

PENGARUH TARIF DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TRANSPORTASI BERBASIS APLIKASI GRAB DI BANJARBARU

Shella Noviantika

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin
Email: apkxishella@gmail.com

Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, SE, M.M, dan Teguh Wicaksono, S.Kom, M.M
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Variabel tarif terhadap variabel kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru (2) variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru (3) variabel tarif serta variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan konsumen transportasi Grab di Banjarbaru.

Penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif kuantitatif dengan penyebaran angket. Sampel penelitian berjumlah 100 orang yang didapat dari perhitungan dengan menggunakan rumus Taro Yamane. Analisis menggunakan regresi linier berganda

Hasil dari penelitian mendapatkan ; (1) Tarif memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru (2) Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru (3) Tarif dan kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru. Hal ini mengindikasikan strategi yang diterapkan oleh manajemen aplikasi Grab telah berhasil dan berjalan sesuai rencana dalam menggaet konsumen.

Kata Kunci : Tarif, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen

Abstract

This study attempts to test : (1) Variable Fare On Variable Consumer Satisfaction Of Transportation Based Application Grab in Banjarbaru (2) Variable Service Quality On variable Consumer Satisfaction Of Transportation Based Application Grab in Banjarbaru (3) Variable Fare And variable Service Quality On variable Consumer Satisfaction Of Transportation Based Application Grab in Banjarbaru

This study used descriptif quntitative with spreading of questionnaire. Study's sample amounts 100 person obtained from Taro Yamane's formula. The analysis used multiple linier regression

Conclusion of this study get the point ; (1) Fare had positif influence on customer satisfaction transportation based aplication Grab in Banjarbaru (2) Service quality had positif influence on customer satisfaction transportation based aplication Grab in Banjarbaru (3) Fare dan variable Service Quality simultanly had positif influence on customer satisfaction transportation based aplication Grab in Banjarbaru. Indicate the strategic applied by management aplication grab is successfully and agree with their planning for got konsumen.

Keyword : Fare, Service Quality, Consumen Satisfaction

PENDAHULUAN

Manusia dalam kehidupannya pasti berpindah tempat. Berdasar kebutuhan akan perpindahan ke suatu tempat yang baru maka diperlukan sebuah alat untuk mempermudahnya. Oleh sebab itu terciptalah suatu alat yang disebut dengan transportasi yang digunakan sebagai sarana membantu perpindahan.

Memiliki peranan penting dalam kehidupan dalam berbagai hal, membuat manusia berfikir untuk mengembangkan sebuah alat transportasi yang membuat penggunaannya semakin efisien. Diawali sebuah transportasi manual yang menggunakan hewan ataupun angin sebagai tenaga penggeraknya, sampai berkembang

menjadi transportasi otomatis yang menggunakan mesin sebagai tenaga penggeraknya.

Perkembangan transportasi di era sekarang tidak terlepas dari pengaruh demografi dan kebutuhan di suatu wilayah. Setiap negara atau wilayah pasti memiliki ciri transportasi yang berbeda pula. Misal daerah perkotaan dengan intensitas kehidupan yang tinggi maka kebutuhan akan transportasi yang serba cepat dan dinamis sangat dibutuhkan, hal tersebut tidak berlaku untuk di daerah perdesaan yang cenderung ritme kehidupannya berjalan lambat.

Permintaan moda transportasi dinamis akan selalu ada setiap saat, karena manusia membutuhkan sebuah perkembangan yang semakin memudahkannya. Dari

banyaknya permintaan akan kebutuhan moda transportasi baru tersebut lahirlah transportasi berbasis aplikasi yang menggunakan jaringan internet sebagai sarana penunjangnya.

Jenis transportasi baru ini dalam waktu singkat dapat merebut hati masyarakat untuk beralih dari transportasi umum konvensional menjadi pengguna transportasi berbasis aplikasi. Beberapa pendapat dikemukakan oleh masyarakat yang beralih ke moda transportasi alternatif ini. Berdasar hasil observasi di lapangan pada bulan September 2019 diperoleh data hasil observasi yakni rerata masyarakat memilih menggunakan transportasi berbasis aplikasi karena tarif yang ditetapkan oleh perusahaan transportasi tersebut murah serta kualitas layanan yang diberikan tidak kalah saing dengan transportasi konvensional yang sudah ada sebelumnya.

