

Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Grab Di Kota Palembang

Erfan Robyardi¹, Tri Sinarti², Agus Mulyani³, Dhika Fitra Ananda⁴

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, epan.robby@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, trisinarti1976@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, agusmulyani008@gmail.com

⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Grab di Kota Palembang. Metode yang dalam penelitian ini adalah asosiatif dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jumlah sampel yang diteliti adalah 100 pelanggan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi, analisis determinasi, uji t dan uji f dengan menggunakan program *software spss 22 for windows*. Dari hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas sistem informasi (X1) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan. Variabel harga (X2) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan Variabel kualitas pelayanan (X3) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil pembahasan uji F secara simultan diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Grab di Kota Palembang.

Kata kunci : *Kualitas Sistem Informasi, Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of information system quality, price and service quality on customer satisfaction with Grab services in Palembang City. The method in this study is associative and the type of data used in this study is quantitative with the number of samples studied is 100 customers. The data analysis technique used in this research is simple linear regression analysis, multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, determination analysis, t test and f test using the software program spss 22 for windows. From the results of the t-test research shows that there is an effect of information system quality (X1) with a significant value of $0.000 < 0.05$, meaning that partially there is a significant influence of information system quality on customer satisfaction. Price variable (X2) with a significant value of $0.000 < 0, 05$, meaning that partially there is a significant effect of price on customer satisfaction. While the service quality variable (X3) with a significant value of $0.000 < 0.05$, it means that partially there is a significant effect of service quality on customer satisfaction. From the results of the discussion of the simultaneous F test, a significant value of $0.000 < 0.05$ means that H_0 is rejected, H_a is accepted. So it can be concluded that there is a significant influence between the quality of information systems, prices and service quality together on customer satisfaction with Grab services in Palembang City.

Keywords: *Information System Quality, Price, Service Quality and Customer Satisfaction*

A. PENDAHULUAN

Hasil perkembangan dibidang teknologi dan informasi saat ini ikut berperan serta dalam perkembangan transportasi. Saat ini masyarakat semakin sering untuk memanfaatkan teknologi didalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya sistem



transportasi berbasis *online* membuat pola kegiatan transportasi masyarakat menjadi berubah. Masyarakat sekarang memanfaatkan *handphone* mereka untuk membantu kegiatan perjalanan yang mereka lakukan. Contohnya seperti melakukan pemesanan melalui aplikasi *online* terhadap transportasi yang berbasis aplikasi. Hal tersebut sudah menjadi sesuatu yang sering kita jumpai di kota-kota besar salah satunya di Kota Palembang.

Kenyamanan fasilitas serta keamanan transportasi umum sangat di perlukan untuk meningkatkan minat para pelanggan untuk menggunakan transportasi umum dan tidak menggunakan transportasi pribadi agar dapat mengurangi angka kemacetan. Pada saat ini transportasi umum serasa kurang didukung oleh pemerintah, mulai dari kendaraan yang tidak layak jalan, sopir yang tidak tertib dan rawannya tindak kriminal sehingga orang takut memakai jasa transportasi umum. Oleh karena itu masyarakat lebih memilih menggunakan transportasi pribadi untuk beraktifitas dalam kehidupan sehari-hari, tak heran apabila sering bertambahnya jumlah penduduk lama-kelamaan volume kendaraan akan meningkat dan menimbulkan kemacetan karena tidak sebanding pembangunan jalan dengan volume kendaraan. Salah satu dampak dari kemacetan adalah akan memperlambat roda perekonomian. Untuk itu banyak program kerja pemerintah pusat maupun pemerintah daerah merencanakan peralihan dari kendaraan pribadi ke kendaraan umum untuk menekan angka kemacetan dan minat menggunakan transportasi umum, pemerintah seharusnya mengupayakan fasilitas, kemudahan akses transportasi umum serta jaminan keamanan bagi pelanggan.

Salah satu perusahaan yang berkembang saat ini dengan menggunakan sistem aplikasi *online* adalah Grab. Grab menyediakan berbagai kemudahan bagi pelanggannya dengan banyaknya produk jasa yang ditawarkan. Untuk meningkatkan jumlah pengguna jasa tersebut dan memberikan kepuasan kepada pelanggannya maka Grab perlu memperhatikan faktor sistem informasi yang berkualitas, harga yang sesuai dengan manfaatnya serta kualitas pelayanan yang baik, ada beberapa pesaing yang sejenis seperti Gojek dan Maxim yang juga menggunakan aplikasi *online*.

