



Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Gojek Indonesia

(Studi Kasus pada Pelanggan di Kota Bekasi Utara)

Hani Geralda Karo Karo¹, Yayan Hendayana², Djuni Thamrin³,

Dewi Puspaningtyas⁴, Widi Winarso⁵

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya ^{1,2,3,4,5}

e-mail: 202110325317@mhs.ubharajaya.ac.id

Abstract

This study aims to examine the influence of facilities, service quality, and price perception on customer satisfaction at PT. Gojek Indonesia in North Bekasi City, using a literature review approach focused on economics and business fields. The data collection for this research is sourced from online literature accessed through platforms such as Google Scholar, Mendeley, and other academic digital sources. The research method used is Non-Probability Sampling with purposive sampling technique, involving 100 relevant respondents. For data analysis, a descriptive quantitative approach is applied to describe the characteristics and relationships between variables. The findings of this study reveal three main results: first, the facilities provided by PT. Gojek Indonesia do not significantly affect customer satisfaction; second, the service quality provided has a positive impact on customer satisfaction; and third, the price perception perceived by customers also significantly influences their satisfaction. These findings offer valuable insights for the company's strategy development in improving service quality and understanding the factors that influence customer satisfaction.

Keywords: *Customer Satisfaction, Facilities, Service Quality, Price Perception.*

Abstrak

Penelitian ini untuk mengkaji pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Gojek Indonesia di Kota Bekasi Utara, dengan pendekatan studi pustaka yang berfokus pada bidang ekonomi dan bisnis. Dalam pengumpulan data, objek penelitian bersumber dari pustaka online yang diakses melalui platform seperti Google Scholar, Mendeley, dan sumber akademik digital lainnya. Metode penelitian yang digunakan adalah Non Probability Sampling dengan teknik purposive sampling, yang melibatkan 100 responden yang relevan dengan penelitian. Untuk analisis data, digunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik dan hubungan antar variabel. Hasil penelitian ini menunjukkan tiga temuan utama: pertama, fasilitas yang disediakan oleh PT. Gojek Indonesia tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, kedua, kualitas pelayanan yang diberikan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan ketiga, persepsi harga yang dirasakan oleh pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mereka. Temuan ini memberikan wawasan penting untuk pengembangan strategi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga.

PENDAHULUAN

Industri teknologi di Indonesia, khususnya sektor transportasi, telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, berkat kemajuan teknologi, perubahan gaya hidup yang semakin ramah lingkungan, serta kebijakan pemerintah yang mendukung. Hal ini menyebabkan pergeseran signifikan dalam sistem transportasi konvensional dan menciptakan peluang bisnis baru. Salah satu fenomena yang paling menonjol adalah kemunculan perusahaan ride-hailing seperti Gojek, yang telah mengubah cara orang bertransportasi. Meskipun PT Gojek Indonesia menjadi pemimpin pasar dalam layanan transportasi berbasis aplikasi, tantangan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan tetap ada. Untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, peneliti melakukan pra-survei terhadap 30 pengguna aplikasi Gojek.

Hasil dari pra-survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa aplikasi Gojek mudah diakses, namun masih ada kekhawatiran terkait stabilitas aplikasi, terutama pada saat permintaan tinggi atau cuaca buruk, dengan 24 responden yang mempertimbangkan beralih ke aplikasi lain karena masalah ini. Selain itu, ketidaksesuaian identitas driver menjadi masalah yang cukup mencolok, di mana 16 responden merasa tidak nyaman jika informasi yang tertera di aplikasi tidak sesuai dengan identitas driver yang datang. Lebih lanjut, 27 responden menyatakan bahwa perubahan harga yang signifikan pada jam sibuk atau saat hujan memengaruhi keputusan mereka untuk berpindah ke aplikasi lain. Persaingan yang semakin ketat di industri transportasi digital, dengan banyaknya penyedia layanan serupa, menuntut Gojek untuk terus meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan guna menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Tabel 1
Prasurvei Penelitian Kepuasan Pelanggan terhadap Pelanggan Gojek