Menilik tarif yang ditetapkan oleh pemerintah dalam PERMENHUB Nomor 348 Tahun 2019 untuk Zona I (Jawa, Bali, Sumatra, kecuali Jabodetabek) tarif minimal sebesar Rp 7.000 - Rp 10.000 untuk 4 Kilometer pertama. Sedangkan tarif per kilometernya dikenakan biaya sebesar Rp 1.800 – Rp 2.300. Zona II (Jabodetabek) tarif minimal sebesar Rp 8.000 - Rp 10.000 untuk 4 Kilometer pertama. Sedangkan tarif per kilometernya dikenakan biaya sebesar Rp 2.000 – Rp 2.500. Zona III (Kalimantan, Sulawesi, NTT, Maluku, dan Indonesia bagian timur) tarif minimal sebesar Rp 7.000 - Rp 10.000 untuk 4 Kilometer pertama. Sedangkan tarif per kilometernya dikenakan biaya sebesar Rp 2.100 – Rp 2.600.

Berdasar observasi melalui wawancara lapangan dengan salah satu karyawan PT. Grab Indonesia pada bulan Oktober 2019 bahwa tarif yang telah ditetapkan oleh pemerintah masih menjadi polemik dikalangan para mitra pengemudi, karena dinilai masih di bawah batas tuntutan yang diajukan awal. Ditambah adanya penolakan yang datang dari pengemudi transportasi konvensional untuk perusahaan menutup operasionalnya karena dinilai merusak persaingan bisnis.

Banyaknya gesekan dilapangan antara transportasi konvensional dengan transportasi berbasis aplikasi pada awalnya tidak menghalangi masyarakat untuk menggunakan transportasi jenis ini. Transportasi berbasis aplikasi menjelma menjadi sebuah moda transportasi yang digemari oleh masyarakat. Dilihat dari jumlah banyaknya unduhan di *Playstore* dan *Appstore* yang mencapai angka jutaan serta mendapat rating di atas bintang 4 yang berarti pengunduh memberikan respon positif akan aplikasi tersebut.

Kesuksesan transportasi berbasis aplikasi dalam menarik masyarakat untuk menggunakan, tidak terlepas dari gencarnya promosi yang dilakukan oleh penyedia jasa. Dilihat dari laman penyedia jasa transportasi

berbasis aplikasi terdapat beberapa pemberian promo potongan harga. Salah satu contoh hal kecil yang menjadi pembeda dengan moda transportasi transportasi pendahulunya.

Kemudian adanya fasilitas layanan saat menggunakan transportasi berbasis aplikasi yaitu adanya atribut jaket dan helm yang mudah dikenali oleh masyarakat, batas usia kendaraan maksimal 5 tahun, serta tampilan lengkap identitas pengemudi didalam aplikasi. Kehandalan jadwal operasional yang diwujudkan melalui jadwal operasional jasa selama 24 jam, jadi kapanpun ingin menggunakan tidak perlu khawatir, ditambah adanya informasi seputar perjalanan meliputi lokasi penjemputan dan tujuan. Selain itu, daya tanggap ditunjukkan penyedia jasa melalui kesigapan dalam menanggapi keluhan yang disampaikan oleh konsumen dengan penyediaan *call center* untuk digunakan sebagai tempat penumpang memberikan aduan dan masukan jika merasa kecewa.

Dilanjutkan aktor jaminan yang diberikan transportasi berbasis aplikasi yakni berupa asuransi bagi konsumen setiap menggunakan jasa apabila terjadi sesuatu tidak diinginkan, serta harga yang tidak akan berubah dari awal perjalanan sampai lokasi tujuan. Empati yang diberikan oleh transportasi berbasis aplikasi yakni berupa pengembalian barang konsumen yang tertinggal selama perjalanan, sikap sopan dan ramah saat melakukan pelayanan dan selalu siaga membantu konsumen saat perjalanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim (2017) mendapat kesimpulan tarif memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen, disisi lain kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen PO Rosalia Indah. Penelitian Hafidz (2018) mendapat kesimpulan bahwa variabel tarif seta kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna ojek online. Aryani (2018) membuat kesimpulan variabel tarif memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, disisi lain variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen ojek online Gojek. Zahra (2017) mendapatkan simpulan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online. Mar'ati (2016) mengambil simpulan semua variabel tarif dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna jasa transportasi ojol

Berdasar hasil penelitian diatas dapat diambil sebuah gap penelitian antara hasil variabel tarif ke kepuasan konsumen dan variabel kualitas layanan ke kepuasan konsumen. Berangkat dari gap penelitian inilah maka akan dilakukan sebuah

pendalaman penelitian guna menyempurnakan penelitian yang terdahulu.

