

---

## **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA GOJEK DI KOTA DEPOK**

**Farhan Bagas Saputra<sup>1</sup>, Helmy Ivan Taruna<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Universitas Bina Sarana Informatika

<sup>2</sup> Universitas Bina Sarana Informatika

Email: [farhanbagas08@gmail.com](mailto:farhanbagas08@gmail.com), [helmi.hva@bsi.ac.id](mailto:helmi.hva@bsi.ac.id)

---

### **Abstract**

**Keywords:**

Price Influence,  
Service Quality,  
Customer Loyalty

*This study aims to determine the effect of price and service quality on customer loyalty at the Gojek online transportation service in Depok City. This study uses a quantitative method with a survey approach by distributing questionnaires to 100 respondents who are active users of the Gojek application. Data analysis was carried out using multiple linear regression through the help of SPSS 23 software. The results of the validity and reliability tests showed that all instrument items were valid and reliable. The results of the t-test showed that the price variable (X1) had a positive and significant effect on customer loyalty with a significance value of  $<0.05$ , as well as the service quality variable (X2) which also had a positive and significant effect on customer loyalty. The results of the F test showed that simultaneously price and service quality had a significant effect on customer loyalty with a calculated F value  $> F$  table and a significance of  $<0.05$ . Meanwhile, the coefficient of determination ( $R^2$ ) showed that the two independent variables were able to explain the dependent variable by 68.6%, while the rest was influenced by other factors outside the model. Thus, the results of this study indicate that competitive pricing strategies and consistent service quality improvements are very important in increasing Gojek customer loyalty in Depok City.*

---

### **Abstrak:**

**Kata Kunci:**

Pengaruh Harga,  
Kualitas Pelayanan,  
Loyalitas Pelanggan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada layanan transportasi online Gojek di Kota Depok. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna aktif aplikasi Gojek. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda melalui bantuan software SPSS 23. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item instrumen valid dan reliabel. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi  $< 0,05$ , demikian pula variabel kualitas pelayanan (X2) yang juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai F hitung  $> F$  tabel dan signifikansi  $< 0,05$ . Sementara itu, koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa

---

kedua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar **68,6%**, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Dengan demikian, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa strategi penetapan harga yang kompetitif dan peningkatan kualitas pelayanan secara konsisten sangat penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Gojek di Kota Depok.

---

**How to Cite:** Farhan Bagas Saputr 1, Helmy Ivan Taruna, S.E, M.B.A. 2. 2025. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (*JMEBI*), Vol xx No. xx, DOI: xxxxx

---

Received : ; Revised: ; Accepted:

---



© Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis (*JMEBI*).

*JMEBI* is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

---

## PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan elemen krusial dalam bidang bisnis. Di tengah situasi usaha saat ini, pemasaran berfungsi sebagai penggerak untuk mendorong penjualan agar sasaran perusahaan bisa tercapai. Salah satu aktivitas ekonomi yang dapat mendukung penciptaan nilai ekonomi Adalah menetapkan harga untuk barang dan layanan. Aspek penting dalam menghasilkan nilai itu mencakup produksi, pemasaran, konsumsi, dan membangun hubungan komersial yang berkelanjutan dengan pelanggan.

Menurut (Sri Handayani & Syarifudin, 2022) Transportasi adalah alat yang sangat diperlukan saat ini, mengingat keberadaannya dapat meningkatkan efisiensi pekerjaan dan mendukung pemenuhan kebutuhan harian. Ketergantungan orang terhadap transportasi sangat besar, dengan tujuan untuk mempercepat durasi perjalanan. Kemajuan yang luar biasa dalam teknologi informasi memberikan dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan manusia. Dampak yang paling terlihat adalah perubahan mendasar dalam cara orang melakukan transaksi, khususnya dalam sektor bisnis..

## LANDASAN TEORI

Pada studi kali ini, merujuk pada penjelasan atau definisi dari istilah-istilah yang berkaitan dengan studi. Istilah-istilah ini biasanya dijabarkan berdasar pada teori dan pandangan para ahli, serta terkait dengan variabel independen dan dependennya dalam penelitian. Tujuan dari deskripsi konseptual adalah untuk menawarkan pengertian yang lebih mendalam mengenai istilah-istilah yang diterapkan dalam penelitian, sehingga peneliti bisa menggunakannya dengan lebih efektif.

