

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN GO-JEK ONLINE PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYA PALEMBANG TAHUN 2017**

Skripsi



Nama : Neni Sekarsari
Nim : 212014436

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2018**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN GO-JEK ONLINE PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYA PALEMBANG TAHUN 2017**

Skripsi

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen
Universitas Muhammadiyah Palembang**



**Nama : Neni Sekarsari
Nim :212014436**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2018**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Neni Sekarsari
Nim : 212014436
Kosentrasi : pemasaran
Judul Sekripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Gojek Online Pada Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Palembang Tahun 2017

Dengan inisaya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecualsecara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka sayabersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Palembang,

Neni Sekarsari




Fakultas aekonomi adan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang


TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Gojek Online Pada Mahasiswa fakultas Ekonomi Dan
bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang tahun tahun 2017

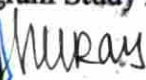
Nama : Neni Sekarsari
NIM : 212014436
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Kosentrasi : Pemasaran
Diterima dan Disahkan


Palembang
Pada tanggal Maret 2018

Pembimbing I

Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E., M.M., DR
NIDN 0019026101

pembimbing II

Edy Liswani, S.E., M.Si
NIDN 0027086001

Mengetahui,

Dekan
u.b. Ketua Program Study Manajemen

Hj. Maftuha Nurrahmi, S.E., M.Si
NIDN.0216057001



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- ❖ *Jangan pernah berharap keajaiban dunia bila tidak pernah melakukan usaha.*
- ❖ *Janganlah sombong karena kesombongan awal dari kehancuran, melihat ilmu padi merunduk bila berisi.*
- ❖ *Saling mengingatkan dalam kebenaran "Demi masa sungguh, manusia berada dalam kerugian kecuali, orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan serta saling menasihati untuk kebenaran dan saling menasihati untuk kesabaran" (QS. Al-'Asr [103]:1-3)*

(Neni Sekarsari)

Kupersembahkan Kepada :

- ❖ *Kedua orang tuaku yangku cinta*
- ❖ *Saudara – saudaraku tercinta*
- ❖ *Pembimbing Sekripsiku*
- ❖ *Seluruh Anggota Resimen Mahasiswa Satuan VI Universitas Muhammadiyah Palembang*
- ❖ *Seluruh Kader Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Palembang*
- ❖ *Green collage and myalmamater*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Segala puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat rahmat, karunia, dan hidayah-Nya akhirnya penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Terutama nikmat islami, iman, keselamatan, serta kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 2017.**

Gojek online merupakan sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel yaitu, Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. Disini peneliti meneliti tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Go-jek online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, terdapat 10 indikator dengan 100 sampel. Pada teknik analisis Regresi Linier Berganda peneliti menggunakan program *SPSS for windows release 16*.

Penulis menyadari masi terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, dikarenakan keterbatasanya kemampuan dan pengalaman penulis, oleh karena itu penulis sangat menghargai keritik dan saran yang diberikan oleh semua pihak.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orangtuaku yang tercinta Mimiku (Ibu) Inah Wati dan Almarhum Mamaku (Bapak) Saripudin, Aaku Budi Nuryanto, Rudi Maulana, Sarnubi Aris S.pd dan Yayukku Yuningsih Am.Keb serta seluruh keluarga besar yang senantiasa selalu dan tidak henti-

hentinya memberikan do'a, memberikan inspirasi, motivasi, material selama menjalankan kuliah dan dukungan agar selalu menjadi yang terbaik dan tidak pernah putus asa sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini berkat bimbingan, pengarahan dan nasehat yang tak ternilai harganya. Untuk itu pada kesempatan ini dan selesainya skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. DR. Ibu Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing 1
2. Bapak Edy Liswani, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing 2

Ucapan terimakasih kepada pihak yang berperan dalam membantu penyelesaian skripsi, yaitu :

1. Bapak Dr.Abid Djazuli,S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf.
3. Ibu Maftuha Nurrahmi, S.E, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Dian Isnaini asiati, S.E., M.M selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen dan Saff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang..
6. Fetran Adi Saputra sahabat ku terima kasih atas bantuan pinjaman laptopnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
7. Seluruh Saudara ku Komando Resimen Mahasiswa Satuan VI Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Keluarga besar CM.14.02.2014 yang telah membuat hari-hari penulis lebih berwarna dengan canda tawanya di bangku perkuliahan.
9. Seluruh teman-teman dan sahabatku, keluarga Manajemen paket 10, teman-teman konsentrasi pemasaran angkatan 2014, keluarga KKN Posko

127 dan teman-teman seperjuangan di waktu bimbingan terimakasih atas semangat dan bantuanya.