Terdapat banyak penyedia jasa moda transportasi berbasis aplikasi yang ada di Indonesia, salah satunya adalah Grab. Sebuah layanan transportasi berbasis aplikasi yang sudah beroperasi di 7 Negara berbeda di ASEAN. Transportasi ini menyediakan beragam kebutuhan konsumen yang ingin menggunakannya, antara lain : jasa layanan transportasi, jasa layanan kurir, dan jasa layanan pembelian makanan. Terdapat 2 layanan metode pembayaran yang diterapkan oleh moda transportasi berbasis aplikasi Grab yakni pembayaran melalui tunai dengan membayar langsung ke pengemudi dan layanan pembayaran non tunai dengan menggunakan *Epay OVO*.

Berdasarkan uraian sebelumnya maka penulis melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel tarif serta variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen yang dituangkan dalam sebuah judul: “Pengaruh Tarif dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Berbasis Aplikasi Grab di Banjarbaru “

Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran sebelumnya, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel tarif berpengaruh terhadap kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru ?
2. Apakah variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru ?
3. Apakah variabel tarif dan variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru ?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel tarif terhadap variabel kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru ?
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru ?
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel tarif dan variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru ?

KAJIAN PUSTAKA

Tarif

Menurut pendapat yang diungkapkan oleh Adisasmita (2010 : 149) mengemukakan bahwa tarif

angkutan merupakan harga dari jasa yang dibayar oleh pemilik barang kepada penyedia angkutan.

Sementara itu Salim (2008 : 43) berpendapat bahwa tarif adalah biaya faktor yang menentukan dalam lingkup transportasi untuk menetapkan tariff serta alat kontrol. Sedangkan menurut Warpani (2003 : 150) mengatakan bahwa tarif merupakan harga dari jasa angkut yang harus dibayar oleh pengguna, baik melalui perjanjian sewa, tawar menawar, ataupun aturan dari pemerintah”.

Berdasar pengertian pendapat-pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel tarif merupakan harga yang dibayar oleh konsumen transportasi atau angkutan yang sudah ditetapkan. Penetapan tarif berdasar alat kontrol, tingkat efektifitas dan efisiensi melalui perjanjian sewa , tawar menawar, ataupun aturan pemerintah.

Tjiptono (2010: 146) menyebutkan terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi dalam penetapan aturan tarif sebuah layanan jasa yaitu tujuan pemasaran perusahaan tersebut, strategi bauran pemasaran yang ingin diterapkan, biaya operasional setiap variabel, organisasi, sifat pasar dan pemasar, persaingan usaha sejenis. Sedangkan Laksana (2009 : 126) menyebutkan ketetapan tarif sebagai berikut: penetapan yang hanya berdasarkan dari perhitungan biaya tidak berorientasi terhadap pasar, penetapan dengan pertimbangan permintaan, keinginan dari konsumen dan kondisi pasar, penetapan yang berorientasi terhadap para pesaing usaha”.

Berdasarkan pendapat-pendapat mengenai klasifikasi tarif tersebut disimpulkan bahwa tarif dapat diklasifikasikan meliputi besar biaya yang dikeluarkan, permintaan konsumen, perjanjian, pengecualian, dan berdasar kelas.

Kualitas Layanan

Lupiyoadi (2013 : 216) mendefinisikan kualitas layanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Sementara itu Kotler & Keller (2013 : 143) menjabarkan kualitas merupakan total fitur serta karakter produk/jasa yang bergantung pada kemampuan dalam memuaskan kebutuhan yang ada. Sedangkan Lovelock dalam (Laksana, 2009: 89) mendefinisikan layanan berkualitas adalah tingkatan mutu yang diangan dan nyata dalam mencapai mutu kebutuhan pelanggan.

Lupiyoadi & Hamdani (2008: 181) mendefinisikan bahwa “kualitas dalam layanan merupakan faktor menentukan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi perusahaan mempertahankan diri mencapai kesuksesan.

Berdasar pendapat-pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen

Kepuasan Konsumen

Lupiyoadi, (2013 : 248) mendefinisikan kepuasan konsumen merupakan tingkatan rasa dimana seseorang mengumumkan hasil perbandingan dari kinerja yang diterima dengan yang diharapkan.