## Pengaruh Harga

Harga menurut Kotler adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Menurut Dharmesta harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran dalam (Syahidin & Adnan, 2022).

Indikator Pengaruh Harga:

- A. Keterjangkauan Harga
- B. Kesesuaian Harga Terhadap Kualitas Produk/Jasa
- C. Daya Saing Harga
- D. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

### **KUALITAS PELAYANAN**

Menurut Wycof “kualitas jasa/layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Ini berarti bila jasa/layanan yang diterima (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan/jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas jasa/layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, sebaliknya bila jasa/layanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa/layanan akan dipersepsikan buruk (Nurdin, 2019, p. 16).

Indikator Kualitas Pelayanan:

- A. Bukti Fisik (Tangible)
- B. Daya Tanggap (Responsiveness)
- C. Keandalan (Reliability)
- D. Jaminan (Assurance)
- E. Empati (Empathy)

### **LOYALITAS PELANGGAN**

Menurut Sinulingga dan Sihotang dalam (Srisusilawati et al., 2023, p. 10) Loyalitas pelanggan mengekspresikan perilaku yang dimaksudkan berkaitan dengan produk atau jasa untuk perusahaan. Loyalitas pelanggan, sebagai salah satu mentalitas pelanggan, memiliki kesan yang baik terhadap perusahaan, berkomitmen untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan, dan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain (Sinulingga & Sihotang, 2021).

Indikator Loyalitas Pelanggan:

- A. Pembelian Ulang (Repeat Purchase)
- B. Kebiasaan Mengonsumsi Merek
- C. Rasa Suka yang Besar pada Merek

D, Ketetapan pada Merek

E. Keyakinan pada Merek

F. Rekomendasi Merek pada Orang Lain

## HIPOTESIS

Menurut Sugiyono Hipotesis merupakan “jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”. Dari pendapat tersebut, maka suatu hipotesis yang dikemukakan nantinya bukanlah suatu jawaban yang benar secara mutlak, akan tetapi perlu diuji kebenarannya secara empiris (Muzammil et al., 2024). Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. H1 = Variabel Pengaruh Harga berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan ojek online Gojek di Kota Depok.
2. H2 = Variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan ojek online Gojek di Kota Depok.
3. H3 = Variabel Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan ojek online Gojek di Kota Depok.
4. H4 = Variabel Pengaruh Harga tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan ojek online Gojek di Kota Depok.
5. H5 = Variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan ojek online Gojek di Kota Depok.

## METODE PENELITIAN

penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif statistik. Penelitian kuantitatif umumnya dianggap sebagai metodologi ilmiah yang tidak memihak dan sistematis untuk mengumpulkan data yang dapat diukur, melakukan analisis statistik, dan menarik kesimpulan dari analisis data yang dihasilkan (Rosalia & Lestariningsih, 2021). Sebagai alat utama dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dan menyebarkan kuesioner online kepada pelanggan pengguna Gojek di Kota Depok.

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk diteliti dan ditarik Kesimpulan (Suriani et al., 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna aplikasi Gojek di Kota Depok.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sampel yaitu sejumlah individu yang dipilih dari populasi dan merupakan bagian yang mewakili keseluruhan anggota populasi (Suriani et al., 2023). Teknik pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Nonprobability Sampling. Nonprobability Sampling merupakan metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap individu dalam populasi untuk terpilih sebagai bagian dari sampel. Dalam jenis nonprobability sampling, peneliti menggunakan Purposive Sampling, yang merupakan proses pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan khusus.

Dalam penelitian ini, jumlah populasinya tidak diketahui, sehingga penentuan ukuran sampel dari populasi menggunakan teori yang dikembangkan dari Isac Michael menggunakan rumus lemeshow dan berdasarkan dari hasil perhitungan dengan rumus tersebut, jumlah sampel

dalam penelitian ini sebesar 100 responden (Ahmad et al., 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan data yang diperoleh dalam bentuk angka dan analisis data ini digunakan dengan bantuan software SPSS 23, serta tujuan dari penelitian ini untuk mengevaluasi pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Kota Depok. Data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan yang pernah menggunakan aplikasi jasa ojek online Gojek di kota Depok dan menggunakan skala likert 1 sampai 5, penelitian ini memiliki dua variabel independent yaitu pengaruh harga dan kualitas pelayanan serta memiliki satu variabel dependent yaitu niat beli, lalu setiap variabel memiliki rata-rata dua item pernyataan dalam kuesioner dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah variabel pengaruh harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan, pemilihan sample dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan Teknik lemeshow di karenakan populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui jumlah populasi nya. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online melalu google form dan 100 responden dikumpulkan datanya dan digunakan untuk membuktikn hipotesis dalam penelitian ini.

Didapatkan bahwa dari 100 orang yang telah berperan sebagai responden dalam studi kali ini memiliki lebih banyak jumlah responden dengan berjenis kelamin Perempuan, Dimana jumlah responden yaitu sebanyak 80 orang dengan presentase (80%) dan responden laki-laki dalam studi ini berjumlah 20 orang dengan presentase (20%). Berdasarkan karakteristik usia sampel penelitian mencakup berbagai kelompok usia, secara khusus 27 responden atau 27% dari sampel, berusia dibawah 20 tahun; 64 responden atau 64% dari sampel, berusia 20 s/d 25 tahun; dan 14 responden atau 14% dari sampel, berusia di atas 25 tahun. Berdasarkan karakteristik status responden saat ini, yang masih sekolah berjumlah 31 orang dengan presentase (31%), sedangkan yang berkuliah berjumlah 35 orang dengan presentase (35%), dan yang sudah bekerja berjumlah 34 orang dengan presentase (34%).

## DESKRIPSI DATA PENELITIAN

Dalam penelitian ini variabel independent terdiri dari pengaruh harga dengan jumlah pernyataan 8 butir, kualitas pelayanan dengan jumlah pernyataan 10 butir dan variabel dependent yaitu loyalitas pelanggan dengan jumlah pernyataan 10 butir. Sehingga jumlah keseluruhan pernyataan tersebut sebanyak 28 butir pernyataan yang di sebarakan kepada 100 responden.

**Tabel IV. 1**

### Hasil Uji Kuesioner Responden pada Variabel Pengaruh Harga (X1)

Pernyataan	N	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1 (Harga layanan Gojek masih sesuai dengan kemampuan)	100	0	0	1	1	18	18	50	50	31	31

saya)											
X1.2 (Gojek menyediakan pilihan layanan dengan harga yang bisa disesuaikan dengan anggaran saya)	100	0	0	4	4	19	19	43	43	34	34
X1.3 (Kualitas layanan Gojek sebanding dengan harga yang saya bayar)	100	0	0	1	1	10	10	20	20	66	66
X1.4 (Layanan Gojek tetap nyaman dan aman meskipun harganya terjangkau)	100	0	0	0	0	4	4	20	20	76	76
X1.5 (Harga layanan Gojek lebih menarik dibandingkan aplikasi sejenis)	100	2	2	1	1	10	10	28	28	59	59
X1.6 (Harga layanan Gojek lebih menarik dibandingkan aplikasi sejenis)	100	0	0	4	4	8	8	20	20	68	68
X1.7 (Harga layanan Gojek sepadan dengan manfaat yang saya rasakan)	100	0	0	0	0	8	8	30	30	62	62
X1.8 (Layanan Gojek membantu saya beraktivitas lebih mudah, sesuai dengan tarif yang dikenakan)	100	0	0	1	1	4	4	18	18	77	77

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Mengacu pada hasil pengujian yang dijasikan dalam Tabel, data kuesioner yang diisi oleh responden terkait variabel Pengaruh Harga (X1) memperlihatkan bahwa pernyataan yang memperoleh pemilihan terbanyak dari pengguna aplikasi Gojek di Kota Depok terdapat pada pernyataan nomor 8, yaitu “Layanan Gojek membantu saya beraktivitas lebih mudah, sesuai dengan tarif yang dikenakan.” Sebanyak 77 responden atau 77% mengungkapkan Sangat Setuju.

**TABEL IV. 2**

**Hasil uji Kuesioner Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X2)**

No	N	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1 (Pengemudi Gojek berpenampilan rapi dan memakai atribut resmi Gojek)	100	0	0	0	0	5	5	8	8	87	87
X2.2 (Informasi layanan (harga, estimasi waktu, dll.) ditampilkan dengan jelas di aplikasi)	100	0	0	0	0	4	4	20	20	76	76
X2.3 (Proses	100	0	0	1	1	7	7	34	34	58	58

pemesanan dan pengantaran berlangsung tanpa penundaan yang berarti)											
X2.4 (Gojek memberikan update status pesanan secara real-time)	100	0	0	0	0	5	5	24	24	71	71
X2.5 (Gojek selalu mengantar saya ke alamat yang benar sesuai dengan pesanan)	100	0	0	0	0	3	3	18	18	79	79
X2.6 (Layanan yang saya terima sesuai dengan apa yang dijanjikan)	100	0	0	0	0	6	6	25	25	69	69
X2.7 (Pengemudi Gojek bersikap sopan dan ramah selama memberikan layanan)	100	0	0	0	0	5	5	25	25	70	70
X2.8 (Staf layanan pelanggan memberikan jawaban yang meyakinkan saat saya menghubungi mereka)	100	0	0	0	0	7	7	27	27	66	66
X2.9 (Pengemudi Gojek memperhatikan kenyamanan saya selama perjalanan)	100	0	0	1	1	10	10	27	27	62	62
X2.10 (Gojek memberikan kemudahan dan perhatian ekstra saat saya memerlukan bantuan khusus)	100	0	0	1	1	9	9	23	23	67	67

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Mengacu pada hasil pengujian yang disajikan dalam Tabel, data kuesioner yang diisi oleh responden terkait variabel Kualitas Pelayanan (X2) memperlihatkan bahwa pernyataan yang memperoleh pemilihan terbanyak dari pengguna aplikasi Gojek di Kota Depok terdapat pada pernyataan nomor 1, yaitu “Pengemudi Gojek berpenampilan rapi dan memakai atribut resmi Gojek.” Sebanyak 87 responden atau 87% mengemukakan Sangat Setuju.

**TABEL IV. 3**

**Hasil uji Kuesioner Responden Pada Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)**

Pernyataan	N	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1 (Saya sering menggunakan layanan Gojek berulang kali)	100	1	1	3	3	6	6	21	21	69	69
Y.2 (Saya akan	100	0	0	1	1	5	5	20	20	74	74

kembali menggunakan Gojek saat membutuhkan layanan serupa)											
Y.3 (Saya menggunakan Gojek hampir setiap hari/minggu)	100	4	4	3	3	6	6	25	25	62	62
Y.4 (Saya menikmati pengalaman menggunakan aplikasi dan layanan Gojek)	100	0	0	0	0	6	6	24	24	70	70
Y.5 (Saya tidak mudah berpindah ke aplikasi transportasi online lain)	100	2	2	1	1	10	10	21	21	66	66
Y.6 (Saya percaya bahwa Gojek adalah pilihan terbaik bagi saya)	100	0	0	1	1	6	6	25	25	68	68
Y.7 (Gojek menawarkan fitur yang lebih lengkap daripada aplikasi lain)	100	0	0	0	0	10	10	20	20	70	70
Y.8 (Saya percaya Gojek adalah aplikasi transportasi dan layanan online terbaik)	100	0	0	1	1	11	11	21	21	67	67
Y.9 (Saya sering merekomendasikan Gojek kepada teman atau keluarga)	100	0	0	1	1	9	9	25	25	65	65
Y.10 (Saya merasa yakin saat menyarankan orang lain untuk menggunakan Gojek)	100	0	0	1	1	4	4	29	29	66	66

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Mengacu pada hasil pengujian yang disajikan dalam Tabel, data kuesioner yang diisi oleh responden terkait variabel Loyalitas Pelanggan (Y) memperlihatkan bahwa pernyataan yang memperoleh pemilihan terbanyak dari pengguna aplikasi Gojek di Kota Depok terdapat pada pernyataan nomor 1, yaitu “Pengemudi Gojek berpenampilan rapi dan memakai atribut resmi Gojek.” Sebanyak 74 responden atau 74% mengungkapkan Sangat Setuju.

## UJI VALIDITAS

Uji validitas digunakan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur apa yang diukur jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan sig 0,05 maka setiap butir pernyataan kuesioner dinyatakan

valid.

### 1. Uji Validitas Pengaruh Harga (X1)

TABEL IV. 1

#### Hasil Pengujian Validitas Pengaruh Harga (X1)

No. Item	R-hitung	R-Tabel	Keterangan
X1.1	0,676	0,196	Valid
X1.2	0,689		Valid
X1.3	0,589		Valid
X1.4	0,705		Valid
X1.5	0,750		Valid
X1.6	0,683		Valid
X1.7	0,747		Valid
X1.8	0,697		Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas pengaruh harga (X1) dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner pada uji validitas pengaruh harga (X1) dinyatakan valid dan dibuktikan dengan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

### 2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

TABEL IV. 2

#### Hasil Pengujian Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

No. Item	R-hitung	R-Tabel	Keterangan
X2.1	0,583	0,196	Valid
X2.2	0,623		Valid
X2.3	0,687		Valid
X2.4	0,698		Valid
X2.5	0,662		Valid
X2.6	0,711		Valid
X2.7	0,667		Valid
X2.8	0,717		Valid
X2.9	0,734		Valid
X2.10	0,716		Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas kualitas pelayanan (X2) dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner pada uji validitas kualitas pelayanan (X2) dinyatakan valid dan dibuktikan dengan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

### 2. Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

TABEL IV. 3

#### Hasil Pengujian Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

No. Item	R-hitung	R-Tabel	Keterangan
Y.1	0,705		Valid
Y.2	0,639		Valid
Y.3	0,713		Valid

Y.4	0,739	0,196	Valid
Y.5	0,746		Valid
Y.6	0,800		Valid
Y.7	0,718		Valid
Y.8	0,751		Valid
Y.9	0,777		Valid
Y.10	0,792		Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas loyalitas pelanggan (Y) dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner pada uji validitas loyalitas pelanggan (Y) dinyatakan valid dan dibuktikan dengan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

## UJI RELIABILITAS

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari perubah atau konstruk. Suatu penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik Alpha Cronhbach. jika memiliki nilai Cronbach Alpha ( $>$ ) 0,60 maka dikatakan reliabel dan sebaliknya.

**TABEL IV. 4**

### Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Koefisien Cronbach's Alpha	Status
Pengaruh Harga (X1)	842	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	870		Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	901		Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas nilai Alpha Cronbach variabel Pengaruh Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) reliabel, dan Loyalitas Pelanggan (Y) Reliabel.

## UJI NORMALITAS

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.64407173	
Most Extreme Differences	Absolute	.115	
	Positive	.058	
	Negative	-.115	
→ Test Statistic		.115	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.137 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.128
		Upper Bound	.146

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

**Gambar IV. 1**

### Hasil Pengujian Normalitas

Berdasarkan hasil uji statistika menggunakan *one-sample Kolmogorov- Smirnov*, ditemukan bahwa nilai *monte carlo sig* sebesar 0,137. Karena nilai *monte carlo sig* lebih besar dari Tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual mengikuti distribusi normal. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa asumsi normal terpenuhi. Nilai *Asymp sig. (2-tailed)* sebesar 0,002 ( $<0,05$ ) berkesimpulan data tidak berdistribusi secara normal, karena nilai *P-Value* yang didapat lebih kecil dari 0,05.

### UJI MULTIKOLINIERITAS

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antara variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi multikolinieritas karenanilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.523	3.034		-1.161	.248		
	Pengaruh Harga	.868	.125	.585	6.929	.000	.445	2.249
	Kualitas Pelayanan	.374	.106	.299	3.541	.001	.445	2.249

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

**Gambar IV. 2**

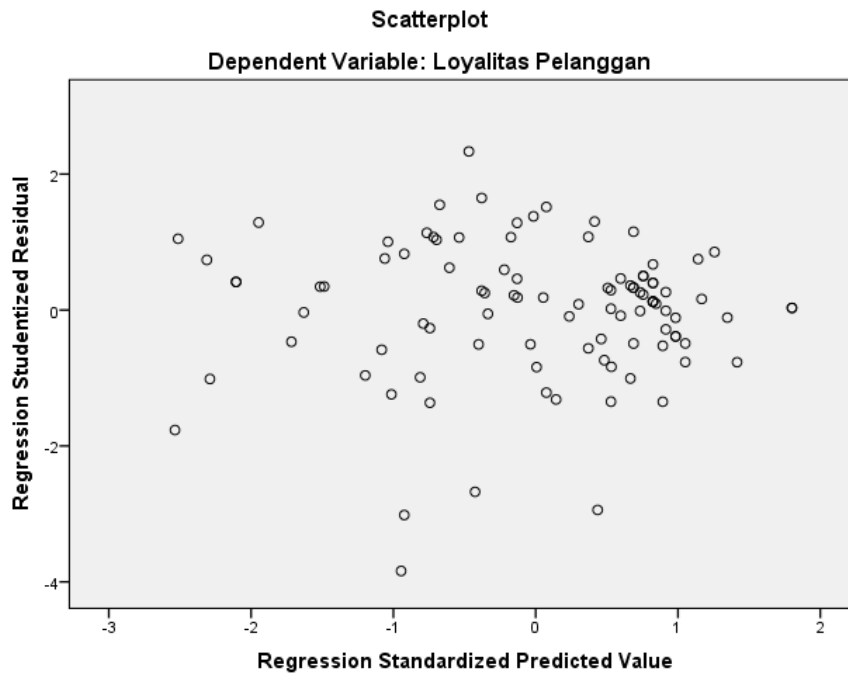
### Hasil Pengujian Multikolinieritas

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada dua variabel bebas diperoleh hasil tolerance 0,445 lebih dari ( $>$ ) 0,10 dan diperoleh hasil VIF 2,249 kurang dari ( $<$ ) 10,00, maka dapat disimpulkan bahwa pada uji multikolinearitas ini tidak terjadi multikolinearitas.

### UJI HETEROSKEDASTISITAS

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi

ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedastisitas dengan melihat scatterplot membentuk pola tertentu, hal ini menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk.



Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

**Gambar IV. 3**

### Hasil Pengujian Scatterplot

Dari gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas dan dibawah 0 (nol) pada sumbu y. jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

### UJI REGRESI LINIER BERGANDA

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.523	3.034		-1.161	.248
	Pengaruh Harga	.868	.125	.585	6.929	.000
	Kualitas Pelayanan	.374	.106	.299	3.541	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

**Gambar IV. 4**

## Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil tabel diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -3,523 memberikan makna bahwa jika hasil variabel pengaruh harga dan kualitas pelayanan dianggap tidak ada atau sama dengan 0, maka nilai loyalitas pelanggan akan semakin berkurang. Konstanta negatif atau min tidak menjadi masalah dan bisa diabaikan selama model regresi yang diuji sudah memenuhi asumsi.
2. Koefisien = 0.868, artinya setiap peningkatan 1 satuan pada variabel Harga akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0.868, jika variabel lain konstan. Nilai Sig = 0.000 < 0.05 → pengaruhnya signifikan secara statistik.
3. Koefisien = 0.374, artinya setiap peningkatan 1 satuan pada variabel Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0.374. Nilai Sig = 0.001 < 0.05 → pengaruhnya juga signifikan secara statistik.

Kedua variabel independen (*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan*) **berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan**. Model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi Loyalitas Pelanggan berdasarkan kedua variabel tersebut.

## PENGUJIAN HIPOTESIS

### UJI T

Menurut (MARDIATMOKO, 2020) Uji ini dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis:

- Ho: Tidak ada pengaruh X1, X2 secara parsial terhadap Y3
- Ha: Ada pengaruh X1, X2 secara parsial terhadap Y3

Kriteria pengambilan keputusan:

- Ho diterima bila Signifikansi > 0,05 (tidak berpengaruh)
- Ho ditolak bila Signifikansi < 0,05 (berpengaruh)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	-3.523	3.034		
	Pengaruh Harga	.868	.125	.585	6.929
	Kualitas Pelayanan	.374	.106	.299	3.541

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Gambar IV. 5

## Hasil Uji T

Nilai sig. kurang dari ( $<$ ) 0,05

Nilai t hitung lebih besar ( $>$ ) dari t tabel

T tabel = t ( $a/2$  ;  $n-k-1$ )

$a = 5\% = t(0,05/2 ; 100-2-1)$

$= 0,025 ; 97$

$= 1,985$

nilai sig.  $0,000 < 0,05$

t hitung  $>$  t tabel

$6,929 > 1,985$

Dari hasil tabel diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh harga (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $6,929 >$  nilai t tabel  $1,985$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan secara parsial.
2. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah  $0,001 < 0,05$  dan nilai r hitung  $3,541 >$  nilai t tabel  $1,985$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial.

## UJI F

Uji Simultan dengan F test ini pada dasarnya dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable independent secara simultan terhadap variable dependent, hasil dari uji F didapatkan dari membandingkan F hitung dengan F table dengan tingkat kepercayaan 95% atau ( $p\text{-value} < 0,05$ ), maka hipotesis di terima, secara Bersama-sama (Simultan) memiliki pengaruh terhadap variable dependent (Hayatun & Ernawati, 2022). Menurut Gozali dalam (Hayatun & Ernawati, 2022) menggunakan kriteria sebagai berikut :

A. Jika dan F hitung  $>$  F tabel dan nilai sig.  $< 0,05$ , maka hipotesis di terima

B. Jika dan F hitung  $<$  F tabel dan nilai sig.  $> 0,05$ , maka hipotesis di tolak

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2961.193	2	1480.597	109.244	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1314.647	97	13.553		
	Total	4275.840	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Pengaruh Harga

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Gambar IV. 6

### Hasil Uji F

nilai sig.  $0,000 < 0,05$

nilai f hitung  $109,244 > \text{nilai f tabel } 3,09$

Bedasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan f hitung  $109,244 > \text{nilai f tabel } 3,09$ . Hal tersebut membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) secara simultan.

### UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat).

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 <sup>a</sup>	.693	.686	3.681

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Pengaruh Harga

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

**Gambar IV. 7**

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

R Square = 0,686

Bedasarkan diatas di pengaruhi nilai koefisien R Square ( $R^2$ ) 0,686 atau 68,6% . Maka bisa disimpulkan besarnya pengaruh variabel pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan sebesar 0,686 (68,6%). Sisah nya adalah 31,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dapat atau diluar variabel penelitian.

### PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

#### PENGARUH HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA GOJEK

Bedasarkan pengujian diatas manunjukkan bahwa variabel pengaruh harga positif dan signifikan yang sudah dibuktikan dari hasil uji t dengan memperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 ( $<$ ) dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar 6,929 ( $>$ ) nilai t tabel 1,985, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel pengaruh harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA GOJEK**

Bedasarkan pengujian diatas manunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan positif dan signifikan yang sudah dibuktikan dari hasil uji t dengan memperoleh nilai signifikan sebesar 0,001 ( $<$ ) dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,541  $>$  nilai t tabel 1,985, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

## **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA GOJEK**

Bedasarkan hasil uji F diatas menunjukkan bahwa dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,000 ( $<$ ) 0,05 dan f hitung 109,244 ( $>$ ) nilai f tabel 3,09. Hal tersebut membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) secara simultan.

## **KESIMPULAN**

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian memberikan hasil bahwa pengaruh harga memiliki positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, yang dibuktikan dari hasil uji t dengan memperoleh nilai signifikan sebesar 0,000  $<$  0,05 dan nilai t hitung 6,929  $>$  nilai t tabel 1,985, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel pengaruh harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi jasa Gojek di kota Depok.
2. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, yang dibuktikan dari hasil uji t dengan memperoleh nilai signifikan sebesar 0,001  $<$  0,05 dan nilai r hitung 3,541  $>$  nilai t tabel 1,985, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi jasa Gojek di kota Depok.
3. Hasil uji f menunjukkan bahwa secara simultan variabel pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dilihat dari nilai F-hitung sebesar 109,244  $>$  dari F-tabel sebesar 3,09 dengan nilai signifikan sebesar 0,000  $<$  dari 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel pengaruh harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan pada penggunaan aplikasi jasa Gojek di kota Depok.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & ... (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis ...*, 10(1), 25–31. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/28826%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/download/28826/28141>
- Hayatun, M., & Ernawati, S. (2022). Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Pegawai. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 182–192. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i2.20>
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Muzammil, V. K., Muzammil, M., Alfitri, N., & Vicky F. Sanjaya. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 2(01), 21–25. <https://doi.org/10.59422/lbm.v2i01.162>
- Nurdin, I. (2019). Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku Aparatur Dan Komunikasi Birokrasi Dalam Pelayanan Publik). In *Journal Artikel*.
- Rosalia, I., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Globalart San Diego Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(3), 1–21. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3943>
- Sri Handayani, L., & Syarifudin, A. (2022). the Effect of Service Quality, Price and Relationship Marketing on Consumer Satisfaction on Gojek Transportation Service. *Dimensi*, 11, 298–313. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, S., Mulyani, M., Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., Lestari, F. P., Irawati, N., Octaviani, L. K., Bakar, R. M., Musafir, & Dewi, I. C. (2023). Loyalitas Pelanggan. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>