Semoga Allah SWT membalas budi baik kalian yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal ibadah yang kalian lakukan diterima dan mendapatkan balasan dari-Nya. Semoga bimbingan, saran, partisipasi dan bahan yang telah diberikan akan bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Palembang.....2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Kepuasan Konsumen.....	8
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	8
b. Faktor-Faktor Yang Di Gunakan Untuk Mengukur Kepuasan Konsumen.....	10
c. Metode Pengukuran Konsumen.....	12
d. Manfaat Kepuasan Konsumen.....	12
e. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	14
2. Kualitas Pelayanan.....	14
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
b. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	15
c. Persepsi Kualitas Pelayanan.....	17
d. Tujuan Pelayanan.....	20

f. Fungsi Sasaran Pelayanan.....	20
3. Harga.....	21
a. Pengertian Harga.....	21
b. Tujuan Penetapan Harga.....	23
c. Elastisitas Harga Permintaan.....	23
d. Faktor Persaingan.....	23
4. Prilaku Konsumen.....	24
B. Penelitian Sebelumnya.....	27
C. Kerangka Pemikiran.....	31
D. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian.....	33
C. Oprasionalisasi Variabel.....	34
D. Populasi dan Sampel.....	34
E. Data yang Diperlukan.....	36
F. Metode Pengumpulan Data.....	36
G. Analisis dan Teknik Analisi.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. HASIL PENELITIAN.....	46
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	46
a. Sejarah Perusahaan PT. Gojek Indonesia.....	46
b. Pertumbuhan dan Perkembangan Gojek.....	47
c. Stuktur Organisasi.....	49
d. Gambaran Indikator.....	49
2. Gambaran Umum Karateristik Responden.....	50
3. Gambaran Umum Jawaban Responden.....	53
4. Proses Pengujian.....	61
a. Uji Validitas.....	61
b. Uji Reliabilitas.....	64
c. Analisis Regresi Linier Berganda.....	65

1). Uji Parsial (t).....	66
2). Uji Simultan (F).....	67
B. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	67
1. Variabel harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	68
2. Variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	70
3. Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1 Oprasionalisasi Variabel.....	34
Tabel IV.1 Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel IV.2 Karateristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel IV.3 Karateristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Gojek	52
Tabel IV.4 Gojek Sering Memberikan Potongan Harga Ataupun Vocer	53
Tabel IV.5 Harga Gojek dapat Bersaining Dengan Penyediaan Transportasi Layanan Ojek Biasa.....	53
Tabel IV.6 Biaya Yang dikeluarkan Konsumen Sesuai Dengan Manfaat Yang Didapatkan Konsumen.....	54
Tabel IV.7 Gojek Memberikan Pelayanan Selama 24 Jam	55
Tabel IV.8 Gojek Memberikan Kemudahan dalam Melakukan Pemesanan.....	55
Tabel IV.9 Gojek Menggunakan Sepeda Motor Yng Layak pakai dan Tidak di Modifikasi.....	56
Tabel IV.10 Gojek Menggunakan Identitas Perusahaan Berupa Jaket Berwarna Hijau dengan Logo Go-jek	56
Tabel IV.11 Draiver Gojek Datang Setelah Konsumen Melakukan Order Melalui Aplikasi Gojek.....	57
Tabel IV.12 Gojek Mengkonfirmasi Order Konsumen dengan Menelfon KonsumenUntuk Memastikan	57
Tabel IV.13Draiver Gojek Mempunyai Pengetahuan Informasi jala/Alamat Yang Akan Dituju.....	58
Tabel IV.14 Gojek Memberikan Layanan Pengaduan Yang Disediakan Aplikasi Gojek.....	58
Tabel IV.15 Draiver Gojek Membantu Mengangkat Barang Sepeda Moto.....	59
Tabel IV.16 Draiver Gojek Membantu Pelanggan Pada Saat Akan Menaiki Sepeda Motor.....	59
Tabel IV.17 Motor Yang Digunakan Berkualitas Standar maksimal Keluaran Tahun 2000	60

Tabel 4.18 Gojek Memberikan Rasa Aman Kepada Setiap Konsumen.....	61
Tabel IV.19 Hasil Uji Validitas Harga	61
Tabel IV.20 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	62
Tabel IV.21 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	62
Tabel IV.22 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel IV.23 Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel IV.24 Hasil Uji Simultan (F)	66
Tabel IV.25 Hasil Uji Parsial (t).....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar IV.1 Stuktur Organisasi	49

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Daftar pertanyaan (kuesioner)
2. Lampiran 2 Data Tabulasi Kuesioner
3. Lampiran 3 Hasil Pengelolahaan SPSS versi 16.0
4. Lampiran 4 Tabel r
5. Lampiran 5 Tabel Titik Persentase Distribusi t
6. Lampiran 6 Tabel Titik Persentase Distribusi r
7. Lampiran 4 Surat Pernyataan Selesai Melakukan Penelitian
8. Lampiran 5 Jadwal Kegiatan Penelitian Mahasiswa
9. Lampiran 6 Foto Copy Aktivitas Bimbingan Skripsi
10. Lampiran 7 Foto Copy Sertifikat Membaca dan Hapalan Al-qur'an
11. Lampiran 8 Foto Copy Sartifikat Toefl
12. Lampiran 9 Foto Copy Keterangan Abstrak
13. Lampiran 10 Foto Copy Lembar Persetujuan Skripsi
14. Lampiran 11 Biodata Penulis
15. Lampiran 12 Jurnal Skripsi

ABSTRAK

Neni Sekarsari/212014436/2018/Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-jek Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang/manajemen/Pemasaran

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Go-jek online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 2017. Untuk mengetahui adakah pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Go-jek online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 2017. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel satu atau lebih. Hubungan sampel-sampel dilakukan secara dependen dan independen sehingga disebut riset asosiatif. Terdapat dua variabel bebas yang berhubungan yaitu, harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Go-jek online yang secara keseluruhan dikembangkan menjadi 8 indikator. Populasi penelitian adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang di ambil sejumlah 100 sebagai sampel dengan teknik *purposive sampling*. Data primer diperlukan sebagai dasar analisis, sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah *Regresi Linier Berganda*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} 6,649 > F_{tabel} 3,09$ dan $t_{hitung} (3,449)X_1, (3,009)X_2 > t_{tabel} (1,984)$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Gojek online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang..

Kata Kunci : harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Neni Sekarsari / 212014436 / 2018 / The Effects of Price and Service Quality on Consumer Satisfaction Go-Jek Online for the Student at Faculty of Economics and Bisnis University of Muhammadiyah Palembang / Management / Marketing.

The formulation of the problem in this research was to know whether there was any effects of price and service quality on customer satisfaction of Go-Jek online for the student at Faculty of Economics and Business University of Muhammadiyah Palembang in 2017. To know was there any effects of price and quality of service to customer satisfaction of Go-Jek online for the Student at faculty of Economics and Business University of Muhammadiyah Palembang in 2017. This research included associative research that aimed to determine the relationship between one or more variables. The relationship of the samples was two related independent variables namely, price and service quality provided by Go-Jek online which as a whole developed into 8 indicators. The population of this research was all students at Faculty of Economics and Business University of Muhammadiyah Palembang which were 100 samples by purposive sampling technique was questionnaire. The analysis technique used Multiple Linear Regression. The results of this study indicate that the value of $F_{hitung} 6,649 > F_{tabel} 3,09$ and $t_{hitung} (3,449)X_1, t_{hitung}(3,099)X_2 > t_{tabel}(1,984)$ means H_0 was rejected and H_a was accepted which means there was the influence of price at Faculty of Economics and Business University of Muhammadiyah Palembang.

