

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA JASA GOJEK DI KOTA BANJARBARU**
**The Influence of Service Quality and Price on Purchase Decisions on Gojek service in
Banjarbaru City**

Robby Almadani¹, Hj. Erni Alfisah SE, MM², Hj. Lamsah SE, MM³

¹Manajemen (61201), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 18310711

²Manajemen (61201), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1124066801

³Manajemen (61201), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1125126201
E-mail: obbyalmadani930@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada jasa gojek di kota Banjarbaru, (2) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada jasa gojek di kota Banjarbaru, (3) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada jasa Gojek di Banjarbaru. Adapun indikator dari tiap variabel yang pertama kualitas pelayanan indikatornya adalah *Tangible* (berwujud), *Realibity* (kehandalan), *Responsivess* (ketaggapan), *Assurance* (jaminan), *Empaty* (empati), dari variabel harga indikatornya adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan, daya saing, kesesuaian harga dan manfaat. Dan dari variabel keputusan pembelian adalah pemilihan jasa, pemilihan merk, pemilihan tempat penyalur, waktu pembelian, metode pembayaran. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis linear berganda, uji F, uji T. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada jasa gojek di kota Banjarbaru. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada jasa gojek di kota Banjarbaru.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Harga; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) the effect of service quality on purchasing decisions on gojek service in the city of Banjarbaru, (2) to determine the effect of price on purchasing decisions on gojek service in the city of Banjarbaru, (3) to determine the effect of service quality and price on purchasing decisions on gojek service in the city of Banjarbaru. The indicators of each variable are the first service quality indicators are tangible, realibility, irresponsiveness, iassurance, empathy, iof the price variable indicators are affordability of price, conformity of price with service quality, ipower competitiveness, iprice match with benefits. And from the purchasing decision variable are the selection of service, the selection of brands, thei selection of the distributor, the time of purchase, the number of purchase, i the method of paymen. This research uses quantitative methods, data analysis used is multiple linear analysis technique, F test, Titest. The results of study indicate that service quality has a partial effect on purchasing decisions on gojek service in the city of Banjarbaru. Price has a partial effect on purchasing decision on gojek service ini the city of Banjarbaru. Service quality and price havei a simultaneous influence on purchasing decisions on Gojek service in the city of Banjarbaru.

Keywords: Service Quality, Price, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat mempengaruhi kebutuhan akan jasa transportasi yang meningkat pula, hal tersebut menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi. Dalam sektor bisnis banyak yang dapat menjadi tolak ukur pertimbangan keputusan konsumen terhadap suatu produk diantaranya yaitu, kualitas jasa yang diberikan dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Maka dari itu peningkatan dan perbaikan kualitas jasa sangat amat penting dilaksanakan oleh perusahaan.

Perusahaan transportasi Gojek adalah salah satu perusahaan jasa yang tentunya mempunyai kemampuan untuk bersaing dengan perusahaan transportasi online yang lainnya seperti Grab dan Maxim yang sekarang ini disenangi oleh masyarakat.

Agar penelitian ini jelas fokus masalahnya dan tidak bias. Maka perlu diberikan penjelasan terkait dengan judul atau masalah yang ditetapkan, yaitu **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Gojek di Kota Banjarbaru”**.

Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Pengertian kualitas dapat pula dibedakan menurut pandangan produsen dan konsumen. Menurut produsen kualitas adalah kesesuaian terhadap spesifikasi sedangkan menurut konsumen adalah nilai seberapa baik suatu produk atau jasa menyajikan suatu tujuan yang dimaksudkan dengan tingkat harga yang bersedia dibayar oleh konsumen.

Menurut Laksana (2018:85) yang dimaksud dengan pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Laksana (2019), harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu harga haruslah dihubungkan dengan bermacam-macam barang atau pelayanan yang akhirnya sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa.

