver* GO-JEK akan menjemput konsumennya dan mengantarkan pelanggan sampai pada tempat tujuannya. GO-JEK dapat menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian di tengah kemacetan khususnya pada kota Sidoarjo. Dalam aplikasi tersebut para konsumen atau pelanggan juga bisa memberikan penilaian terhadap pelayanan dari para *driver* GO-JEK melalui layanan *E-servis quality*. Selain *E-servis quality* faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada aplikasi GO-JEK adalah harga yang terjangkau dan iklan yang menarik bagi pelanggan.

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yakni metode yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan dalam hal meneliti suatu populasi dan sampel tertentu.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dikemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa universitas muhammadiyah Sidoarjo.

Hasil

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel *E-Service* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi go-jek pada mahasiswa Muhammadiyah Sidoarjo Hal ini memiliki arti bahwa adanya *e-Service Quality* meliputi driver yang selalu merespons dengan cepat dan tepat, informasi yang di butuhkan pelanggan mudah di akses serta memberikan nyaman dan keamanan bagi para pelanggan hal ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi go-jek pada mahasiswa Muhammadiyah Sidoarjo. Hal ini memiliki arti bahwa dengan peningkatan harga berdasarkan atas manfaat guna meningkatkan nilai tertentu seperti kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi go-jek pada mahasiswa Muhammadiyah Sidoarjo Hal ini memiliki arti bahwa adanya Iklan dapat digunakan untuk membangun image jangka panjang dan juga mempercepat quick daya Tarik iklan sangat mempengaruhi pada kepuasan pelanggan

Pembahasan

1. kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi go-jek pada mahasiswa Muhammadiyah Sidoarjo Hal ini memiliki arti bahwa adanya *e-Service Quality* meliputi driver yang selalu merespons dengan cepat dan tepat, informasi yang dibutuhkan pelanggan mudah di akses serta memberikan kenyamanan dan keamanan bagi para pelanggan hal ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang membuktikan bahwa *e-Service Quality* berpengaruh secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Didukung penelitian lain yang ditunjukkan e-journal dalam membuktikan bahwa *e-Service Quality* berpengaruh secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan

2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi go-jek pada mahasiswa Muhammadiyah Sidoarjo. Hal ini memiliki arti bahwa dengan peningkatan harga berdasarkan atas manfaat guna meningkatkan nilai tertentu seperti kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini di dukung dengan penelitian yang Harga berpengaruh secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Didukung penelitian lain yang membuktikan bahwa Harga berpengaruh secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan

3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi go-jek pada mahasiswa Muhammadiyah Sidoarjo Hal ini memiliki arti bahwa adanya Iklan dapat digunakan untuk membangun image jangka panjang dan juga mempercepat quick daya Tarik iklan sangat mempengaruhi pada kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini di dukung dengan penelitian yang membuktikan yang Iklan berpengaruh secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Didukung penelitian lain yang membuktikan yang Iklan berpengaruh secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Referensi

- Bellezza, M. (2020). *Pengaruh Nilai Pelanggan, E-Service Quality Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Shopee* (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Rahmalia, P., & Chan, S. (2019). Pengaruh Service Quality dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Pada Pelanggan Pt Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 10(1).
- Akbar, N. F. A. (2020). *Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada Furniture Di Rangga Jaya Mebel Jepara* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Hidayat, D. R., & Peridawaty, P. (2021). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Pembelian Online (E-Commerce) Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Palangka Raya. *Jemba: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 1(2), 64-74.
- Thsanobari, R., Wasito, S. E., & MSIE, P. I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Konsumen Susu Lembang KPSBU Jabar)* (Doctoral Dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas).
- Gulla R, George Dan Roring F. (2015). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn, *Jurnal Emba*, Vol 3, No 1, Maret 2015, H 1313-1322.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 2nd ed. Bandung: Alfabeta
- Evita Rahayu (2018). "Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty pada Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Toko Online Shopee)". Jakarta
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran edisi kesebelas. Jilid 2, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Indeks
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Service Management-Mewujudkan Layanan Prima Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibisono, Y. H. (2012). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian dengan Perilaku Niat Sebagai Variabel Intervening Pada Situs Kaskus. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*. Vol. 1. No.5 (1– 8)

Referensi

- Ghozali, Imam, dan Hengky Latan. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. Semarang
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. 9th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Jurnal manajemen*, 13(1), 55-62.
- Salsabila, K. Q. A., & Sari, D. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan ShopeeFood. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 265-272.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20-32.
- Edi, Hendy Tannady, Yohanes Totok Suyoto, dan Purwanto Adhika Ibnu Anugrah (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan." *Jurnal Kewarganegaraan* 6.2
- Julinda, R. (2020). Pengaruh Iklan, Daya Tarik Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Wisatawan di Wisata Goa Seplawan Purworejo). *VOLATILITAS*, 2(6).
- Sopiyan, Pipih. (2020) "Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen sepeda Motor Honda PT Helmi Hendra Motor Maja Majalengka)." *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan* 1.2 133-146.

