

Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Transportasi *Online* Grab Di Jakarta Pusat

Hanyfah Nur Aidah¹, Nurvi Oktiani², Syahrir³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

E-mail: hanyfahnuraidah@gmail.com¹, nurvi.nvk@bsi.ac.id², syahrir.shx@bsi.ac.id³

Article History:

Received: 29 Juli 2025

Revised: 27 Agustus 2025

Accepted: 31 Agustus 2025

Keywords: *Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Grab, Regresi Linier Berganda.*

Abstract: *Penelitian dilakukan guna mengevaluasi sejauh mana kualitas pelayanan serta struktur harga memengaruhi tingkat kepuasan pengguna layanan transportasi online Grab di wilayah Jakarta Pusat. Mengingat ekspansi pesat sektor transportasi berbasis digital di lingkungan perkotaan, penyedia layanan harus Dalam Penelitian ini, pendekatan kuantitatif diterapkan guna mengevaluasi berbagai faktor yang berdampak pada tingkat kepuasan pengguna layanan transportasi online, dengan mengumpulkan data dari 200 pengguna GrabBike dan GrabCar yang dipilih sebagai sampel. Responden ini berada di wilayah Jakarta Pusat. Proses akumulasi data dijalankan melalui distribusi kuesioner online pada responden, lalu data diolah menggunakan perangkat lunak statistik SPSS. Temuan dari analisis ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan dan harga, secara individual ataupun bersamaan, memiliki dampak yang kuat dan positif terhadap kepuasan pengguna. Meskipun variabel tersebut tidak signifikan dalam konteks variabel yang ada. Secara ringkas, penyedia layanan seperti Grab harus memprioritaskan kualitas dan harga sebagai elemen penting dalam mengoptimalkan bentuk kepuasan pengguna jasa Grab.*

PENDAHULUAN

Kemajuan transformasi digital telah membawa dampak besar dalam banyak sektor kehidupan, salah satunya sektor transportasi. Salah satu bentuk perubahan yang paling terasa adalah berkembangnya layanan transportasi *online*, yang kini menjadi pilihan utama masyarakat perkotaan. Layanan ini dipilih karena kecepatan, efisiensi, dan kemudahan akses yang ditawarkan. Di tengah maraknya layanan ini, faktor kualitas layanan dan harga menjadi dua aspek yang paling menentukan dalam kepuasan pelanggan.

Sebagai salah satu pemimpin dalam industri transportasi *online*, Grab menghadapi sejumlah tantangan besar. Salah satunya adalah terbatasnya jumlah pengemudi di jam-jam sibuk, yang sering kali mengganggu pengalaman pengguna (Kompas.com, 2024). Selain itu,

ketidakstabilan tarif juga menjadi masalah yang memengaruhi persepsi keandalan layanan. Walaupun Grab tetap menjadi pilihan utama bagi sebagian orang, terutama di wilayah perkotaan seperti Jakarta, namun persaingan dengan Gojek yang semakin ketat memberikan tantangan tersendiri bagi Grab untuk mempertahankan posisinya.

Di sisi lain, persaingan yang semakin ketat antara Grab dan Gojek memacu kedua perusahaan untuk terus berinovasi. Mereka mengembangkan berbagai strategi pemasaran, seperti pemberian diskon, pembaruan aplikasi, dan bahkan memperluas layanan yang mereka tawarkan. Menurut data dari Balitbang Kementerian Perhubungan yang dikutip Katadata (Mutia, 2022). Gojek saat ini lebih unggul dalam hal jumlah pengguna. Namun, Grab masih dapat mempertahankan posisi kedua dengan menawarkan tarif yang lebih stabil dan konsisten (Katadata Team, 2023), meskipun di beberapa area, seperti Jakarta, ketidaknyamanan layanan, seperti keterlambatan, tetap menjadi isu utama bagi pelanggan.

Keberadaan Grab yang berada di posisi kedua dalam persaingan ini tidak lantas membuatnya unggul dalam segala aspek. Walaupun tarif Grab lebih stabil dibandingkan Gojek, kenyamanan dan kualitas layanan menjadi hal yang tidak dapat diabaikan. Jakarta sebagai satu diantara kota besar dengan prevelensi kepadatan penduduk yang besar, menghadapi tantangan tersendiri dalam hal mobilitas masyarakat. faktor keterlambatan dan kualitas pengemudi menjadi perhatian utama pelanggan. Masyarakat yang tinggal di kota besar seringkali membutuhkan layanan yang tidak hanya efisien, tetapi juga nyaman dan tepat waktu.