Membeli artinya memilih suatu produk yang berupa barang atau jasa untuk dikonsumsi atau dihabiskan nilai kegunaan barang tersebut dengan menggunakan alat tukar yang sah yang senilai dengan produk yang akan dibeli tersebut. Dalam melakukan keputusan pembelian konsumen kerap kali didasari oleh kebutuhan yang didorong dari dalam diri sendiri seperti kebutuhan-kebutuhan hidup ataupun yang didorong dari luar seperti kelas sosial dan lain sebagainya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif atau korelasi yang bersifat kausal atau sebab akibat. Tujuan yang ingin dicapai pada jenis pendekatan kuantitatif ini adalah mencari pengaruh dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen.

Variabel-variabel yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan harga yang akan diuji secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Selain itu maka akan diketahui berapa besar tingkat pengaruh dari masing-masing variabel serta variabel mana yang sangat mempengaruhi mengenai keputusan pembelian jasa transportasi ojek online pada customer di Banjarbaru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna jasa Gojek di Kota Banjarbaru. Responden tersebut diminta untuk menjawab kuisioner yang berisi identitas responden, serta tanggapan responden mengenai indikator variabel dalam penelitian ini yang dijelaskan dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan. Tanggapan tersebut dinilai oleh responden dengan skala likert (1-5). Identitas diri responden yang meliputi jenis kelamin, usia dan uang saku atau penghasilan. Berikut ini disajikan data mengenai jenis kelamin, usia dan penghasilan/uang saku per-bulan dari responden.

1. Jenis kelamin

Tabel 1. Responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Responden(orang)	Persentase(%)
1	Laki-laki	16	20,3%
2	Perempuan	63	79,7%
Total		79	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1. Maka dapat diketahui responden yang paling banyak adalah perempuan sebanyak 63 orang (79,7%) dan diketahui oleh laki-laki sebanyak 16 orang (20,3%).

2. Usia

Tabel 2. Resoponden berdasarkan usia

No	Usia	Responden(Orang)	Persentase(%)
----	------	------------------	---------------

1	18	6	7,6%
2	19	13	16,5%
3	20	13	16,5%
4	21	13	16,5%
5	22	18	22,8%
6	23	9	11,4%
7	24	1	1,3%
8	25	1	1,3%
9	26	2	2,5%
10	27	1	1,3%
11	28	1	1,3%
12	29	1	1,3%
Total		79	100%

Sumber : Data primer , 2022

Berdasarkan tabel 2. Diatas, maka dapat diketahui bahwa yang paling banyak responden berumur 22 sebanyak 18 orang (22,8%), dan responden yang berumur 19, 20, 21 tahun sebanyak 13 orang (16,5%), responden yang berumur 23 tahun sebanyak 9 orang (11,4%), responden berumur 18 tahun sebanyak 6 orang (7,6%), responden yang berumur 26 tahun sebanyak 2 orang (2,5%), dan responden yang paling sedikit adalah responden yang berumur 24, 25, 27, 28, 29 tahun sebanyak 1 orang (1,3%).

3. Penghasilan uang saku per-bulan

Tabel 3. Responden berdasarkan penghasilan/uang saku per-bulan

No	Penghasilan/Uang Saku Per – bulan	Responden(Orang)	Persentase(%)
1	<Rp. 500.000	15	19%
2	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	30	38%
3	Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000	13	16,5%
4	>Rp. 1.500.000	21	26,5%
Total		79	100%

Sumber : Data primer, 2022

Berdasarkan pada tabel 3. Diatas dapat diketahui bahwa 79 responden, terdapat 30 orang (38%) yang mendapatkan penghasilan/uang saku perbulan sebesar Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000, 21 orang (26,5%) dengan penghasilan/uang saku perbulan lebih dari Rp. 1.500.000, sebanyak 15 orang (19%) yang mendapatkan penghasilan/uang saku perbulan kurang dari Rp. 500.000, dan sisanya 13 orang (16,5%) mendapatkan penghasilan/uang saku perbulan sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000.

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen, peneliti menggunakan analisis SPSS.

Berikut hasil pengujiannya.