Sementara itu Tjiptono (2010 : 34) mendefinisikan kepuasan konsumen merangkum perbedaan antara harapan banding kinerja ayang dirasakan. Sedangkan Laksana (2009 : 97) mendefinisikan kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen.

Berdasar pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa definisi kepuasan konsumen adalah hasil perbandingan antara kinerja produk/jasa dengan yang menjadi harapan

Tjiptono dan Diana (2003: 103) mengidentifikasi faktor pendorong kepuasan konsumen antara lain keinginan dan kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen ketika sedang mencoba bertransaksi dengan penyedia jasa, pengalaman masa lampau ketika menggunakan layanan sejenis dari para pesaing-pesaingnya, dan pengalaman dari orang lain yang diceritakan.

Zeithaml dan Bitner (Nugroho, 2009 : 37) menjelaskan faktor pendorong kepuasan antara lain kualitas produk yakni kandungan dalam sebuah produk yang melihatkan daya guna produk tersebut, kualitas layanan adalah faktor lain yang memberikan dorongan kepada konsumen untuk memberikan persepsi puas atau tidaknya atas penggunaan suatu produk, harga merupakan pendorong besar bagi konsumen untuk mempersepsikan atas kualitas dan kepuasan terhadap suatu produk, faktor emosi yaitu segala sesuatu yang melekat pada diri seorang pelanggan, dan faktor situasi meliputi kondisi lingkungan.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diambil simpulan bahwa terdapat beberapa teknik pengukuran kepuasan konsumen yang meliputi pencatatan keluhan, konsumen, survey secara berkala, konfirmasi harapan, dan pantauan pesaing.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan teknik pendekatan kuantitatif. Dimana data didapat menggunakan wawancara dan angket untuk mengetahui hubungan terjadinya sebab akibat variabel independen dan dependen.

Populasi & Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh konsumen pengguna Grab roda dua di Banjarbaru rerataan sebanyak 13.000 setiap minggunya. Sedangkan untuk sampel sebanyak 100 orang yang diperoleh dari perhitungan menggunakan rumus Taro Yamane taraf kesalahan 10% dalam Riduwan (2012: 65) yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(N \times d^2) + 1}$$

Keterangan :

- n : Jumlah sampel
- N : Jumlah populasi
- d² : Presisi yang ditetapkan

Hasil perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{13.000}{(13.000 \times 0,1^2) + 1}$$

n = 99,236 dibulatkan menjadi 100

Sampel diambil menggunakan metode *accidental sampling*, adapun karakteristik sampel yang dipilih dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Jenis kelamin pria/wanita rentang usia 18 tahun - 40 tahun
2. Mengetahui cara memesan dan pernah melakukan pemesanan sendiri transportasi berbasis aplikasi Grab
3. Setidaknya pernah menggunakan jasa transportasi minimal 2 kali
4. Bukan pegawai atau karyawan aktif PT Grab Taxi Indonesia

Instrumen Penelitian

Tabel 1: Kisi-Kisi Angket

Var	Indikator	Pernyataan
Kualitas Layanan (X ₁)	Wujud (<i>tangible</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memakai sepeda motor yang layak jalan 2. Memberi kelengkapan keamanan berkendara 3. Menggunakan jaket hijau sebagai identitas perusahaan 4. Berbaju rapi dan bersepatu
	Andal (<i>Reliability</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat penanda apabila terjadi keterlambatan

		<ol style="list-style-type: none"> Mengemudi dengan tertib menaati lalu lintas Tarif sesuai dengan harga yang tertera pada aplikasi Pelayanan full 24 jam Kemudahan dalam pemesanan
	Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	<ol style="list-style-type: none"> Menkonfirmasi orderan dengan cepat Kedatangan berjarak cepat dari pemesanan Tanggap menangani keluhan
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	<ol style="list-style-type: none"> Terampil menyetir kendaraan Memiliki informasi jalan dan lokasi yang akurat Terdapat adanya layanan pelaporan di aplikasi
	Empati (<i>Empathy</i>)	<ol style="list-style-type: none"> Memberi rasa aman dan nyaman Memberi bantuan apabila dibutuhkan mengangkat barang Memberi bantuan saat penumpang akan naik Memberi nasihat cara menggunakan helm dengan benar
Tarif (X ₂)	Tarif terjangkau	<ol style="list-style-type: none"> Tarif yang dipatok terjangkau
	Daya saing layanan sejenis	<ol style="list-style-type: none"> Tarif dapat bersaing dengan layanan sejenis lainnya
	Kesesuaian dengan manfaat	<ol style="list-style-type: none"> Tarif sesuai dengan manfaat yang didapatkan
	Kesesuaian dengan layanan	<ol style="list-style-type: none"> Tarif sesuai dengan layanan yang didapat
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kesesuaian layanan dengan harapan	<ol style="list-style-type: none"> Saya merasa layanan yang diberikan sudah sesuai harapan saya
	Kesesuaian tarif dengan	<ol style="list-style-type: none"> Saya merasa tarif yang dibayarkan sesuai