Berdasarkan penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Aprillia & Fatihah, 2021), sebagian besar penelitian fokus pada pengalaman pelanggan Gojek, sementara kajian mengenai pengalaman pelanggan Grab masih terbatas. Hal ini menjadikan pentingnya penelitian lebih lanjut mengenai sejauh mana aspek kualitas layanan dan struktur harga memengaruhi kepuasan pengguna layanan Grab. fokus khusus pada wilayah Jakarta Pusat, bertujuan untuk memberikan kontribusi akademik yang lebih mendalam mengenai kepuasan pelanggan di sektor transportasi *online* , serta memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai kekuatan dan kelemahan Grab di tengah intensitas persaingan pasar yang kian meningkat.

Penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap sejauh mana kualitas layanan dan harga memengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan layanan Grab, serta apakah keduanya berperan besar dalam membentuk kepuasan pelanggan di wilayah Jakarta Pusat. Penelitian ini diharap bisa memberi partisipasi baru yang bernilai dalam bidang kajian terkait dalam pengembangan literatur akademik, sekaligus menjadi masukan strategis bagi Grab dalam meningkatkan mutu layanan demi bersaing secara efektif dengan Gojek di industri transportasi daring.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian kuantitatif dengan rancangan asosiatif digunakan untuk menilai seberapa besar dampak dari kualitas pelayanan serta harga kepada tingkat kepuasan pengguna Grab di wilayah Jakarta Pusat. Data dikumpulkan melalui penyebaran Instrumen kuesioner dirancang dengan mengacu pada indikator yang dipresentasikan.

Adapun kriteria pemilihan Populasi mencakup pengguna GrabBike dan GrabCar di Jakarta Pusat. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling*, yang melibatkan responden berdasarkan kriteria relevan dengan tujuan penelitian fokus penelitian. Total responden berjumlah 200 orang, sesuai dengan rumus dari Hair yaitu lima kali jumlah indikator ($40 \text{ indikator} \times 5 = 200 \text{ responden}$). Untuk menguji keabsahan dan konsistensi Instrumen

Penelitian diuji reliabilitas serta validitasnya melalui aplikasi SPSS versi 25. Data dianalisa dilakukan dengan mengaplikasikan klasik, regresi linier berganda, proses asumsi klasik serta pengujian hipotesis melalui uji t serta F. Selain itu, dilakukan juga analisis R^2 guna menilai besarnya dampak terhadap variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Diperoleh dari para pengguna Grab di Jakarta Pusat dengan sampel berjumlah 200 responden. Karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas responden (62,5%) berusia 21-25 tahun, diikuti oleh kelompok usia 17-20 tahun (18%) dan 26-30 tahun (11,5%), sementara sisanya (8%) berusia di atas 30 tahun. Responden didominasi oleh wanita (56,5%). Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden (77%) adalah mahasiswa/pelajar, dengan persentase yang lebih kecil untuk pegawai swasta (11,5%), dosen/tenaga pendidikan (5%), wiraswasta (2,5%), PNS (2%), dan pekerjaan lainnya (2%). Dalam hal jenis layanan, mayoritas responden (78,5%) menggunakan Grab Bike, sedangkan 21,6% menggunakan Grab Car. Terakhir, berdasarkan domisili atau aktivitas, responden paling banyak berasal dari daerah Senen (42,5%) dan Kemayoran (24,5%), diikuti oleh Menteng (9%), sementara daerah lain seperti Cempaka Putih, Gambir, Johar Baru, Sawah Besar, dan Tanah Abang memiliki persentase yang lebih rendah.