1. Uji Validitas

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Untuk $n=79$ (sampel uji coba) diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,381 (nilai r_{tabel} terlampir), jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r_{hitung} positif. Maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan 1	0,703	0,218	Valid
	Kualitas pelayanan 2	0,804	0,218	Valid
	Kualitas pelayanan 3	0,794	0,218	Valid
	Kualitas pelayanan 4	0,861	0,218	Valid
	Kualitas pelayanan 5	0,768	0,218	Valid
Harga (X2)	Harga 1	0,773	0,218	Valid
	Harga 2	0,790	0,218	Valid
	Harga 3	0,818	0,218	Valid
	Harga 4	0,737	0,218	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian 1	0,756	0,218	Valid
	Keputusan pembelian 2	0,638	0,218	Valid
	Keputusan pembelian 3	0,804	0,218	Valid

	Keputusan pembelian 4	0,772	0,218	Valid
	Keputusan pembelian 5	0,668	0,218	Valid
	Keputusan pembelian 6	0,703	0,218	Valid

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan variabel X_1 (Kualitas Pelayanan), X_2 (Harga), dan Y (Keputusan Pembelian) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,218) dan bernilai positif. Dengan demikian semua pertanyaan (variabel pertanyaan) yang diajukan kepada sampel penelitian dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Nilai Standar Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	5	0,6	0,850	Reliabel
Harga (X_2)	4	0,6	0,784	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	6	0,6	0,811	Reliabel

Sumber : Data Primer,2022

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60. Dengan demikian, seluruh variabel (kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian) dikatakan reliabel.

Deskripsi data penelitian menunjukkan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden terhadap pernyataan dari kualitas pelayanan dan harga yang terdiri dari item-item pernyataan dengan skala sangat setuju, setuju, inetral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Berikut deskripsi penilaian responden terhadap masing-masing item variabel penelitian.

Tabel 6. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

No	Item Pertanyaan	Rata – Rata	Kategori
1	Driver gojek menerima dan memproses orderan penumpang dengan segera sehingga waktu tunggu penumpang tidak lama.	4,22	Sangat baik
2	Driver gojek memberika pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan sehingga membangun loyalitas penumpang terhadap gojek	4,22	Sangat baik
3	Driver gojek bersikap sopan	4,39	Sangat baik
4	Gojek memberikan layanan tambahan seperti jas hujan,berkomunikasi dengan baik dengan penumpang ataupun menguasai pengetahuan mengenai produk jasa untuk memberikan informasi kepada penumpang.	3,91	Baik
5	Gojek memiliki perlengkapan berupa seragam untuk driver guna memberikan kepercayaan kepada penumpang sebagai jasa ojek online yang profesional	4,27	Sangat baik
Rata – rata		4,20	sangat baik

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai rata-rata variabel kualitas pelayanan sebesar 4,20 (sangat baik), menunjukkan bahwa gojek memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik di kalangan masyarakat kota Banjarbaru.

Tabel 7. Analisis Deskriptif Variabel Harga (X_2)

No	Item Pertanyaan	Rata- Rata	Kategori
1	Gojek Menetapkan Tarif Harga Yang Berbeda Pada Setiap Produk Jasa Yang Dimilikinya Sehingga	3,82	Setuju

	Memberikan Ketertarikan Pada Pelanggan		
2	Gojek Menetapkan Tarif Harga Sesuai Dengan Lokasi Jarak Tempuh Penumpang	4,29	Sangat setuju
3	Harga Yang Ditetapkan Oleh Gojek Menarik Keinginan Anda Untuk Menggunakan Jasa Gojek	3,84	Setuju
4	Tarif Jasa Layanan Gojek Kompetitif/Bersaing Dengan Tarif Transprtasi Online Lainnya	3,76	Setuju
Rata – Rata		3,93	Setuju

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai rata-rata variabel harga sebesar 3,93 (setuju), menunjukkan bahwa Gojeki memberikani harga yang sesuai.