Grab didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan yang merupakan warga Negara Malaysia, mereka melihat adanya dampak negatif dari tidak efisiennya sistem transportasi yang ada pada saat itu. Mereka pun memiliki ide untuk membuat aplikasi pemesanan transportasi, khususnya taksi, yang kemudian menobatkan mereka sebagai finalis dalam kontes Harvard Business School`s 2011 *Business plan*. Grab merupakan aplikasi layanan transportasi terpopuler di Asia Tenggara yang kini telah berada di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam, Tahun 2011 Grab menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi diseluruh wilayah Asia Tenggara. Layanan Grab ditujukan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan, dan kepastian. Grab sendiri telah hadir di Indonesia pada bulan Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi dan sejak itu telah memberikan beragam pilihan transportasi seperti mobil dan motor.

Masalah yang sering muncul pada sistem informasi Grab adalah mesin pencarian yang kurang efektif dan juga banyak pelanggan Grab mengeluhkan masalah mengenai *order* yang tidak dapat dibatalkan meskipun bisa dibatalkan pesanan yang kita pesan sebelumnya tetap datang. Dengan adanya sistem informasi yang kurang memuaskan, para konsumen lebih memilih aplikasi *online* yang lain yang bisa memuaskan apa yang diinginkan oleh para konsumen.

Selain sistem informasi, harga juga sangat mempengaruhi keputusan pengguna jasa Grab tersebut, Grab sebagai perusahaan jasa seringkali memasang tarif yang sering berubah-ubah sementara sistem informasi yang diberikan pada perusahaan tersebut belum optimal.

Bukan hanya sistem informasi, harga, kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa tersebut. Masih ada driver Grab yang tidak mematuhi peraturan lalu-lintas seperti menerobos lampu merah, selain itu kondisi keadaan helm untuk pelanggan seringkali tidak terawat dan kotor, kurang baiknya pelayanan yang diberikan maka itu akan membuat pelanggan tidak puas dan menyebabkan para konsumen lain untuk pergi ke penyedia jasa *online* lainnya.

Adanya ketidakpuasan pada pelanggan berdampak negatif pada penurunan loyalitas pengguna jasa. Jika para pengguna jasa Grab tidak puas, maka loyalitas pengguna jasa Grab berkurang, sehingga mengakibatkan pelanggan akan beralih ke perusahaan sejenis. Menurut penelitian Prawiranata dan Rahmawati (2017) dengan judul Pengaruh kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta dengan hasil penelitiannya adalah apabila semakin baik kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Berdasarkan hasil analisis data dari penelitian terdahulu di atas dapat ditarik kesimpulannya bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta, terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta, terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta dan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas sistem informasi, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

B. KAJIAN TEORI

Kualitas Sistem Informasi

Menurut Sudarsono (2015), kualitas sistem informasi merupakan kualitas *output* yang berupa informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi yang digunakan.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem informasi merupakan sejauh mana sistem informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan sistem informasi tersebut.

Harga

Harga adalah manfaat dari layanan yang datang dengan layanan atas berbagai biaya dari mengkonsumsi layanan tersebut (Lupiyoadi, 2013). Biaya ini dapat berupa waktu untuk mengorbankan layanan, aktivitas fisik (energi yang dihabiskan untuk layanan).

Menurut Tjiptono harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan masukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan tiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya pengeluaran (Tjiptono, 2015).

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012), harga adalah sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk.



Menurut Kotler dan Armstrong (2016), harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Armstrong (2016), kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, dan pada dasarnya jasa tidak berwujud serta tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kualitas pelayanan melalui kinerja merupakan faktor penentu kepuasan masyarakat, artinya apabila semakin baik kualitas pelayanan dengan melalui kinerja untuk meningkatkan kepuasan masyarakat pada angkutan umum (transmudi) tentunya masyarakat merasakan puas serta menumbuhkan rasa percaya atas pelayanan melalui kinerja tersebut (Oktariansyah, dkk 2017:51).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2015:353) kepuasan konsumen adalah suatu keadaan yang muncul dari perasaan untuk mengevaluasi suatu produk atau pengalaman layanan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang mereka pikirkan dengan apa yang mereka harapkan.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian asosiatif merupakan suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018:63). Sedangkan pendekatan kuantitatif adalah pendekatan tradisional karena metode ini telah lama digunakan di dalam penelitian. Jadi jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif.