	yang dibayarkan	dengan yang didapat
	Kepuasan dengan layanan yang ditawarkan	<ol style="list-style-type: none"> Saya puas dengan layanan yang diberikan Saya puas dengan layanan yang diberikan dibanding dengan transportasi sejenis

Sumber: diolah peneliti

Pengukuran pendapat konsumen menggunakan skala Likert. Bilamana besaran skala dibagi menjadi beberapa tingkatan. Bermula dari skala paling rendah “sangat tidak setuju” sampai paling tinggi “sangat setuju”

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data didapat dari wawancara dan angket. Angket didapatkan dengan menyebarkan sebuah pernyataan/pertanyaan ke responden yang akan diteliti. Sedangkan wawancara didapatkan melalui proses tanya jawab dan komunikasi langsung dengan responden.

Uji Instrumen

Uji instrumen dibagi menjadi 2 yaitu : Uji validitas & Uji reliabilitas. Hasil uji validitas didapat apabila semua nilai signifikansi hitung mempunyai nilai yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator instrumen penelitian dinyatakan dalam kondisi valid

Di sisi lain uji reliabilitas dilihat dari nilai *croanbach's alpha*. Apabila lebih dari 0,600 dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian siap untuk digunakan sebagai sebuah kesatuan uji.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis menggunakan beberapa uji yakni :

- Uji Asumsi Klasik
 - Multikolinieritas
Menurut Ghozali (2013 : 103) menerangkan bahwa uji multikolinieritas memiliki tujuan sebagai penguji adanya korelasi antara variabel bebas.
 - Heteroskedastisitas
Menurut Ghozali (2013 : 138) menerangkan bahwa uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu ke yang lain.
 - Normalitas
Menurut Ghozali (2013 : 161) menerangkan bahwa uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji kenormalan distribusi residual.

d. Linieritas

Menurut Ghozali (2013 : 165) menerangkan bahwa uji linieritas dipergunakan sebagai patokan apakah model spesifikasi sudah benar dan sesuai.

2. Analisis Regresi Linier berganda
3. Koefisien Determinasi
4. Uji F
5. Uji t

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini mendapatkan histogram dengan nilai deviasi sebesar 0,989. Maka dapat diartikan sebaran data dalam keadaan normal tidak terjadi penyimpangan. Sedangkan pada tabel P Plot dapat dilihat jika titik data tersebar mengikuti alur tidak ada yang menyimpang terlalu jauh.

b. Uji Multikolinieritas

Hasil uji mendapat nilai VIF 1,020 dan nilai *tolerance* 0,980 maka dapat dimaknai model regresi tidak terdapat adanya multikolinieritas karena nilai VIF lebih kecil dari 10 sedangkan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1

c. Uji Linieritas

Hasil uji ini mendapat nilai signifikansi sebanyak 0,000 yang dapat dimaknai adanya hubungan linier antara variabel tarif dan kualitas layanan dengan variabel kepuasan konsumen, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05

d. Uji Heterokedstisitas

Hasil uji ini mendapat sebaran titik *scatterplot* dibawah angka 0 merata dan sama ssekali tidak membentuk sebuah pola tertentu, hal ini dapat diartikan tidak terjadi adanya heterokedstisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Penjelasan mengenai analisis regresi linier berganda dapat dilihat melalui hasil perhitungan berikut ini :

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tol	VIF
	21,384	7,412		2,885	,005		
Tarif	,395	,064	,498	6,169	,000	,980	1,020
Kualitas.Layanan	,337	,080	,342	4,240	,000	,980	1,020

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Keterangan :

$$y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$y = 21,384 + 0,395X_1 + 0,337X_2 + e$$

Penjelasan persamaan di atas adalah :