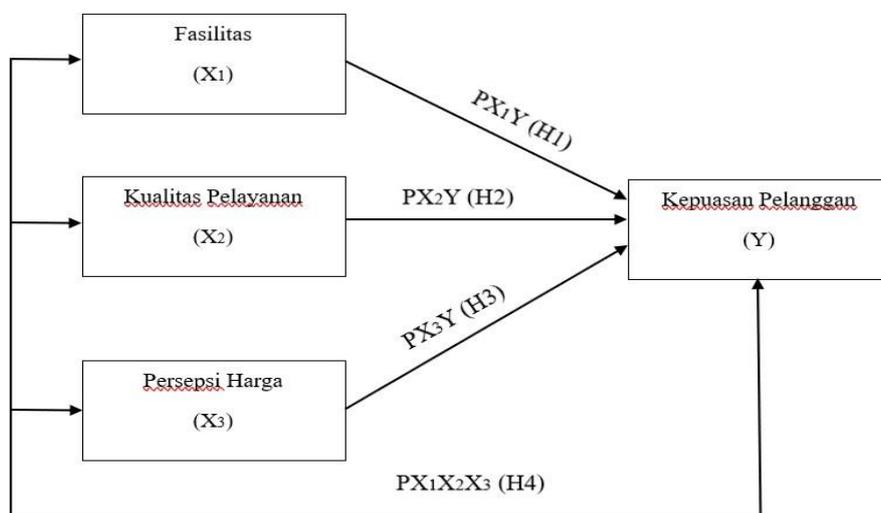
No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Anda merasa aplikasi Gojek mudah diakses dan digunakan	30	0
2.	Anda pernah mengalami aplikasi Gojek error (tidak dapat diakses, lambat, atau mengalami crash) pada saat cuaca buruk atau saat permintaan tinggi	23	7
3.	Anda mempertimbangkan untuk beralih ke aplikasi lain ketika aplikasi Gojek sering mengalami gangguan pada saat permintaan tinggi	24	6
4.	Anda mengalami ketidaksesuaian identitas driver (jenis atau plat motor) saat menggunakan layanan Gojek	21	9

5.	Anda merasa tidak nyaman ketika identitas driver yang datang tidak sesuai dengan informasi yang tertera di aplikasi	24	6
6.	Anda mempertimbangkan untuk beralih ke aplikasi lain ketika driver memberikan informasi terkait plat atau identitas driver tidak sesuai aplikasi	16	14
7.	Anda pernah mengalami perubahan harga yang signifikan saat menggunakan layanan Gojek pada jam sibuk atau saat hujan	21	9
8.	Perubahan harga yang terjadi saat permintaan meningkat mempengaruhi keputusan Anda untuk beralih ke aplikasi lain	27	3

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, tujuan penulisan artikel ini adalah untuk merumuskan hipotesis yang akan diuji dalam riset selanjutnya, yaitu mengenai pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Gojek Indonesia, dengan fokus pada pelanggan di Kota Bekasi Utara. Kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami secara lebih mendalam hubungan antara ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan, yang sangat penting dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri ini.

Gambar 2
Model Penelitian



Sumber: Data diolah, 2025

METODE PENELITIAN

Penelitian dapat dipahami sebagai suatu proses yang melibatkan pengumpulan dan analisis data secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan yang telah

ditentukan. Proses ini dilakukan dengan menggunakan berbagai metode ilmiah, baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif, eksperimental ataupun non-eksperimental, serta interaktif atau non-interaktif, tergantung pada tujuan penelitian dan hasil yang ingin dicapai, yang pada akhirnya juga memengaruhi paradigma yang menyertainya (Harahap, 2020). Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan jenis penelitian di mana peneliti terlebih dahulu menentukan topik yang akan diteliti, menyusun pertanyaan secara spesifik, serta membatasi ruang lingkup pertanyaan tersebut. Selanjutnya, peneliti mengumpulkan data yang dapat diukur dari partisipan dan menganalisisnya dengan menggunakan metode yang objektif dan tidak memihak (Creswell, 2013). Karena jumlah populasi yang terlibat terlalu besar dan tidak dapat diketahui secara pasti, besaran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh (Hair et al., 1998), yaitu $N = (5 \text{ sampai } 10 \text{ kali jumlah indikator yang digunakan})$. Dalam penelitian ini, jumlah indikator yang digunakan adalah 14, sehingga perhitungan sampel adalah 7×14 , yang menghasilkan jumlah 98 responden. Dengan demikian, sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden untuk memperoleh hasil yang representatif.

PEMBAHASAN

Berdasarkan data karakteristik responden yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki dengan persentase 70%, sedangkan perempuan mencakup 30% dari total responden. Sebagian besar responden berusia antara 22 hingga 26 tahun, yang mencerminkan kelompok usia produktif dalam masyarakat. Dari segi pekerjaan, mayoritas responden adalah pelajar atau mahasiswa (64%), diikuti oleh karyawan swasta (23%), dan wiraswasta (9%). Dalam hal penghasilan per bulan, sebagian besar responden (36%) memiliki penghasilan antara Rp 500.000 hingga Rp 2.000.000, sementara 32% lainnya memiliki penghasilan kurang dari Rp 500.000. Semua responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah pengguna Gojek di Kota Bekasi Utara.