Tabel 8. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian

No	Item Pertanyaan	Rata – Rata	Kategori
1	Saya menggunakan jasa gojek karena sesuai kebutuhan	4,13	Yakin
2	Saya memilih gojek karena merknya yang sudah dikenal	3,70	Yakin
3	Saya menggunakan jasa gojek karena fitur gojek yang lengkap serta mudah saya dapatkan/jakau disekitar saya	4,03	Yakin
4	Apakah anda sering menggunakan jasa gojek ?	3,78	Yakin
5	Pernahkah anda rutin memakai jasa gojek atau lebih dari satu kali dalam sehari menggunakan jasa gojek	3,24	Yakin
6	Apakah metode pembayaran yang disediakan gojek sekarang sudah memudahkan anda?	4,22	Sangat Yakin
Rata – rata		3,85	Yakin

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai rata-rata item keputusan pembelian sebesar 3,85 (yakin), menunjukkan bahwa masyarakat kota Banjarbaruiyakin untuk keputusan pembelian jasa pada Gojek.

Peneliti juga melakukan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel tidak bebas.

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,328	2,437		2,597	,011
	Kualitas Pelayanan (X1)	,437	,141	,360	3,096	,003
	Harga (X2)	,483	,170	,330	2,840	,006

Sumber : Data SPSS 26, 2022

Pada hasil output tabel di atas nilai konstan sebesar 6,382, nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,437, nilai koefisien regresi harga sebesar 0,483. Dari hasil regresi linear berganda di atas, dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini diperoleh persamaan regresi linear berganda berupa : $Y = 6,38 + 0,437 X_1 + 0,483 X_2$.

1. Uji T (Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh variabel yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian jasa (Y) pada Gojek di kota Banjarbaru, maka digunakan uji t (*t-test*) sebagai pembandingan untuk melihat pengaruh signifikan, maka digunakan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

$$\begin{aligned}
 T_{\text{tabel}} &= t(\alpha/2 ; n-k-1) \\
 &= (0,05/2 ; 79-2-1) \\
 &= (0,025 ; 76) = 1,991
 \end{aligned}$$

Keterangan : α (Angka tingkat kepercayaan), n (jumlah sampel), k (jumlah variabel)

- Jika nilai sig < 0,05 atau t_{tabel} maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- Jika nilai sig > 0,05 atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 10. Hasil Uji t (Parsial)

Model		Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B			Beta		
1	(Constant)	6,328	2,437		2,597	,011
	Kualitas Pelayanan (X1)	,437	,141	,360	3,096	,003
	Harga (X2)	,483	,170	,330	2,840	,006

Sumber : Data SPSS 26, 2022

- Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada jasa Gojek di kota Banjarbaru
 - Merumuskan hipotesis
 - Ho = kualitas pelayanan (X_1) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada jasa (Y) Gojek di kota Banjarbaru.
 - Ha = kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada jasa (Y) Gojek di kota Banjarbaru.
 - Menerima dan menolak hipotesis
 - Berdasarkan tabel 10. dapat diketahui nilai sig. Untuk kualitas pelayanan adalah sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} 3,096 sedangkan t_{tabel} 1,991, dengan demikian $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka Ha diterima dan Ho ditolak, artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada jasa Gojek di kota Banjarbaru, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin yakin untuk memutuskan menggunakan jasa Gojek.
- Pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada jasa Gojek di kota Banjarbaru
 - Merumuskan hipotesis
 - Ho = harga (X_2) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada jasa (Y) Gojek di kota Banjarbaru.
 - Ha = harga (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada jasa (Y) Gojek di kota Banjarbaru.
 - Menerima dan menolak hipotesis
 - Berdasarkan tabel 10. Dapat diketahui nilai sig. Untuk pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada jasa Gojek adalah sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} 2,840 sedangkan t_{tabel} 1,991, dengan demikian $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak yang artinya terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada jasa Gojek.

2. Uji F

Untuk mengetahui pengaruh variabel yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian jasa (Y) pada Gojek di kota Banjarbaru, maka digunakan uji F sebagai pembandingan untuk melihat pengaruh signifikan maka digunakan taraf signifikan sebesar 5% (0,05).

$$\begin{aligned}
 T_{\text{tabel}} &= F(k ; n-k) \\
 &= (2 ; 79-2) \\
 &= (2 ; 77) = 3,12
 \end{aligned}$$

Keterangan : n (jumlah sampel), k (jumlah variabel)

- Jika nilai sig < 0,05 atau $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y
- Jika nilai sig > 0,05 atau $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