Deskripsi Statistik Variabel Penelitian

Distribusi respons menunjukkan bahwa mayoritas penilaian responden terhadap pernyataan yang diberikan bernilai positif (Setuju dan Sangat Setuju) terhadap Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) Grab. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna secara umum menganggap kualitas layanan dan harga Grab cukup baik dan terjangkau. Namun, adanya jumlah jawaban 'Netral' yang signifikan pada kedua variabel ini menunjukkan adanya variasi pengalaman atau pertimbangan tertentu dari responden, terutama terkait aspek-aspek spesifik seperti ketepatan waktu penjemputan, penanganan keluhan, transparansi tarif, atau perbandingan harga dengan kompetitor. Untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y), respons didominasi oleh kategori 'Setuju' dan 'Sangat Setuju', menegaskan bahwa layanan Grab telah memenuhi ekspektasi sebagian besar penggunaannya di Jakarta Pusat, baik dari sisi kenyamanan, keamanan, kemudahan aplikasi, maupun interaksi dengan driver dan layanan pelanggan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dijalankan guna menilai seberapa jauh instrumen Penelitian bisa memberi temuan yang tetap juga bisa dipercaya. kestabilan dan konsistensi hasil dari instrumen penelitian berupa kuesioner. Dalam Penelitian ini, metode *Cronbach's Alpha* digunakan sebagai alat ukur utama. Suatu variabel dikategorikan reliabel bila skor *Cronbach's Alpha* yang diperoleh berada $>0,6$, yang menandakan bahwa seluruh butir pernyataan dalam kuesioner menunjukkan konsistensi internal yang memadai. Menunjukkan konsistensi internal yang layak. Hasil perhitungan menunjukkan tingkat *Cronbach's Alpha* yang diperoleh untuk tiap variabel ditampilkan sebagaimana tabel di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilainya <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0. 943	Reliabel
Harga	0. 920	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0. 952	Reliabel

Sumber : Data diolah (2025)

Dari hasil output data yang tercantum pada Tabel diatas. hasil uji pada jenis reliabilitas menunjukkan bahwasanya seluruh variabel yang diuji pada jenis memiliki nilainya *Cronbach's Alpha* yang sangat baik. yang mengindikasikan bahwasanya Alat ukur yang diterapkan hasil dari uji reliabilitas, dimana menunjukkan bahwa terdapat reliabilitas tinggi, dengan konsistensi internal yang memadai, dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut mengukur variabel yang dimaksud. Kualitas Pelayanan (X_1). nilainya *Cronbach's Alpha* senilai 0.943 mengindikasikan prevelensi reliabilitas yang amat tinggi. Demikian pula pada variabel Harga (X_2). dengan nilainya yang diperoleh sebesar 0.920 dimana menunjukkan bahwasanya instrumen pengukuran variabel harga sangat reliabel. Selain itu untuk variabel X_1 dengan nilai sebesar 0.952. nilainya tertinggi di antara variabel lainnya. yang menandakan reliabilitas yang sangat baik. Oleh karena itu, seluruh instrumen yang telah diuji bisa dinyatakan mempunyai taraf reliabilitas yang selaras juga layak guna diimplementasikan pada tahapan analisis berikutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalisasi

Pengujian normalitas dinyatakan penting dilakukan untuk mengetahui distribusi data, sehingga menjadi valid dan reliabel (Sonjaya et al., 2025).. Nilai residual dalam model regresi menunjukkan pola distribusi yang normal, yang memungkinkan analisis selanjutnya dilakukan secara valid. yang dilakukan dapat memberikan hasil yang valid. Penelitian ini memanfaatkan uji ini sebagai metode guna dalam menguji apakah terdistribusi normal atau tidak:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	3.07320330
Most Extreme Differences	Absolute	0.061
	Positive	0.031
	Negative	-0.061
Test Statistic		0.061
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.064 ^c

a. Calculated from data.

b. Test distribution is Normal.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah (2025)

Dalam pengujian ini mengaplikasikan metode yang ditampilkan dalam Tabel tersebut. didapat *Asymp. Sig. (2-tailed)* senilai 0.064 lebih rendah dibandingkan 0.05. ini mengindikasikan bahwasanya terdistribusi normal sebab hipotesis nol tidak ditolak. Nilai Test Statistic sebesar 0.061 juga mendukung hasil tersebut. Oleh sebab itu, data pada Penelitian ini bisa dianggap memenuhi kriteria distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Penguji pada jeniisan multikolonieritas dilakukan agar menguji pada jenis apakah termuat

hubungan antar variabel independent, adapun pendeteksian masalah ini dijalankan melalui mengamati skor *Tolerance* juga *VIF* sebagaimana disampaikan oleh (Yaldi et al., 2022), beserta besaran korelasi antar variabel independen. Apabila nilainya (*VIF*) dibawah atau <10 serta *Tolerance* diatas atau > 0.1 berarti tidak terjadi Multikolinieritas. Adapun hasil perhitungan uji pada jenis Multikolinearitas memiliki arti sebagaimana berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model	B	Std. Error	Beta			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)	19.276	2.072	9.302	0.000		
	Kualitas Pelayanan	0.267	0.024	0.487	11.264	0.998	1.002
	Harga	0.509	0.036	0.607	14.052	0.998	1.002