Selanjutnya, untuk menguji validitas, setiap pernyataan dalam kuesioner diuji menggunakan nilai r hitung dan dibandingkan dengan nilai r tabel yang sebesar 0,3610. Berdasarkan hasil uji validitas, semua pernyataan dalam variabel fasilitas, kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel, yang menunjukkan bahwa setiap item dalam kuesioner dapat dianggap valid.

Dalam penelitian ini dilakukan serangkaian uji untuk memastikan kualitas data yang digunakan, mulai dari uji validitas hingga uji asumsi klasik. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid, karena instrumen tersebut mampu mengukur variabel yang dimaksud dengan tepat dan andal. Hasil uji

reliabilitas mengungkapkan bahwa semua variabel yang diteliti menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat baik. Berdasarkan perhitungan nilai Cronbach's Alpha, variabel fasilitas (X1) memiliki nilai 0,812, kualitas pelayanan (X2) 0,882, persepsi harga (X3) 0,924, dan kepuasan pelanggan (Y) 0,823. Semua nilai tersebut lebih besar dari batas ambang 0,60, yang berarti instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki konsistensi tinggi dan dapat diandalkan dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti.

Hasil uji asumsi klasik, khususnya uji normalitas, menunjukkan bahwa data mengikuti distribusi normal. Hal ini terbukti dengan nilai Asymp.Sig. (2-Tailed) sebesar 0,125, yang lebih besar dari 0,05, mengindikasikan bahwa data tidak mengalami masalah dengan distribusi normal. Uji multikolinearitas juga menunjukkan hasil yang baik, di mana nilai toleransi untuk setiap variabel independen, yaitu fasilitas (X1), kualitas pelayanan (X2), dan persepsi harga (X3), lebih besar dari 0,1, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) masing-masing kurang dari 10. Ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas antar variabel independen yang dapat memengaruhi keakuratan analisis.

Uji heteroskedastisitas juga menunjukkan hasil yang positif, di mana model regresi yang digunakan tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Hal ini terlihat dari sebaran titik-titik yang acak dan tidak membentuk pola tertentu, yang menunjukkan bahwa data tidak terpengaruh oleh heteroskedastisitas. Hasil uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi semua asumsi yang diperlukan untuk melakukan analisis regresi yang valid dan dapat dipercaya, serta memberikan dasar yang kuat untuk menarik kesimpulan yang sah dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 1
Uji Hipotesis Penelitian

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	t	Sig.
	Model	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.908	1.445		2.013	.047
	Fasilitas	.085	.097	.083	.872	.386
	Kualitas Pelayanan	.298	.060	.481	4.943	.000
	Persepsi Harga	.317	.079	.352	3.984	.000

Sumber: Data diolah, 2025

Dari data tersebut variabel fasilitas memiliki nilai koefisien 0.085, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien 0.298, dan variabel persepsi harga memiliki nilai koefisien 0.317. Maka dapat dikatakan variabel fasilitas, kualitas pelayanan, dan persepsi harga secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 2
Uji t

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.908	1.445		2.013	.047
	Fasilitas	.085	.097	.083	.872	.386
	Kualitas Pelayanan	.298	.060	.481	4.943	.000
	Persepsi Harga	.317	.079	.352	3.984	.000

Sumber: Data diolah, 2025

Tabel uji-t di atas menunjukkan bahwa H1 ditolak, H2 dan H3 diterima, menunjukkan bahwa mereka secara signifikan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Tabel 3
Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	757.561	3	252.520	85.818	.000 ^b
Residual	282.479	96	2.942		
Total	1040.040	99			

Sumber: Data diolah, 2025

Menunjukkan bahwa nilai hitung-f adalah 85,818, yang lebih besar dari nilai tabel f sebesar 2,70, dan nilai sig adalah 0,000, yang kurang dari 0,05. Berdasarkan temuan ini, variabel X dan variabel Y berpengaruh secara signifikan secara simultan.

Tabel 4
Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 ^a	.728	.720	1.715

Sumber: Data diolah, 2025

Nilai koefisien determinasi (R²) adalah 0,720. Angka ini menunjukkan bahwa variabel X berkontribusi sebesar 72% terhadap variabel Y.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) yakni Fasilitas (X2) menggunakan analisis regresi linear berganda yang menunjukkan fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Gojek Indonesia di Kota Bekasi Utara. Perihal tersebut bisa dibuktikan dengan adanya hasil penelitian yang memperlihatkan nilai $\text{sig } 0,386 < 0,05$. Maka disimpulkan fasilitas tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan (Nurfadlun et al., 2024) dan (Apriliani et al., 2022) bahwa secara individu bahwa fasilitas tidak mempunyai pengaruh pada kepuasan pelanggan.