Nilai konstanta (α) sebesar 21,384 dapat ditafsirkan apabila tidak adanya variabel tarif dan kualitas layanan maka nilai variabel kepuasan konsumen sebesar 21,384

Koefisien regresi X_1 sebesar 0,395 dapat ditafsirkan bahwa setiap peningkatan variabel tarif akan meningkatkan variabel kepuasan konsumen sebanyak 0,395

Koefisien regresi X_2 sebesar 0,337 dapat ditafsirkan bahwa setiap peningkatan variabel kualitas layanan akan meningkatkan variabel kepuasan konsumen sebanyak 0,337

Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian didapatkan hasil (Koefisien Determinasi) sebesar 0,413 yang dapat ditafsirkan bahwa sebesar 41 persen dari variabel kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab dapat dijelaskan oleh variabel tarif dan variabel kepuasan konsumen.

Sisa perhitungan sebesar 59% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel tarif dan variabel kualitas layanan, biasanya variabel dalam standarisasi karya tulis variabel tak diteliti ini disebut dengan variabel anonim.

Karena keterbatasan waktu, biaya dan kesempatan maka variabel anonim sebesar 59% tidak dapat dilakukan penelitian lanjutan oleh penulis.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Hasil uji ini mendapat nilai koefisien korelasi variabel tarif dengan variabel kepuasan konsumen sebesar 0,395 dan variabel kualitas

layanan dengan variabel kepuasan konsumen sebesar 0,337.

Hal ini berarti variabel tarif berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lebih besar jika dibanding dengan variabel kualitas layanan, karena nilai koefisien korelasi yang didapat variabel tarif lebih besar daripada variabel kepuasan konsumen.

b. Uji F

Perhitungan didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 32,372 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat ditafsirkan apabila variabel tarif dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Angka 32,372 dengan posisi positif mengartikan bahwa variabel tarif dan variabel kualitas layanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan

Setelah melakukan analisis uji secara parsial serta simultan dari hasil jawaban para responden mengenai pengaruh tarif dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab. Berikut ini akan membahas mengenai hasil dan temuan-temuan yang ada selama melakukan penelitian :

1) Pengaruh tarif terhadap kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab

Berdasar hasil analisis diperoleh hasil bahwa tarif memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab sehingga hasil ini membuktikan analisis pertama pada penelitian ini. Hasil ini sesuai dengan Mar'ati (2016) menyimpulkan tarif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lenzun (2014) menyimpulkan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian diketahui bahwa dari variabel tarif, indikator yang memiliki skor terbesar yaitu alat kontrol. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menggunakan transportasi berbasis aplikasi Grab tidak khawatir kemahalan karena tarif yang ditetapkan oleh penyedia jasa tidak akan berubah dari awal menggunakan sampai lokasi tujuan karena telah tertera pada aplikasi, sesuai dengan Adisasmita (2010: 122) yang mengatakan penentuan tarif berdasar biaya-biaya yang dibutuhkan sampai menghasilkan sebuah jasa angkutan.

Penetapan tarif memberikan dampak terhadap kepuasan konsumen transportasi berbasis

aplikasi Grab. Konsumen akan membandingkan tarif yang dibayar dengan apa yang didapat, apabila yang dikeluarkan kecil tetapi yang didapat besar maka tingkat kepuasan yang dirasakan semakin tinggi. Sebaliknya apabila konsumen mengeluarkan biaya besar tapi merasa yang didapat kecil maka kepuasan akan rendah.

Imbas dari ketidakpuasan inilah yang harus segera ditangani oleh perusahaan, karena jika dibiarkan terlalu lama maka konsumen akan menyebarkan keburukan-keburukan mengenai yang dirasakannya ke orang lain.

2) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab

Berdasar analisis diperoleh hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab. Hasil ini sesuai dengan Qori'ah (2016) menyimpulkan kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Yasa dan Ardani (2014) menyimpulkan dimensi kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil uji diketahui bahwa indikator berwujud pada variabel kualitas layanan mendapat skor rerata tertinggi. Wujud layanan yang diberikan oleh perusahaan berupa kendaraan dan fasilitas saat melakukan perjalanan sehingga konsumen merasa nyaman. Hal ini sesuai teori Nugroho (2009: 37) kepuasan konsumen didorong oleh kualitas jasa, kualitas layanan, harga, faktor emosional, dan faktor situasi.