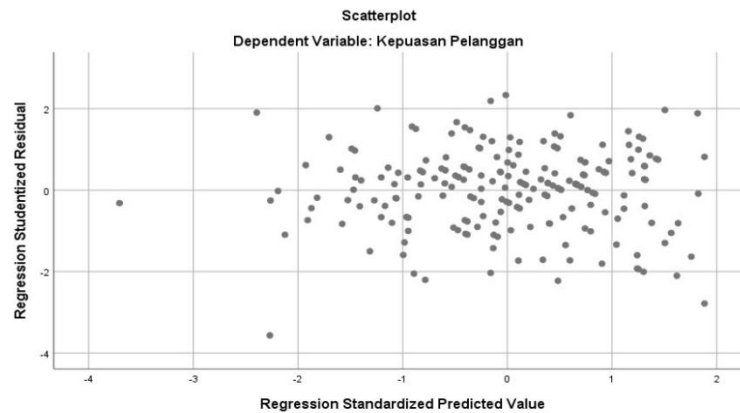
a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah (2025)

Berlandaskan temuan analisis regresi yang ditunjukkan dalam Tabel 3. baik X_1 ataupun X_2 mempunyai dampak yang signifikan kepada Y , dimana nilai *p-value* varian senilai 0.000.atau lebih kecil dari 0.05. ini mengindikasikan bahwasanya kedua variabel independen tersebut berkontribusi dengan signifikan dalam menjelaskan variasi pada Kepuasan Pelanggan. Selain itu. hasil uji pada jenis multikolinearitas menunjukkan bahwasanya nilainya *Tolerance* agar Kualitas Pelayanan serta Harga memiliki arti 0.998. serta *VIF* varian memiliki arti 1.002. yang menunjukkan bahwasanya tidak ada masalah multikolinearitas antar variabel independen. sebab nilainya-nilainya ini jauh di bawah ambang batas yang menunjukkan multikolinearitas yang tinggi (Tol. <0.1 serta $VIF > 10$). Oleh sebab itu. model regresi ini valid serta bisa digunakan agar analisis lebih lanjut tanpa adanya gangguan dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Adapun pengujian heteroskedastisitas diguna mengevaluasi variansi residual yang tidak konsisten dalam model regresi. Berdasarkan hasil *scatterplot* yang menyebar acak tanpa pola, bisa didapat bahwa model bebas daripada permasalahan heteroskedastisitas. Pengujian dijalankan melalui penganalisaan pola penyebaran titik pada diagram *scatterplot*. Berlandaskan temuan *scatterplot*, titik-titik tersebar acak juga tidak berbentuk pola spesifik, dimana mencirikan tidak terdapatnya heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang terbentuk memenuhi asumsi ini dan layak digunakan.



Sumber : Data diolah (2025)

Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil *scatterplot* titik-titik residual yang ditunjukkan di atas. Pola penyebaran residual tampak acak dan tidak menunjukkan formasi tertentu, yang menandakan distribusi yang wajar dalam data yang spesifik, yang menandakan bahwasanya varian *residual* bersifat tetap di semua rentang nilainya prediksi. yang berarti tidak termuat heteroskedastisitas dalam data. Dengan demikian asumsi homoskedastisitas pada model regresi ini terpenuhi yang mengindikasikan bahwasanya hasil analisis regresi tidak terdampak oleh masalah heteroskedastisitas. Oleh sebab itu, model regresi yang digunakan dapat memiliki interpretasi valid serta layak agar digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji Linear Berganda

Menurut pendapat (Sudariana & Yoedani, 2022), regresi linier berganda merupakan metode yang Metode ini diterapkan saat peneliti hendak meramalkan nilai dari variabel terikat dengan mempertimbangkan dua ataupun lebih variabel bebas sebagai faktor penentu. Tujuannya ialah guna mengetahui seberapa jauh dampak dalam hal ini variabel X_1 , X_2 terhadap Y