Tabel 11. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	426,911	2	213,456	24,305	,000 ^b
	Residual	667,469	76	8,782		
	Total	1094,380	78			

Sumber : Data SPSS 26, 2022

- Pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian pada jasa Gojek di kota Banjarbaru
 - Merumuskan hipotesis
 - Ho = kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada jasa (Y) Gojek di kota Banjarbaru.
 - Ha = kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama (simultan) harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada jasa (Y) Gojek di kota Banjarbaru.
 - Menerima dan menolak hipotesis
 - Berdasarkan tabel 11. Diketahui nilai sig untuk pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara simultan terhadap keputusan pembelian pada jasa (Y) Gojek adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian pada jasa Gojek.

PENUTUP

Kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian pada jasa Gojek di kota Banjarbaru. Hal ini dibuktikan dengan nilai f_{hitung} positif lebih besar dari nilai f_{tabel} ($24,305 > 3,12$) dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,05$).

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian pada jasa Gojek di kota Banjarbaru. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} positif lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,096 > 1,991$) dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai α ($0,003 < 0,05$).

Harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian pada jasa Gojek di kota Banjarbaru. Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} positif lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,840 > 1,991$) dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai α ($0,006 < 0,05$).

Berdasarkan hasil penelitian bahwa pada variabel kualitas pelayanan yang terletak pada pertanyaan, Gojek memberikan pelayanan tambahan seperti jas hujan, berkomunikasi dengan baik dengan penumpang atau menguasai pengetahuan mengenai produk jasa untuk memberikan informasi kepada penumpang mendapat nilai rata-rata terendah yaitu 3,91, oleh karena itu PT. Gojek Indonesia disarankan untuk meningkatkan pelayanan dengan cara memberikan layanan tambahan jas hujan bagi pelanggan dan memberikan pelatihan tambahan kepada driver Gojek tentang layanan apa saja yang ada di gojek, langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Lalu berdasarkan penelitian bahwa pada variabel harga yang terletak pada pertanyaan tarif jasa layanan Gojek kompetitif/bersaing dengan tarif transportasi lainnya mendapatkan nilai rata-rata terendah yaitu 3,76 oleh karena itu PT. Gojek Indonesia disarankan untuk selalu memonitoring dan mengevaluasi tarif Gojek yang telah ditetapkan agar sesuai dengan manfaat yang diharapkan konsumen yang menggunakan jasa gojek, sehingga konsumen akan mendapatkan kepuasan atas biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, C. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Ojek Online Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU). (*Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara*)
- Alvionita, iO. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Grab Di Banjarbaru (Studi Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Muhammad Arsyad Ali Banjari Banjarbaru). (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB*)
- Armstrong, Kotler (2015), "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition" , England : Pearson Education, Inc
- Assauri, Sofjan. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers
- Alma, Buchory., dan Saladin, Djaslim. (2010). Manajemen Pemasaran: Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab. Bandung : CV. Linda Karya
- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: Pustaka Setia

- Alma. B,(2016) Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabet
- Arianto, N., Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada Pt Mitra Busana Sentosa Bintaro. Jurnal KREATIF : Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan, ;Vol. 6, No. 2
- Christyananda, I. M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek *Online*
- Ebert, Ronald J. , Griffin Ricky W., (2015). Pengantar Bisnis, edisi kesepuluh, Jakarta, Penerbit Erlangga
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent Teori dan Praktik. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Kotler, Amstrong. (2016). Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited
- Kotler, Keller, (2012), Marketing Management: 14 Edition, New Jersey: Prentice Hall, Pearson Hall, Pearson Education, Inc
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Laksana, Fajar. (2018). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lopiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Indeks.
- Mulyapradana, Aria., & Lazulfa Indah, Atik. 2018. Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Di PT. BAM Kabupaten Tegal. Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol). Vol.1 Nomor Februari 2018, ip-ISSN:2599-1779. ie-ISSN:2599-1787.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Stanton, William J. 1998. Prinsip Pemasaran. Jilid I dan II. (Terjemahan: Lamarto). Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Zahra, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta). (*doctoral dissertation, Universitas Negeri Yogyakarta.*)