Wujud layanan yang baik ditunjukkan oleh transportasi berbasis aplikasi Grab dengan membatasi usia maksimal kendaraan yang boleh digunakan untuk mengangkut penumpang. Hal ini menjadi jaminan konsumen mendapat kendaraan yang bagus dan nyaman.

Wujud lain yang dapat diberikan oleh perusahaan yakni dengan adanya atribut kepada pengemudi sebagai identitas. Hal ini sebagai langkah pencegahan apabila ada pengemudi yang melakukan tindak kejahatan maka akan dengan mudah teridentifikasi

3) Pengaruh Tarif dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab

Berdasar analisis yang telah dilakukan, variabel tarif dan variabel kualitas layanan

terbukti simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen transportasi berbasis aplikasi Grab. hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Utami (2009) menyimpulkan bahwa tarif dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Beberapa temuan saat melakukan penelitian, diketahui beberapa konsumen rela berjalan kaki menjauhi zona larangan menggunakan transportasi online di beberapa tempat demi bisa menggunakan transportasi berbasis aplikasi Grab, karena tarif dan kualitas.

PENUTUP

Dari penulisan penelitian, analisis, dan uji yang telah dilakukan, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Variabel tariff (X_1) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru. Hal ini sesuai dengan hipotesis pertama
2. Variabel kualitas layanan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru
3. Variabel tarif (X_1) dan variabel kualitas layanan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) transportasi berbasis aplikasi Grab di Banjarbaru

Saran-Saran

Berikut merupakan saran yang diberikan oleh penulis kepada beberapa pihak yang mungkin bisa menjadibahanevaluasi untuk berkembang kedepannya :

1. Menjaga stabilitas tarif sesuai aturan yang jelas mengenai pemberlakuan tarif transportasi berbasis aplikasi dari pemerintah
2. Memperbanyak promosi potongan tarif untuk menggaet konsumen lebih banyak lagi
3. Menjalni komunikasi dengan perusahaan penyedia jasa transportasi konvensional atau sesama berbasis aplikasi
4. Memberikan pelatihan bagi mitra pengemudi secara berkala untuk menjaga kualitas layanan yang diberikan
5. Manambah jenis layanan yang sebelumnya tidak ada pada transportasi aplikasi berbasis lain.
6. Memberikan keamanan dan kenyamanan lebih baik lagi untuk menghindari tindak kriminalias

7. Konsumen transportasi berbasis aplikasi lebih selektif dalam memilih moda transportasi jenis ini..

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, R. ,2010, Dasar Dasar Ekonomi Transportasi, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Arikunto. S, 2013, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta
- Handayani, H.T, 2013, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Kota Solo*.
- Kotler, P. dan Keller, K.L, 2013, Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta
- Laksana. F, 2009, *Manajemen Pemasaran Pendekatan praktis*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Lupiyoadi, R, 2013, Edisi Ketiga. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kometensi*, Salemba Empat, Jakarta
- Mar'arti, C.N, 2016, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Konsumen Gojek di Surabaya)*
- Nugroho, W, 2009, *Analisis Persepsi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Bus Malam Cepat Sedya Mulya*
- Qorihah, Z, 2016, *Dampak Penerapan Kualitas Layanan dan Tarf Terhadap Kepuasan Pengguna Bus Harapan Jaya Trayek Trenggalek – Surabaya*.
- Riduwan, 2015, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Alfabeta, Bandung
- Rifaldi, Kadunci dan Sulistyowati, 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta*
- Salim, A, 2008, *Manajemen Transportasi*, Rajawali Press, Jakarta
- Sofyan, L.I., Pradhanawati, A., Nugraha S.A, 2013, *Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, melalui Kepuasan Konsumen sebagai Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang*.
- Sugiyono. 2015, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- Sumaedi S., Bakti, Y.M.G.I., Yarmen M, 2012, *The Empirical Study Of Public Transport Passangers Behavioral Intentions: The Roles Of Service Quality Perceived Sacrifice, Perceived Value, And Satisfaction (Case Study: Paratransit Passangers In Jakarta, Indonesia)*. Vol. 2 (1)
- Tjiptono, F, 2010, Edisi Ketiga, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta

- Tjiptono, F. dan Chanda, G, 2016, Edisi Keempat. *Service, Quality dan Satisfaction*, Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, F. dan Diana, A, 2003, *Total Quality Management*, Andi, Yogyakarta
- Warpani, S, 2003, *Pengelolaan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan*, Penerbit ITB, Bandung