Populasi dan Sampel

➤ Populasi

Sugiyono (2018:30) menjelaskan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan pengguna jasa Grab di Kota Palembang khususnya hanya di Kecamatan Plaju dengan jumlah populasi sebanyak 86.463 orang.

➤ Sampel

Sugiyono (2018:81) menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga, maka peneliti mengambil sebagian kecil dari populasi. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 86.463 orang , toleransi kesalahan 0.1 (10%) sehingga jumlah sampel adalah 99.8844 dibulatkan menjadi 100 orang dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{86.463}{1+86.463(0,1)} = \frac{86.463}{1+864,63} = \frac{86.463}{865,63} = 99,8844$$

Dibulatkan menjadi 100 orang.

Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

- a. Kuesioner
Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018). Teknik ini digunakan untuk memperoleh data primer tentang kepuasan pelanggan pengguna jasa Grab melalui survei secara tertulis dengan menggunakan kuesioner.
- b. Studi Kepustakaan dan *browsing* internet
Pengumpulan data ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang dapat membantu memperkuat analisis dan teori dalam penelitian ini. Data-data yang diperoleh melalui buku, jurnal maupun dari sumber di internet

D. HASIL PENELITIAN

1) Hasil Uji Validitas

Tabel Uji Validitas Variabel Kualitas Sistem Informasi

Item	Sig (2-tailed)	A	Keterangan
X1.1	0,000	< 0,05	VALID
X1.2	0,000	< 0,05	VALID
X1.3	0,000	< 0,05	VALID
X1.4	0,000	< 0,05	VALID
X1.5	0,000	< 0,05	VALID
X1.6	0,000	< 0,05	VALID
X1.7	0,000	< 0,05	VALID
X1.8	0,000	< 0,05	VALID
X1.9	0,000	< 0,05	VALID
X1.10	0,002	< 0,05	VALID

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Dari tabel diatas menunjukkan semua butir pertanyaan/pernyataan dari item 1 sampai 10 pertanyaan/pernyataan pada variabel kualitas sistem informasi menunjukkan nilai sig < $\alpha = 0,05$ berarti seluruh butir pertanyaan/pernyataan dapat dikatakan valid. Dalam hal ini dapat dinyatakan butir yang dijadikan indikator variabel kualitas sistem informasi telah sah untuk dijadikan alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel Uji Validitas Variabel Harga

Item	Sig (2-tailed)	A	Keterangan
X2.1	0,000	< 0,05	VALID
X2.2	0,000	< 0,05	VALID
X2.3	0,000	< 0,05	VALID
X2.4	0,000	< 0,05	VALID
X2.5	0,000	< 0,05	VALID
X2.6	0,000	< 0,05	VALID
X2.7	0,000	< 0,05	VALID
X2.8	0,000	< 0,05	VALID
X2.9	0,000	< 0,05	VALID
X2.10	0,000	< 0,05	VALID

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021



Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan/ Pernyataan dari item 1 sampai 10 pertanyaan/ Pernyataan pada variabel harga menunjukkan nilai sig < $\alpha = 0,05$ berarti seluruh butir pertanyaan/ Pernyataan dapat dikatakan valid. Dalam hal ini dapat dinyatakan butir yang dijadikan indikator variabel harga telah sah untuk dijadikan alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Sig (2-tailed)	A	Keterangan
X3.1	0,000	< 0,05	VALID
X3.2	0,000	< 0,05	VALID
X3.3	0,000	< 0,05	VALID
X3.4	0,000	< 0,05	VALID
X3.5	0,000	< 0,05	VALID
X3.6	0,000	< 0,05	VALID
X3.7	0,000	< 0,05	VALID
X3.8	0,000	< 0,05	VALID
X3.9	0,000	< 0,05	VALID
X3.10	0,000	< 0,05	VALID