Keywords : *price, service quality and consumer satisfaction.*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang saat ini terus berkembang ternyata banyak memberikan timbal balik yang positif. Seperti banyaknya peluang bisnis baru yang tercipta khususnya pemanfaatan pada internet. Dalam perkembangannya, Sistem Informasi Manajemen (SIM) merupakan bagian dari pengendalian internal suatu bisnis yang meliputi pengelolaan manusia, dokumen, teknologi, dan prosedur oleh manajemen untuk memecahkan masalah bisnis, seperti biaya produksi, layanan, atau suatu strategi bisnis.

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yaitu melalui electronic commerce atau yang lebih dikenal dengan *E-Commerce*. Salah satu perusahaan di Indonesia yang memanfaatkan *E-commerce* adalah perusahaan Go-jek. Begitu banyak inovasi, sarana dan fasilitas yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam memasarkan atau menarik minat konsumen salah satunya adalah dengan memanfaatkan aplikasi online. Hal ini juga dilakukan oleh perusahaan pendatang baru yang bergerak dibidang jasa transportasi yaitu GO-JEK. Perusahaan penyedia layanan ojek ini memanfaatkan sarana teknologi yang jaringan yaitu internet dalam melayani pelanggan. Pelanggan

melakukan pemesanan dengan membuat aplikasi GO-JEK sarana ini juga digunakan oleh GO-JEK dalam memasarkan jasa mereka kepada para konsumen.

Untuk memaksimalkan kinerja perusahaan maka perusahaan harus berusaha keras untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, maka akan memberi masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Seperti perusahaan Go-jek yang menyatakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan terhadap misi dan iklannya. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui pelayanan jasa yang berkualitas dan harga yang bersaing.

Bagi pelanggan harga merupakan hal yang penting karena mampu membuat pelanggan dari pasar industri memperoleh keuntungan. Produk yang mampu memberikan keuntungan, harga jual yang kompetitif dan skema pembayaran yang lunak akan memungkinkan pengguna memperoleh margin keuntungan yang lebih tinggi. Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan keputusan membeli konsumen. Ketika memilih diantara merek-merek yang ada, konsumen akan mengevaluasi harga secara absolut tetapi dengan membandingkan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan pembelian.

Kotler dan Amstrong (2009:345) mengatakan bahwa Harga(*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas satu produk atau jasa. Lebih luasnya, Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan.

Kotler dan Keller (2009:143) Kualitas pelayanan (*service quality*) adalah sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Hal terpenting yang perlu diketahui konsumen di dalam proses konsumsi adalah besarnya harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan baik produk maupun jasa.

Kotler dan Keller (2009:133) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari kariawan sebagai orang yang melayani, karena itu perlu usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Harga yang ditawarkan oleh GO-JEK Online juga relatif murah dan terjangkau sehingga banyak diminati para mahasiswa ataupun masyarakat umum untuk lebih tertarik menggunakan jasa GO-JEK Online. Untuk itu perusahaan Go-JEK Online mematok harga sebesar Rp 15.000 dengan jarak

maksimal 25 km sedangkan jika menggunakan ojek biasa dengan jarak 25 km biaya bisa mencapai Rp 50.000. perusahaan menentukan harga dengan relatif murah untuk meningkatkan minat beli konsumen. Dalam pengguna GO-JEK Online pelanggan juga sering mendapatkan voucher ataupun potongan harga tetapi terjadi potongan harga itu tidak didapatkan setiap hari hanya pada waktu-waktu tertentu pada saat ada promo saja, Gojek juga dapat bersaing dengan Ojek online lainnya karena biaya yang ditawarkan gojek juga lebih relatif murah dalam aplikasi gojek terdapat berbagai pelayanan yang diberikan dibandingkan dengan Ojek online lainnya.

Dalam pelayanan GO-JEK Online ini kebanyakan dari konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karena sering ditemukan Driver GO-JEK Online yang ramah kepada pelanggan mereka selalu memberikan kenyamanan dan keamanan kepada para konsumennya.