Tabel 5. Hasil Uji Linear Berganda
Coefficients^a

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	t	Sig.
	Model	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.276	2.072		9.302	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.267	0.024	0.487	11.264	0.000
	Harga	0.509	0.036	0.607	14.052	0.000

Sumber : Data diolah (2025)

Berlandaskan temuan diatas menunjukkan model yang terbentuk: $Y = 19,276 + 0,267X_1 + 0,509X_2$. Di sini, Y menggambarkan variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan, sementara X_1 dan X_2 masing-masing mewakili kualitas pelayanan dan harga. Nilai konstanta senilai 19,276 mengartikan bahwa bila kedua variabel bebas dianggap Jika tidak terdapat pengaruh, maka nilai dasar kepuasan pelanggan diasumsikan sebesar nol atau tetap. maka tingkat kepuasan pelanggan diperkirakan berada pada angka tersebut.

Skor koefisien regresi pada variabel kualitas layanan yang senilai 0,267 mengindikasikan bahwa tiap penambahan satu satuan dalam kualitas pelayanan cenderung menyebabkan peningkatan kepuasan pelanggan senilai 0,267 poin. Ini diperkuat dengan skor sig. $0,000 < 0,05$,

menandakan adanya dampak signifikan.

Begitu pula untuk variabel harga yang memiliki koefisien regresi sebesar 0,509, artinya tiap penambahan satu unit pada persepsi harga cenderung memberikan peningkatan senilai 0,509 poin terhadap kepuasan pelanggan. Karena nilai signifikansi pada kedua variabel $<0,05$, bisa diperoleh bahwa kualitas pelayanan serta harga dengan bersamaan memberikan dampak nyata kepada tingkat kepuasan pelanggan Grab di Jakarta Pusat.

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

T (Parsial) diimplementasikan guna meninjau dampak setiap variabel independen kepada variabel dependen dengan terpisah, ini kepuasan pelanggan. Dengan total responden sebanyak 200 dan dua variabel bebas, diperoleh derajat kebebasan sebesar $(200 - 2 - 1) = 197$. Berdasarkan taraf sig. 5% ($\alpha = 0,05$), serta t-tabel yang dijadikan acuan adalah 1,972.

Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial) Kepuasan Pelanggan
Coefficients^a

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.598	2.188		17.639	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.282	0.033	0.515	8.448	0.000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah (2025)

Berlandaskan uji t, variabel X_1 menghasilkan t-hitung senilai 8,448 dengan taraf sg. Sejumlah 0,000. skor ini menunjukkan bahwa secara statistik, variabel tersebut berpengaruh signifikan, melebihi nilai t-tabel dan signifikansinya $<0,05$, Dengan hasil ini, hipotesis nol dinyatakan tidak diterima, sementara hipotesis alternatif terbukti benar. Artinya, termuat pengaruh parsial dan signifikan.

Tabel 7. Hasil Uji T (Parsial) Kepuasan Pelanggan
Coefficients^a

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.832	1.868		19.180	0.000
	Harga	0.528	0.046	0.630	11.405	0.000

a. Dependent Variabel: Harga

Sumber : Data diolah (2025)

Pada variabel harga (X_2), ditemukan skor t-hitung senilai 11,405 dengan taraf sig. senilai 0,000, yang menandakan bahwa variabel ini juga memberikan pengaruh yang signifikan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa variabel harga pun secara individual berdampak secara nyata terhadap kepuasan pelanggan. Keseluruhan temuan ini menegaskan bahwa baik kualitas pelayanan maupun harga memiliki peranan penting secara terpisah dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan pengguna Grab di wilayah Jakarta Pusat.

Uji F (Simultan)

Pengujian F diimplementasikan guna mengevaluasi apakah seluruh variabel bebas dengan kolektif berdampak signifikan kepada variabel terikat, yakni kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan serta harga:

Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3240.529	2	1620.264	169.831	.000 ^b
	Residual	1879.471	197	9.540		
	Total	5120.000	199			

a. Predictors: (Constant). Harga. Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah (2025)

Berlandaskan temuan uji F, didapat skor F-hitung sejumlah 169,831 dengan taraf sg. 0,000. Sebab skor sig bernilai lebih kecil dari 0,05 serta persyaratan lainnya jika nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel, dinyatakan kualitas layanan dan harga, sebagai dua variabel independen, secara bersamaan memengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan. Dengan demikian, peningkatan kedua aspek tersebut secara bersamaan akan berdampak positif terhadap tingkat kepuasan pengguna. Oleh sebab itu, H_a yang menjelaskan termuat dampak simultan dinyatakan diterima, sedangkan hipotesis nol ditolak.

Uji Koefesien Determinasi

Bertujuan untuk melihat sejauh mana kontribusi setiap variabel bebas secara terpisah dalam menjelaskan variabel dependen. Proses perhitungan didasarkan pada nilai koefisien *beta* (*standardized coefficients*) dengan nilai korelasi *zero-order* antara variabel independen dan dependen, lalu dikalikan dengan 100 guna memperoleh persentase kontribusi.

Tabel 9. Hasil Uji Koefesien Determinasi Parsial

Variabel	$B \times \text{Zero-order} \times 100$	Hasil	(%)
Kualitas Pelayanan (X_1)	$0.486 \times 0.515 \times 100$	0.250299	25.0299%
Harga (X_2)	$0.607 \times 0.630 \times 100$	0.382410	38.2410%
Total		0.632709	63.2709%

Sumber : Data diolah (2025)

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga memiliki kontribusi sebesar 38,24% kepada kepuasan pelanggan, sedangkan mutu layanan memberikan pengaruh sebesar 25,03%. Jika digabungkan, kedua variabel ini memberikan kontribusi total sebesar 63,27%, yang sesuai dengan temuan uji determinasi simultan.

Tabel 10. Koefesien Determinasi Simultan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	0.633	0.629	3.08876

a. Predictors: (Constant). Harga. Kualitas Pelayanan

Sumber : Data diolah (2025)

Melalui uji simultan diperoleh nilai R² senilai 0,633, yang mengindikasikan bahwa 63,3% perubahan pada kepuasan pelanggan bisa diuraikan oleh kombinasi antara kualitas pelayanan juga harga. Sementara itu, 36,7% sisanya terpengaruh faktor lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian dari analisis regresi linier berganda, memperlihatkan bahwa kualitas layanan memberikan dampak yang positif juga bermakna kepada persepsi kepuasan pengguna layanan Grab, semakin baik mutu pelayanan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Semakin tinggi mutu layanan yang diberi oleh Grab, maka makin tinggi tingkat kepuasan pengguna. Penelitian ini sejalan dengan konsep SERVQUAL menurut (Sayekti et al., 2022). yang menyatakan bahwa lima dimensi utama reliabilitas, responsivitas, bukti fisik, jaminan, empati, yang memiliki peran penting dalam mengelola persepsi kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks layanan transportasi berbasis aplikasi.

Selain kualitas pelayanan. hasil uji ini mengindikasikan bahwa variabel harga dengan nyata memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Tarif yang dianggap adil dan sebanding dengan layanan yang diterima berkontribusi pada peningkatan kepuasan pengguna, yang menyatakan bahwa harga yang ditawarkan harus mencerminkan kualitas dan nilai manfaat yang diterima oleh pelanggan agar dapat membentuk persepsi positif dan meningkatkan kepuasan (Kelvin & Saputra, 2020). Selanjutnya. melalui uji F. Ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan serta harga memberikan kontribusi signifikan dengan simultan kepada tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut saling bersinergi dalam menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan. Kombinasi antara pelayanan yang berkualitas dan harga yang sesuai akan memperkuat loyalitas serta persepsi positif pelanggan terhadap layanan transportasi *online* seperti Grab. terutama di wilayah padat seperti Jakarta Pusat..