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan/ Pernyataan dari item 1 sampai 10 pertanyaan/ Pernyataan pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai sig < $\alpha = 0,05$ berarti seluruh butir pertanyaan/ Pernyataan dapat dikatakan valid. Dalam hal ini dapat dinyatakan butir yang dijadikan indikator variabel harga telah sah untuk dijadikan alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Item	Sig (2-tailed)	A	Keterangan
Y.1	0,000	< 0,05	VALID
Y.2	0,000	< 0,05	VALID
Y.3	0,000	< 0,05	VALID
Y.4	0,000	< 0,05	VALID
Y.5	0,000	< 0,05	VALID
Y.6	0,000	< 0,05	VALID
Y.7	0,000	< 0,05	VALID
Y.8	0,000	< 0,05	VALID
Y.9	0,000	< 0,05	VALID
Y.10	0,000	< 0,05	VALID

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan/ Pernyataan dari item 1 sampai 10 pertanyaan/ Pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan menunjukkan nilai sig < $\alpha = 0,05$ berarti seluruh butir pertanyaan/ Pernyataan dapat dikatakan valid. Dalam hal ini dapat dinyatakan butir yang dijadikan indikator variabel harga telah sah untuk dijadikan alat ukur dalam penelitian ini.

2) Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan angket/ kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran di ulang kembali.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's \geq	Alpha (α)	Keterangan
Kualitas Sistem Informasi (X1)	0,731	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,808	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,730	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,767	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang Diolah, 2021

Uji reliabilitas di hitung menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* dengan dengan Program SPSS Versi 22 adalah dengan membandingkan koefisien (α) dengan 0,60 dengan ketentuan jika koefisien (α) Cronbach \geq 0,60, maka $0,731 \geq 0,60$ terdapat pada variabel Kualitas Sistem Informasi (X₁), variabel Harga (X₂) yaitu $0,808 \geq 0,60$, variabel Kualitas Pelayanan (X₃) yaitu $0,730 \geq 0,60$ dan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu $0,767 \geq 0,60$ item-item tersebut dinyatakan reliabel, berarti bahwa pertanyaan/ Pernyataan merupakan indikator dari X₁, X₂, X₃ dan Y dalam penelitian ini yaitu reliabel dan layak digunakan pada penelitian selanjutnya.

3) Uji Asumsi Klasik

➤ Uji Normalitas

Dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Monte Carlo Sig. (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 5\%$) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman :

- Nilai sig. (signifikansi) atau nilai probabilitas $< 0,05$. Distribusi data adalah tidak normal.
- Nilai sig. (signifikansi) atau nilai probabilitas $> 0,05$. Distribusi data adalah normal.

Berikut merupakan hasil uji dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov test :

Tabel Hasil Uji Normalitas

Variabel	Monte Carlo. Sig (2-tailed)	$\alpha = 0,05$	Keterangan
Kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	0,152	0,05	Normal

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai signifikan (Monte Carlo Sig 2-tailed) sebesar 0,152. Signifikan lebih dari 0,05 ($0,152 > 0,05$) sehingga distribusi data adalah normal.

➤ Uji Multikolonieritas

Hipotesis yang digunakan dalam uji multikolonieritas adalah sebagai berikut:

Dasar pengambilan keputusan :

Jika $VIF > 10$ jika *tolerance* $< 0,1$ maka terjadi multikolonieritas.

Jika $VIF < 10$ jika *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolonieritas.



Tabel Hasil Uji Multikolonieritas

NO	Variabel Bebas	Collinearity Statistics Tolerance	VIF
1	Kualitas sistem informasi	0,766	1.306
2	Harga	0,752	1.331
3	Kualitas Pelayanan	0,720	1.388

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* ketiga variabel yaitu variabel kualitas sistem informasi (X1) 0,766 harga (X2) 0,752 dan kualitas pelayanan (X3) 0,720 berarti tiap-tiap variabel lebih dari 0,10 dan nilai VIF adalah kualitas sistem informasi 1,306, harga 1,331 dan kualitas pelayanan 1,388 kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

➤ **Uji Heteroskedastisitas**

Pada uji ini peneliti menggunakan metode uji gletser pada penelitian ini. Berikut ini ketentuan dari pengujian heteroskedastisitas dengan metode uji gletser adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikasi lebih > dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikasi < dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	$\alpha = 0,05$	Keterangan
Kualitas Sistem Informasi	0,793	0,763 > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga	0,065	0,065 > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,678	0,678 > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

a. *Dependen Variabel : Kepuasan Pelanggan*

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi ketiga variabel kualitas sistem informasi (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) lebih besar dari 0,05 dengan ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