Dalam uji validitas, pernyataan tertinggi (0,845) terkait kondisi dan kegunaan fasilitas, yaitu "Kendaraan pengemudi Gojek dilengkapi fitur keamanan yang memadai," menunjukkan respons tinggi dari pelanggan yang merasa nyaman. Sebaliknya, pernyataan terendah (0,470) terkait kelengkapan fasilitas, yaitu "Aplikasi Gojek menyediakan fitur lengkap," mendapat respons rendah, menunjukkan bahwa aplikasi belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi, meskipun pelanggan tetap menggunakan Gojek karena kemudahan layanan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Perolehan ini memperlihatkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari hipotesis kedua (H2) yakni Kualitas Pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan. Dimana nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Artinya para responden beranggapan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Gojek Indonesia di Kota Bekasi Utara. Penelitian ini sejalan dengan temuan Suhardi et al. (2023) dan Meryawan (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam uji validitas untuk kualitas pelayanan, pernyataan tertinggi (0,834) terkait empati, yaitu "Driver Gojek bersikap sopan dan ramah." Respons tinggi dari pelanggan menunjukkan pengalaman pelayanan yang memuaskan. Namun, pernyataan tentang perlengkapan keselamatan, seperti helm, mendapat respons rendah, menunjukkan ketidaknyamanan meskipun pelanggan tetap menggunakan Gojek karena kemudahan dan kecepatan layanan.

Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian H3 yakni Persepsi Harga (X3), memperoleh hitung parsial dengan t hitung sebesar $3,984 > 1,66055$ dan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Maka variabel persepsi harga berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Gojek Indonesia di Kota Bekasi Utara. Penelitian ini sejalan dengan temuan Tafonao et al. (2023) dan Haryoko (2020) yang menunjukkan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam uji validitas, pernyataan tertinggi (0,936) terkait keterjangkauan harga, yaitu "Harga layanan Gojek sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan," menunjukkan respons tinggi dari pelanggan yang merasa harga sebanding

dengan kenyamanan dan kemudahan layanan. Namun, pernyataan terendah (0,762) terkait kesesuaian harga dengan kualitas, yaitu "Driver Gojek menyediakan perlengkapan keselamatan yang nyaman," mendapat respons rendah, menunjukkan ketidaknyamanan meskipun pelanggan tetap memilih Gojek karena kualitas layanan lainnya.

Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perolehan hitungan uji simultan didapatkan nilai f -hitung sebesar 85,818 > nilai f -tabel sebesar 2,70 dan nilai sig 0,000 < 0,05. Dengan hasil tersebut menandakan bahwa H_4 diterima, dengan demikian terdapat pengaruh signifikan antara variabel fasilitas, kualitas pelayanan, dan persepsi harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan temuan Pantilu et al., (2018) dan Prasetyo et al., (2021) yang menyebutkan bahwasanya Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang disediakan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun fasilitas yang ada dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggan, namun pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan pelanggan ternyata tidak cukup besar. Sebaliknya, kualitas pelayanan terbukti memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Selain itu, persepsi harga juga terbukti memengaruhi kepuasan pelanggan, di mana pelanggan yang merasa harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas yang diterima cenderung merasa puas. Fasilitas, kualitas pelayanan, dan persepsi harga saling berinteraksi dan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, di mana ketiga faktor ini bersama-sama menentukan bagaimana pelanggan menilai pengalaman mereka terhadap produk atau layanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T. S., Fitrah, Y., & Rafli, M. (2024). Pengaruh, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Shopee. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 3(2), 61-70.
- Al Hidayat, R., Putra, M. B. E., & Pradipta, R. C. (2024). Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Taman Wisata Qween. *Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara*, 3(1), 59-70.

- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Emas*, 3(3), 217-230.
- Cresweel. (2013). Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Pustaka Pelajar.
- Christono, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1-17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- Fadlis, K., & Susanti, R. (2024). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu di Legen Villa Lubuk Minturun. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(1), 44-53.
- Faeni, D. P. (2024). Green practices and employees' performance: The mediating roles of green human resources management policies and knowledge development. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(8), 4924. <https://doi.org/10.24294-/jipd.v8i8.4924>
- Faeni, D. P. (2024). SERVQUAL measures: Indonesian government healthcare (BPJS) from a human resource perspective. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(2). <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i2.2271>
- Faeni, D. P., Oktaviani, R. F., Riyadh, H. A., Faeni, R. P., & Beshr, B. A. H. (2025). Green Human Resource Management and Sustainable Practices on Corporate Reputation and Employee Well-being: A Model for Indonesia's F&B Industry. *Environmental Challenges*, 101082. <https://doi.org/10.1016/j.envc.2025.101082>
- Faeni, D. P., Puspitaningtyas Faeni, R., Alden Riyadh, H., & Yuliansyah, Y. (2023). The COVID-19 pandemic impact on the global tourism industry SMEs: a.