Implikasi Penelitian

Dari sisi teoritis maupun praktis, secara aplikatif, hasil yang mengindikasikan bahwa kualitas layanan juga harga mempunyai peranan esensial kepada kepuasan pelanggan mengisyaratkan bahwa pihak Grab perlu meningkatkan aspek pelayanan seperti keramahan pengemudi, ketepatan waktu penjemputan dan kenyamanan kendaraan, serta menyesuaikan strategi harga agar tetap kompetitif di wilayah padat seperti Jakarta Pusat. Selain itu program loyalitas dan promosi berkala juga dapat diperkuat untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Secara teoritis penelitian ini mendukung teori kepuasan pelanggan yang menyatakan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh persepsi terhadap pelayanan dan harga serta memperkuat konsep SERVQUAL dari (Sayekti et al., 2022). Serta temuan dari (Suwarta & Dito, 2024). yang menjelaskan bahwa kualitas layanan dan harga merupakan elemen penting dalam menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini yang perlu dicermati patut dijadikan perhatian. Beberapa di antaranya terbatasnya lingkup wilayah karena hanya dilakukan di Jakarta Pusat. sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan ke daerah lainya dengan klasifikasi beragam. Selain itu. variabel yang digunakan juga terbatas. hanya mencakup kualitas pelayanan dan harga. padahal faktor lain seperti promosi, persepsi merk, serta kemudahan pemakaian aplikasi juga dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Teknik pengambilan sampel mengaplikasikan metode *purposive sampling* yang berpotensi menimbulkan bias sebab tak seluruh individu pada populasi mempunyai kesempatan yang setara guna dijadikan responden. Ditambah lagi. waktu pengambilan data yang terbatas menyebabkan hasil penelitian hanya mencerminkan kondisi pada saat tertentu dan bisa berubah di masa mendatang. Oleh karena itu. penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas wilayah penelitian menggunakan teknik sampling yang lebih representatif. serta mempertimbangkan variabel-variabel tambahan guna menghasilkan temuan yang lebih komprehensif dan general.

KESIMPULAN

Diindikasikan kualitas pelayanan dan penentuan harga berkontribusi untuk tingkat kepuasan pengguna layanan Grab di Jakarta Pusat. Oleh sebab itu, dapat dijelaskan bahwa kualitas layanan (X1) mempunyai dampak yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna, dimana makin baik mutu layanan yang diberi, maka tingkat kepuasan pelanggan pun cenderung bertambah. Selain itu, harga juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan, yang berarti bahwa pelanggan sangat memperhatikan aspek keterjangkauan serta kesesuaian harga dengan kualitas layanan yang diterima. Kualitas layanan dan harga secara bersamaan memberikan kontribusi penting dalam membentuk tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan. Kombinasi antara layanan yang berkualitas dan harga yang sesuai mampu menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Oleh karena itu, penyedia layanan transportasi *online* perlu menjaga konsistensi mutu pelayanan serta menyeimbangkan struktur harga agar mampu membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Aprillia, A., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 242–257. <https://doi.org/10.47668/Pkwu.v9i1.222>
- Katadata Team. (2023). Perbandingan Tarif Taksi Dan Ojek *Online* Gojek, Grab, Maxim, Indrive. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/digital/startup/642bd23ddab6d/perbandingan-tarif-taksi-dan-ojek-online-gojek-grab-maxim-indrive>
- Kelvin, & Saputra, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Pt Segar Prima Jaya. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 1.
- Kompas.Com. (2024). Susahnya dapat ojol di jam sibuk Jakarta, Pengguna sampai ganti aplikasi. Kompas.Com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2024/04/06/18111081/susahnya-dapat-ojol-di-jam-sibuk-jakarta>
- Mutia, A. (2022). Survei: Publik Jabodetabek paling sering pakai Gojek, bagaimana Grab, Maxim, Dan Indriver? *Databoks Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/transportasi-logistik/statistik/29efc5cad45a40e/survei-publik-jabodetabek-paling-sering-pakai-gojek-bagaimana-grab-maxim-dan-indriver>
- Sayekti, F., Tarigan, B., Endang, L., & Reni, W. (2022). Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing

Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pemakai layanan jasa The influence of service quality dimensions on service user satisfaction *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing. Jurnal Riset Akuntansi*, 9, 16–26.

Sonjaya, R. P., Aliyya, F. R., & Naufal, S. (2025). Pengujian prasyarat analisis data nilai kelas : Uji Normalitas dan Uji Homogenitas. 9, 1627–1639.

Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik regresi linier berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.

Suwarda, F., & Dito, S. F. (2024). Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan customer Hotel Novotel Jakarta Cikini. 2, 94–101.

Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan uji multikolinieritas dalam penelitian manajemen sumber daya manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (Jumanage)*, 1(2), 94–102. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>