

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK *ONLINE* GOJEK DI YOGYAKARTA

¹Ahmad Sofyan Abdul Azis, ²Edhy Tri Cahyono

INTISARI

Latar Belakang: Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh persepsi harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Gojek. Melihat dari fenomena yang ada pada tahun 2022-2023 gojek sempat mengalami penurunan pengguna dan nilai transaksi brutonya. Selain itu ojek online juga sempat mengalami kenaikan rentang biaya jasa minimum pada tahun 2022.

Tujuan: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi harga Go-Jek dan tingkat kualitas layanan yang diberikan itu apakah berpengaruh atau tidak terhadap kepuasan konsumen Gojek di Yogyakarta.

Metode Penelitian: Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 140 orang yang pernah menggunakan Gojek di wilayah Yogyakarta. Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan kuesioner yang disebar di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan kerangka analisis dalam bentuk Partial Least Square (PLS).

Hasil: Dari penelitian ini ditemukan bahwa persepsi harga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan, kualitas layanan dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen Gojek di Yogyakarta.

Kesimpulan: Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi harga dari konsumen tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen gojek itu sendiri dan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah dari segi kualitas layanannya.

Kata Kunci: *Gojek, Kepuasan konsumen, Kualitas layanan, Persepsi harga*

¹ Mahasiswa Manajemen (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Dosen Manajemen (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF PRICE AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION USERS OF GOJEK ONLINE OBJECT TRANSPORTATION SERVICES IN YOGYAKARTA

¹Ahmad Sofyan Abdul Azis, ²Edhy Tri Cahyono

ABSTRACT

Background: This study examines the influence of price perception and service quality on Gojek consumer satisfaction. Looking at the phenomenon that existed in 2022-2023, Gojek experienced a decline in users and gross transaction value. In addition, online motorcycle taxis also experienced an increase in the minimum service fee range in 2022.

Objective: The purpose of this study was to determine whether or not the perception of Go-Jek prices and the level of service quality provided influenced Gojek consumer satisfaction in Yogyakarta.

Research Method: This study used a sample of 140 people who had used Gojek in the Yogyakarta area. This study collected data using a questionnaire distributed in Yogyakarta. This study uses an analytical framework in the form of Partial Least Square (PLS).

Results: From this study it was found that price perception has no effect on consumer satisfaction. Meanwhile, service quality can influence Gojek consumer satisfaction in Yogyakarta.

Conclusion: This study can be concluded that consumer price perception has no effect on Gojek consumer satisfaction itself and what can influence customer satisfaction is in terms of service quality.

Keyword: Customer satisfaction, Gojek, Price perception, Service quality

¹ Management student (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Management lecturer (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta