

# **ANALISIS PENGARUH HARGA, KEAMANAN DAN KERAGAMAN JASA LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TRANSPORTASI ONLINE DIFA BIKE DI YOGYAKARTA**

**Muhammad Tegar Isnanda**

**20150430308**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muammadiyah Yogyakarta  
Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183

E-mail korespondensi: tegarmuhammad74@gmail.com

**Abstract:** Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, keamanan dan keragaman layanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi online Difa Bike di Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan pengumpulan data berupa kuesioner yang diberikan pada masyarakat umumnya difabel yang pernah menggunakan layanan Difa Bike guna untuk pengujian hipotesis. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Variabel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah variabel harga, keamanan, ragam layanan dan kepuasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, keamanan dan ragam layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Harga, Keamanan, Ragam layanan, Kepuasan konsumen.

***Abstract:** This research was conducted to determine the effect of price, security and diversity of services on consumer satisfaction on Difa Bike online transportation services in Yogyakarta. The data used in this study are primary data by collecting data in the form of a questionnaire given to the general public with disabilities who have used Difa Bike services to test hypotheses. The sample used in this study amounted to 100 respondents. The method used in this study is multiple linear regression analysis using the SPSS 25 application. The variables used in this study are the price, security, service variety and satisfaction variables. The results showed that the price, security and variety of service variables had a positive and significant effect on customer satisfaction.*

***Keywords:** Price, Security, Variety of services, Consumer satisfaction.*

## **PENDAHULUAN**

Bisnis jasa saat ini semakin beragam dalam rangka memenuhi aktivitas dan kebutuhan hidup masyarakat. Pentingnya sektor jasa ini disikapi dengan pertumbuhan bisnis jasa yang

semakin pesat. Salah satu bisnis dalam sektor jasa yang semakin berkembang pesat adalah jasa transportasi. Saat ini sudah banyak penyedia jasa transportasi online khususnya di kota Yogyakarta yang dikenal dengan nama Difa bike, Go-jek, Grab bike, dan Uber. Semua memberikan layanan yang hampir sama dari mengantarkan orang dari biaya yang berbeda beda dan dengan layanan yang berbeda juga. Semakin banyak nya ojek online berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga dan banyaknya alternatif pilihan yang ditawarkan oleh perusahaan ojek online. Akses terhadap transportasi publik merupakan salah satu bentuk pelayanan publik yang dapat di akses oleh seluruh masyarakat secara merata tanpa diskriminasi. Sama halnya dengan mereka para difabel, difabel atau *Different Ability* merupakan seseorang yang memiliki kemampuan yang berbeda. Merujuk pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas, pengertian penyandang disabilitas adalah setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan sensorik dalam jangka waktu lama yang dalam berinteraksi dengan lingkungan dapat mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga lainnya berdasarkan kesamaan hak. Para disabilitas juga merupakan warga negara Republik Indonesia yang dalam Undang-Undang Dasar 1945 dijamin untuk memiliki kedudukan, hak, kewajiban, dan peran yang sama dengan warga negara lainnya. Dalam UUD 1945 telah mengatur bahwa “Setiap orang berhak mendapatkan kemudahan dan perlakuan khusus untuk memperoleh kesempatan dan manfaat yang sama guna mencapai persamaan dan keadilan. Dalam hal aksesibilitas, ketersediaan sarana dan prasarana yang ramah di bidang transportasi bagi disabilitas saat ini masih sangat terbatas di Indonesia pada umumnya dan Yogyakarta khususnya. Oleh karena itu Difa Bike hadir sebagai sarana transportasi berbasis ojek online yang mengedepankan para penyandang difabel sebagai solusi akan keterbatasan aksesibilitas yang ramah bagi difabel.

Difa Bike City Tour lahir berkat ide cemerlang dari pak Triyono sebagai CEO yang diresmikan pada desember 2015 bertepatan dengan hari disabilitas internasional. Pak Triyono banyak melakukan terobosan dengan membuat sepeda motor menjadi ramah terhadap kaum difabel. Juga sekaligus memperdayakan kaum disabilitas sebagai driver menjadi peluang pekerjaan. Tidak semua penyandang disabilitas diterima menjadi driver. Awal mula ada ratusan penyandang disabilitas yang berminat menjadi driver dan yang terpilih yang memenuhi persyaratan berupa kemampuan gerak minimal 70 persen. Alasan berdirinya layanan ojek disabilitas yang pertama adalah berangkat dari kebutuhan penyandang disabilitas. Kedua dikarenakan masyarakat penyandang disabilitas di kota Yogyakarta masih sulit untuk mengakses layanan transportasi umum yang ada dikarenakan aksesibilitas yang kurang bagi disabilitas untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Difa Bike menawarkan 4 jasa layanan yang bisa dimanfaatkan oleh para pelanggannya yaitu: Difa City tour, fasilitas untuk wisatawan yang akan melayani tour keliling kota Yogyakarta, cocok bagi wisatawan yang ingin melihat keindahan Yogyakarta. Difa Bike (transportasi), melayani jasa antar atau jemput konsumen dari kalangan anak sekolah, pelajar, mahasiswa atau umum. Difa Kargo, layanan pengiriman barang dalam kota maupun luar kota. Difa Massage, yaitu suatu layanan pijat tuna netra yang dapat di order melalui aplikasi Difa Bike dan layanan akan datang ke konsumen dalam jangkauan kota Yogyakarta. Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan. Salah satu untuk merebut pangsa pasar adalah memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Kenyamanan dan keamanan juga menjadi faktor dalam meraih konsumen. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

## TINJAUAN PUSTAKA

### A. Harga

Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Kotler (2000) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan harga adalah jumlah uang yang ditetapkan oleh produk untuk dibayar oleh konsumen atau pelanggan guna menutupi biaya produksi, distribusi dan penjualan pokok termasuk pengembalian yang menandai atas usaha dan resikonya. Sedangkan menurut Basu (2007) Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Biasanya para pemasar menetapkan harga untuk kombinasi antara:

1. Barang/jasa spesifik yang menjadi obyek transaksi.
2. Sejumlah layanan pelengkap.
3. Manfaat pemuasan kebutuhan yang diberikan produk bersangkutan.

Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibanding manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negatif. Konsumen mungkin akan menganggap sebagai nilai yang buruk kemudian akan mengurangi konsumsi terhadap produk tersebut. Bila manfaat yang diterima lebih besar, maka yang akan terjadi adalah produk tersebut memiliki nilai positif (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006).

### B. Keamanan

Faktor keamanan (*safety*) merupakan hal yang penting dan utama bagi jasa transportasi. Djoko Setijowarno (2018) mengatakan, publik harus jeli untuk menggunakan transportasi taksi, baik online maupun offline, karena masing-masing punya standar

keamanan berbeda. Untuk transportasi manusia, jasa pelayanan transportasi diusahakan memenuhi kriteria keamanan sebagai berikut:

1. Cepat atau Lancar (*Speed*), dapat ditinjau dengan dua cara yaitu pertama, waktu yang digunakan oleh kendaraan selama perjalanan dalam memindahkan muatan dari satu tempat ke tempat lainnya. Dan yang kedua adalah waktu yang diperlukan dalam mempersiapkan penumpang dari suatu perjalanan dan kemudian akan dilanjutkan dengan perjalanan berikutnya.
2. Aman atau Keselamatan (*Safety*), untuk angkutan penumpang dan alat keselamatan harus disediakan dan diberikan sanksi tegas terhadap pemilik sarana angkutan yang tidak menyediakan perlengkapan dan alat keselamatan.

### **C. Keragaman Layanan**

Keragaman produk atau jasa merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitas, jika produk atau jasa itu tidak beragam maka tentu produk itu akan kalah bersaing dengan produk yang lain ini berarti perusahaan gagal memberikan kepuasan terhadap konsumen. Menurut Taylor Randall (2008) Angka pertumbuhan perusahaan dengan profitabilitas perusahaan dapat dilakukan dengan melakukan keanekaragaman produk atau jasa akibat permintaan konsumen. Beberapa industri yang melakukan keanekaragaman produk dapat meningkatkan volume penjualan dan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Keputusan dari keberagaman produk meliputi:

1. Dimensi dalam keanekaragaman produk yang dipilih oleh perusahaan dalam pemasaran.
2. Hubungan antara konsumen dan saluran distribusi.
3. Lokasi produksi.

4. Proses teknologi.
5. Lokasi ditempat yang sama.
6. Bentuk produk atau jasa.

#### **D. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Tjiptono, 2006). Mowen (1995) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan. Dengan kata lain kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluatif purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik.

### **HIPOTESIS PENELITIAN**

- H1 : Diduga variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi online Difa Bike.
- H2 : Diduga variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi online Difa Bike.
- H3 : Diduga variabel keragaman layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi online Difa Bike.

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Objek Dan Subjek Penelitian**

Objek Penelitian ini mencakup harga, keamanan, ragam layanan dan kepuasan konsumen pada Difa Bike di Yogyakarta. Sedangkan subjek penelitian dilakukan pada konsumen atau pengguna layanan Difa Bike di kota Yogyakarta yang menjadi responden

akan diberi kuesioner untuk mendapatkan sebuah data informasi. Adapun waktu penelitian ini dimulai dari tahun 2019 sampai dengan selesai.

## **B. Jenis Data**

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer adalah obyek yang memberikan keterangan secara langsung kepada peneliti tentang hal-hal yang berkaitan dengan obyek penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh 100 orang konsumen yang pernah menggunakan layanan transportasi online Difa Bike di Yogyakarta.

## **C. Teknik Pengambilan Sampel**

Sampel pada penelitian ini yang digunakan adalah pengambilan sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Teknik penarikan sampel menggunakan cara ini memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota untuk menjadi sampel penelitian. Margono, (2004) menjelaskan simple random sampling merupakan salah satu teknik sampling dengan langsung dilakukan pada unit sampling. Sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah konsumen Ojek Online Difa Bike.

## **D. Teknik Pengumpulan Data**

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data melalui formulir formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti, Mardalis (2009) Dalam penelitian ini jawaban yang diberikan oleh responden kemudian diberi skor dengan mengacu pada skala Likert. Penentuan skor yang digunakan dengan menghadapkan sejumlah pertanyaan kepada responden dengan jawaban sangat setuju, setuju, kurang setuju,

setuju dan sangat tidak setuju. Wawancara (interview) merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survey yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian, (Indriantoro dan Supomo, 2002).

## **E Analisis Data.**

### 1. Uji Kualitas Instrumen dan Data

#### a. Uji Validitas

Menurut Duwi (2006) Uji validitas item digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisisioner atau skala, apakah item-item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa dilakukan penilaian langsung dengan metode korelasi person atau metode *corrected item total correlation*.

#### b. Uji Reliabilitas

adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011).

### 2. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya terbebas dari multikolinieritas atau tidak ada korelasi antara masing-masing variabel independen (Ghozali, 2012).



## b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas atau yang terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

## c. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non parametrik kolmogorov-smirnov (K-S). Dalam pengujian normalitas atau data tidak begitu sulit, berdasarkan pengalaman empiris dari beberapa pakar statistik, data yang jumlahnya lebih dari 30 maka sudah diasumsikan berdistribusi normal (Basuki dan Yuliadi, 2015).

## 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut ghozali (2006) analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang).

## 4. Hipotesis Penelitian

### 1) Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (sendiri-sendiri) maka digunakan uji t. Hipotesis yang diuji dengan taraf nyata  $\alpha = 5$ .

- Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima.

## 2) Uji Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel harga, keamanan, keragaman jasa secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis yang diuji dengan taraf nyata  $\alpha = 5 \%$ .

- Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.
- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima.

## 3) Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R Square) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen atau variabel terikat. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menilai Adjusted  $R^2$  (Adjusted R Square) pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik (Ghozali, 2011).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Uji Kualitas Instrumen Data

#### 1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, hasil uji validitas didapat nilai-nilai sebagai berikut, yang ditunjukkan pada tabel 1.

**Tabel 1.**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Kode pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
Harga	X1.1	0,317	Valid
	X1.2	0,470	Valid
	X1.3	0,364	Valid
	X1.4	0,389	Valid
	X1.5	0,460	Valid
Keamanan	X2.1	0,331	Valid
	X2.2	0,460	Valid
	X2.3	0,390	Valid
	X2.4	0,440	Valid
	X2.5	0,451	Valid
Ragam layanan	X3.1	0,318	Valid
	X3.2	0,425	Valid
	X3.3	0,404	Valid
	X3.4	0,412	Valid
	X3.5	0,525	Valid
Kepuasan	Y1.1	0,355	Valid
	Y1.2	0,392	Valid
	Y1.3	0,412	Valid
	Y1.4	0,463	Valid
	Y1.5	0,471	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditunjukkan pada tabel 1, hasil dalam pengujian tersebut menunjukkan bahwa seluruh nilai *Pearson Correlation* pada pernyataan yang diajukan lebih besar dari nilai r tabel dengan signifikan 0,05 yang

nilainya 0,195, dengan demikian pernyataan semua nomor dianggap valid, karena nilai *Pearson Correlation* > 0,195.

## 2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, hasil uji reliabilitas didapat nilai-nilai sebagai berikut, yang ditunjukkan pada tabel 2.

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harga	0,642	Reliabel
Keamanan	0,619	Reliabel
Ragam layanan	0,732	Reliabel
Kepuasan	0,655	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan pada tabel 2, diketahui nilai *cronbach alpha* dari setiap variabel lebih dari 0,60, dengan demikian seluruh item pertanyaan dikatakan reliabel, karena nilai *cronbach alpha*. > 0,60

## B. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance  $\geq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\leq 10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 3**

**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,238	4,205	Tidak terjadi Multikolinieritas
Keamanan	0,236	4,240	Tidak terjadi Multikolinieritas
Ragam layanan	0,983	1,017	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ , sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu cara untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas adalah menggunakan uji Glejser. Uji ini dilakukan dengan cara melakukan regresi variabel independen dengan nilai absolut dari residualnya. Jika variabel independen signifikan secara statistik memengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Harga	0,103	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Keamanan	0,340	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Ragam layanan	0,056	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas analisis statistik, dimana pada pengujian analisis statistik model regresi dianggap baik atau berdistribusi normal apabila nilai asymp, sig > 0,05.

**Tabel 5**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Uraian		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,34480783
Most Extreme Differences	Absolute	0,083
	Positive	0,083
	Negative	-0,077
Kolmogorov-Smirnov Z		0,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,128

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Dari tabel Kolmogrov-Sminov di atas, data dapat dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. > 0,05 dan data dinyatakan tidak berdistribusi normal apabila nilai Asymp Sig. < 0,05. Diketahui variabel harga, keamanan, ragam layanan dan kepuasan konsumen memiliki Asymp Sig. Sebesar 0,128 yaitu > 0,05 maka data diatas dinyatakan berdistribusi normal.

### C. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk menyelidiki pengaruh antara variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu terhadap variabel dependen. Berdasarkan uji regresi linier berganda yang diperoleh dalam penelitian ini dengan menggunakan aplikasi SPSS 25 sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi ( $\beta$ )	t hitung	t tabel	Sig.
Harga (X1)	0,316	5,057	1,984	0,000
Keamanan (X2)	0,688	11,011	1,984	0,000
Ragam Layanan (X3)	-0,171	-2,298	1,984	0,024
Konstanta = 1,560				
R-Squared = 0,911				
F hitung = 340,461				
Sig. = 0,000				

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

1. Nilai konstanta sebesar 1,560 berarti bahwa jika variabel harga, keamanan, ragam layanan, dan kepuasan konsumen sama dengan nol, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 1,560.
2. Nilai koefisien beta pada variabel harga sebesar 0,316 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada tingkat keterjangkauan harga (X1) sebesar satu poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,316.
3. Nilai koefisien beta pada variabel keamanan sebesar 0,688 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada keamanan layanan (X2) sebesar satu poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,688.

4. Nilai koefisien beta pada variabel keragaman layanan sebesar  $-0,171$  berarah negatif, artinya setiap peningkatan pada ragam layanan ( $X_3$ ) sebesar satu poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar  $-0,171$ .

## **D. Pengujian Hipotesis**

### **1. Uji T**

#### **a. Harga**

Variabel harga memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0,000$ . Dari hasil uji t pada variabel harga menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari  $0,05$  dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar  $0,316$ . Sedangkan nilai t hitung yang diperoleh yaitu  $5,057$  lebih besar dari nilai t tabel yaitu  $1,984$ . Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “Harga berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen” Jadi dengan demikian  $H_1$  diterima.

#### **b. Keamanan**

Variabel keamanan memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0,000$ . Dari hasil uji t pada variabel keamanan menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari  $0,05$  dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar  $0,688$ . Sedangkan nilai t hitung yang diperoleh yaitu  $11,011$  lebih besar dari nilai t tabel yaitu  $1,984$ . Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen” Jadi dengan demikian  $H_2$  diterima.



### c. Ragam Layanan

Variabel ragam layanan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,024. Dari hasil uji t pada variabel ragam keamanan menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai negatif sebesar -0,171. Sedangkan nilai t hitung yang diperoleh yaitu -2,298 lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,984. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “ragam layanan berpengaruh signifikan negatif terhadap kepuasan konsumen” Jadi dengan demikian H3 diterima.

## 2. Uji F

Dari hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 340,461 dan nilai F tabel sebesar 2,305. Sedangkan signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05 dan nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ( $340,461 > 2,305$ ), maka hipotesis yang menyatakan “harga, keamanan, dan ragam layanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen” dinyatakan diterima.

## 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil uji *Adjusted R<sup>2</sup>* pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,911 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel harga, keamanan, dan ragam layanan mampu menjalankan kepuasan konsumen sebesar 91,1%. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara harga, keamanan dan ragam layanan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya sebesar 8,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### 1. Harga Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Difa Bike. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t untuk variabel harga dengan t hitung sebesar 5,057 lebih besar dari nilai t tabel 1,984. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,316. Hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel harga terhadap variabel kepuasan konsumen atau dengan kata lain,  $H_a$  diterima.

Harga yang diberikan Difa Bike sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut mereka menggunakan layanan transportasi online Difa Bike lebih mudah dan cepat sehingga menghemat waktu dan biaya yang tentunya akan meningkatkan kinerja dan produktivitas pengguna. Suatu jasa layanan harus tepat dalam penentuan dan penetapan harga ditawarkan sehingga dapat diterima oleh konsumen dengan tidak mengabaikan kualitas layanan tersebut. Dalam keadaan normal permintaan dan harga mempunyai hubungan yang negatif atau terbalik. Artinya semakin tinggi harga ditetapkan semakin kecil permintaan. Konsumen sendiri memiliki persepsi mengenai harga bahwa semakin tinggi harga suatu jasa layanan makin tinggi pula kualitas layanan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Halim Prawiranata (2016), dengan judul Pengaruh sistem informasi, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa gojek di kota Yogyakarta, menemukan bahwa faktor harga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2000) bahwa tinggi rendahnya harga ditetapkan

perusahaan sesuai dengan kualitas produk tersebut, sehingga konsumen akan mendapatkan kepuasan/manfaat yang seimbang dengan jumlah uang yang dikeluarkan.

## 2. Keamanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan keamanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Difa Bike. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t untuk variabel keamanan dengan t hitung sebesar 11,011 lebih besar dari nilai t tabel 1,984. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,688. Hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel keamanan terhadap variabel kepuasan konsumen atau dengan kata lain,  $H_a$  diterima.

Keamanan yang diberikan Difa Bike sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik tingkat keamanan yang diberikan Difa Bike maka semakin tinggi kepuasan konsumen untuk menggunakan layanan Difa Bike. Jaminan keamanan dan keselamatan pelayanan merupakan bentuk komitmen untuk memberikan rasa aman, bebas dari bahaya, dan risiko. Hak untuk memperoleh keamanan ini penting ditempatkan pada kedudukan utama, karena selama berabad-abad berkembang suatu falsafah berpikir bahwa konsumen (terutama pembeli) adalah pihak yang wajib berhati-hati, bukan pelaku usaha. Instrumen yang dapat dipakai untuk melindungi kepentingan konsumen dari ancaman gangguan dari resiko dan keamanan adalah manajemen resiko preventif antara lain dalam bentuk adanya sistem yang memungkinkan informasi tentang bahaya penggunaan suatu layanan jasa. Dalam hal keamanan lain, Difa Bike banyak memberikan keamanan dan kenyamanan layanannya, dalam hal kelayakan driver dalam menjalankan tugas, keselamatan ataupun dari kenyamanan dan kelayakan motor. Difa bike memberikan keamanan yang terjamin untuk para difabel dengan mendesain motor yang di modifikasi

dengan menyediakan fasilitas baik pengguna kursi roda maupun disabilitas yang tidak menggunakan kursi roda sehingga adanya inovasi transportasi tersebut dapat merasakan keamanan dan kenyamanan saat digunakan oleh semua kalangan masyarakat penyandang disabilitas. Hasil penelitian lain juga didukung penelitian yang dilakukan oleh Fachrizi Alwafi dan Magnadi (2016), tentang pengaruh persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi dan minat beli secara online terhadap kepuasan konsumen pada situs jual beli online Tokopedia. Menemukan bahwa faktor keamanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian Roca et al (2009) menunjukkan bahwa persepsi keamanan dapat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa layanan.

### 3. Ragam Layanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan ragam layanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Difa Bike. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t untuk variabel ragam layanan dengan t hitung sebesar -2,298 lebih besar negatif dari nilai t tabel 1,984. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,024 lebih kecil dari 0,05 ( $0,024 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai sebesar -0,171. Hal ini menunjukkan ada pengaruh signifikan dan positif antara variabel ragam layanan terhadap variabel kepuasan konsumen atau dengan kata lain,  $H_a$  diterima.

Kualitas ragam layanan adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk/jasa. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Menurut Handoko (2002) kualitas keragaman produk/jasa adalah suatu kondisi dari sebuah layanan produk berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai

produk tersebut semakin berkualitas. Jika Difa bike menambah kualitas ragam layanannya seperti menambah produk baru, meningkatkan kualitas produknya atau menambah tingkat profesionalitas driver dalam menjalankan keragaman layanan akan membuat hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen dan akan menambah kepuasan. Ragam layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dikarenakan zaman sekarang memaksakan para pelaku penyedia jasa Difa Bike untuk dapat memiliki daya saing yang dimana itu sangat membutuhkan inovasi yang beragam untuk kebutuhan para konsumen demi persaingan usahanya. Ojek Difa sebagai komunitas yang pertama yang mengusung konsep dari dan untuk difabel, lebih membuat difabel nyaman dan meningkatkan keinginan mereka untuk beraktivitas di luar rumah. Setiap fasilitas-fasilitas serta layanan yang diberikan oleh Difa Bike memiliki nilai kegunaan masing-masing yang dapat digunakan oleh para difabel dan non difabel. Penelitian yang dilakukan oleh Novi Wahyu Worodiyanti (2016) tentang pengaruh keragaman produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Elladerma Skin Care Malang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen. Setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya, perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut.

#### 4. Harga, Keamanan dan Ragam Layanan secara Simultan Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 340,461 dan nilai F tabel sebesar 2,305, sedangkan signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi dibawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ( $340,461 > 2,417$ ),

maka hipotesis yang menyatakan “harga, keamanan, dan ragam layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.” dinyatakan diterima.

Hasil uji determinan  $R^2$  pada penelitian ini diperoleh nilai determinan  $R^2$  sebesar 0,911. hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara variabel harga, keamanan, dan ragam layanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 91,1%, dan sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitianin.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen Difa Bike. Apabila harga baik maka kepuasan konsumen akan meningkat. Baik meningkat atau menurun pada harga akan mempengaruhi peningkatan atau penurunan kepuasan konsumen yang lebih besar.
2. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Difa Bike. Apabila keamanan baik maka kepuasan konsumen akan meningkat. Baik meningkat atau menurun pada keamanan akan mempengaruhi peningkatan atau penurunan kepuasan konsumen yang lebih besar.
3. Ragam layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen Difa Bike. Apabila ragam layanan turun maka kepuasan konsumen menurun, begitu pula sebaliknya. Baik meningkat atau menurun pada ragam layanan akan mempengaruhi peningkatan atau penurunan kepuasan konsumen yang lebih besar.

4. Harga, keamanan dan ragam layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Difa Bike. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ( $340,461 > 2,417$ ). maka hasil ini menunjukkan hubungan yang sangat erat dan berkaitan antara harga, keamanan, dan ragam layanan dengan kepuasan konsumen transportasi online Difa Bike.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis kepada Difa Bike adalah sebagai berikut :

1. Difa Bike lebih memperhatikan indikator-indikator yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan, serta mempertahankan indikator-indikator yang sudah berpengaruh signifikan guna untuk lebih memaksimalkan dampak atau efek positif dari hadir nya pekerjaan jasa tersebut.
2. Dalam pemberian pelayanan Difa Bike dapat meningkatkan peningkatan kualitas pelayanan terhadap pengguna jasa dalam kemudahan akses serta dapat mengembangkan perencanaan inovasi pelayanan publik di bidang transportasi bagi disabilitas ke kota-kota lainnya agar dalam inovasi ojek difa berkelanjutan dalam jangka panjang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfadri, F. 2018. Pengaruh Adanya Transportasi Online Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Melalui Variabel Pengangguran Di Medan Studi kasus Go-jek. Tesis. Medan: UIN Sumatera Utara.
- Amstrong, G., Kotler. P. 1997. Prinsip-prinsip pemasaran. Cetakan pertama. Jakarta: Erlangga.

- Basuki, A. T., Yuliandi, I. 2015. *Ekonometrika Teori & Aplikasi*. Yogyakarta: Mitra Pustaka Nurani.
- Charles, Lamb, Hair, Carl. 2001. *Pemasaran*, Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Ferdinand,. 2000. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damador, N. 2007. "Dasar-Dasar Ekonometrika". Jakarta: Erlangga.
- Gozali,. 2006. *Metode Penelitian: "Uji Asumsi Klasik"*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Irawan, H. 2004. *Membedah strategi Kepuasan pelanggan*. Cetakan pertama. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kotler, Philip, dan Keller, K. 2006. *Manajemen Pemasaran: Kualitas Jasa*. Edisi Kedua. Terjemahan Ancella Anitawati. Jakarta: Penerbit PT. Prenhalindo.
- Kotler. 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium. Jilid 2. Jakarta: PT Prehallindo.
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset Panduan dan Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*. Edisi ke dua. Yogyakarta: Ekosiana.
- Murdiyanti, D. 2012. *Aksesibilitas sarana prasarana transportasi yang ramah penyandang disabilitas (Studi Kasus Transjakarta)*. Skripsi. Fakultas Teknik. Universitas Indonesia.
- Mowen. 1995. *Perilaku Konsumen*. Pustaka Ilmu. Jakarta:
- Nainggolan, L. P., Pradanawati, A. 2016. *Pengaruh kualitas pelayanan keragaman produk dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan studi kasus pada stove syndicate cafe di semarang*. *Journal Of Social Political*, 1-11
- Prawiranata, H. 2017. *Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Pendidikan akuntansi*. Yogyakarta: UNY.
- Randall, T. 2008. *Satisfaction, A biafioral Prespective On The Customer*. New York: Me Graw-Hill. Companis Inc.
- Rahayu, S., Utami D., Marita A. 2012. *Pelayanan Publik Bidang Transportasi bagi Difabel di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Vol.10, No.2



Sintya, L. I., Lopian, J., Karuntu, M. 2018. Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi Go-Jek pada mahasiswa FEB Unsrat. Jurnal EMBA Vol.6 (3), 1778 – 1787

Sumarwan, U. 2003. “Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran”. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Suryanto, Iman. 2011. “Ganti Panggilan Penyandang Cacat dengan Penyandang Disabilitas”. batam.tribunnews.com. 15/9/2019

Tjiptono. 1999. Strategi Pemasaran. (Konsep dan Teknik Pemasaran). Yogyakarta: Andi Offset

Wyckof. 2002. Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh. Jilid I. Jakarta: Erlangga.

Website Difa Bike : <http://difacitytour.com>