Di Kota Palembang saat ini tersedia banyak penyedia jasa transportasi ojek online yang tidak memiliki aturan tertentu, baik secara tarif, standar pelayanan, jam operasional, dll. Sehingga untuk mengubah pandangan tersebut di mata pengguna jasa sebagai angkutan umum yang tidak resmi, Go-jek adalah perusahaan transportasi asal Indonesia yang melayani angkutan manusia dan barang melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim. Layanan Go-jek tersedia di wilayah tersedia di wilayah Jabodetabek, Bali, Surabaya, Bandung dan DIY.

maka PT. GO-JEK Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2010 menyediakan jasa transportasi ojek online berbasis aplikasi dengan merek

GO-JEK yang dilengkapi dengan fasilitas, yaitu sepeda motor dengan minimal keluaran tahun 2000, aplikasi yang terdapat nama, nomor telfon, dan GPS untuk melacak keberadaan *Draivernya*, jaket, jas hujan, helem, asuransi, layanan order melalui aplikasi yang dapat digunakan dengan mudah, dan terdapat layanan pengaduan dan pada akhir pelayanan pelanggan dapat melakukan *review* dan *rating* untuk *draiver* tentang pelayanan yang sudah didapatkan sehingga perusahaan dapat mengetahui pelayanan yang telah didapatkan oleh konsumen dan perusahaan akan terus memperbaiki standar pelayanannya.

Go-jek menawarkan lima jasa layanan yang bisa dimanfaatkan oleh para pelanggannya, yaitu: *Go Box* (Pengantar Barang), *Go Ride* (Jasa Angkut), *Go Shop* (Belanja), *Go Food* (Jasa Kurir Makanan/Minuman) dan *Go send* (Pengiriman Barang) yang menekankan keunggulan dalam kecepatan. Inovasi dan interaksi sosial. Kemudahan-kemudahan yang dapat ditawarkan Gojek ini membuat masyarakat beralih menggunakan Gojek karena konsumen sudah tidak perlu lagi melakukan tawar menawar harga karena dihitung dari jarak yang di tempuh.

Dalam penelitian ini hanya mengambil pada jasa layanan *Go Ride* karena pada pelayanan *Go Ride* pelanggan dapat merasakan layanan muali dari pemesanan hingga sampai ke tempat tujuan di bandingkan dengan ojek biasa yang hanya melayani konsumen ditempat. Layanan GO-JEK khususnya *Go-Ride* cukup banyak digunakan berbagai kalangan, termasuk para mahasiswa/i yang tinggal di Palembang. Palembang dianggap dapat mewakili kota besar

yang ada di Provinsi Sumatra Selatan. Populasi mahasiswa/i di plaju cukup banyak baik yang berkampus di sekitar wilayah pelaju.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut dengan demikian peneliti tertarik melakukan suatu kajian penelitian mengenai mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang, dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen GO-JEK Online Pada Mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 2017.

B. Rumusan masalah

Adakah pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen GO-JEK online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 2017 ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen GO-JEK online pada Mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 2017.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori yang didapatkan dibangku kuliah dalam bidang pemasaran, khususnya berkaitan dengan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

2. Bagi almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber referensi bagi mahasiswa ataupun penelitian lebih lanjut yang melakukan penelitian serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aptaguna (2016, Maret). Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Gojek dikalangan Mahasiswa. *Artikel Widyakala*. Volume 3. Diakses 29 Oktober 2017, file Downloads Widiyakala Vol 3 pp 49-56 (Apataguna_Oka). Pdf.
- Fandi Tjiptono dkk. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Fandi Tjiptono dkk. (2008). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Inggrit Panjaitan (2016). Pengaruh Pelayanan dan Harga pada Gojek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Modetering. *Jurnal Media Study Ekonomi*, Volume 19 No.2, Juli- Desember 2016. Diakses 28 Oktober 2017, dari Dwonload/15757-19753-1-PB, pdf.
- J.Paul Peter & Jerry C. Olson. (2013). *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jalkarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: penerbit Erlangga.
- Lukman Bayudiningrat (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Penggung Jasa Transportasi Taksi New atlas Kota semarang. *Journal Diponegoro Of Social And Politik*.
- Rahmat Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta:Selatan: Penerbit Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: penerbit Alfabeta.