➤ **Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Durbin Watson digunakan dalam uji autokorelasi untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat autokorelasi. Adapun uji autokorelasi sebagai berikut :

Tabel Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.582 ^a	.338	.318	4.050	1.790

a. Predictors: (Constant), Kualitas Sistem Informasi, Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas nilai Durbin Watson sebesar 1,790. Dimana jika angka D-W diantara -2 sampai +2 maka tidak ada autokorelasi. Sehingga $-2 < 1,790 < 2$, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini terbebas dari autokorelasi.

4) Teknik Analisis Data

➤ Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara variabel independent dengan satu variabel dependent. menggunakan SPSS versi 22 yaitu dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana
Kualitas Sisitem Informasi (X1) pada Kepuasan Pelanggan (Y)**

Variabel	B	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig
a (konstanta)	19,927	3,717		5,361	,000
B	,499	,093	476	5,353	,000

Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan nilai tersebut diperoleh persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX1 + e$$

$$Y = 19,927 + 0,499 X1 + e$$

Berdasarkan model regresi pada tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a = angka konstan dari unstandardized coefficients. Dalam kasus ini nilainya sebesar 19,927. Angka tersebut merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada kualitas sistem informasi (X1) maka nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 19,927.

b = angka koefisiensi regresi . Nilainya sebesar 0,499. Angka ini menggandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat kualitas sistem informasi (X1), maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,499% dan sebaliknya.

**Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana Harga (X2)
pada Kepuasan Pelanggan (Y)**

Variabel	B	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig
a (konstanta)	27,329	2,990		9,139	,000
B	,321	,077	,399	4,182	,000

Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan nilai tersebut diperoleh persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX2 + e$$

$$Y = 27,329 + 0,321 X2 + e$$

berdasarkan model regresi pada tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a = angka konstan dari unstandardized coefficients. Dalam kasus ini nilainya sebesar 27,329. Angka tersebut merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada harga (X2) maka nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 27,329.



b = angka koefisiensi regresi . Nilainya sebesar 0,321. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat harga (X2), maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,321% dan sebaliknya.

Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan (X3) pada Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	B	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig
a (konstanta)	20,247	3,560		5,687	,000
B	,497	,090	,486	5,502	,000

Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan nilai tersebut diperoleh persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX3 + e$$

$$Y = 20,247 + 0,497 X3 + e$$

berdasarkan model regresi pada tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a = angka konstan dari unstandardized coefficients. Dalam kasus ini nilainya sebesar 20,247. Angka tersebut merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada kualitas pelayanan (X3) maka nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 20,247.

b = angka koefisiensi regresi . Nilainya sebesar 0,497. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat kalitas pelayanan (X3), maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,497% dan sebaliknya.

➤ **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan di antara dua atau lebih variabel independent pada satu variabel dependent.

Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Terikat (Y)	Variabel Bebas (X)	Koefisien Regresi	t _{hitung}	t _{tabel} α = 0,05	Sig.
A		11.177			
Kepuasan Pelanggan	Kualitas Sistem Informasi	0,307	0,293	3.085	0,003
	Harga	0,118	0,143	1.490	0,139
	Kualitas Pelayanan	0,302	0,295	3.019	0,003

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Dari perhitungan di atas didapatkan hasil konstanta sebesar 11,177 variabel kualitas sistem informasi sebesar 0,307, harga (X2) sebesar 0,118 dan kualitas pelayanan (X3) 0,302, berdasarkan nilai tersebut diperoleh persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 11,177 + 0,307 X1 + 0,118 X2 + 0,302 X3 + e$$

Berdasarkan model regresi pada tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai 11,177 nilainya positif artinya jika variabel kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan bernilai 0 maka kepuasan pelanggan sebesar 11,177
- b₁. Nilai 0,307 merupakan koefisien regresi untuk variabel kualitas sistem informasi (X1), artinya jika kualitas sistem informasi (X1) meningkat sebesar satu satuan sedangkan variabel harga dan kualitas pelayanan dianggap tetap (*ceteris paribus*)

maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,307 satu satuan. Apabila variabel kualitas sistem informasi (X1) menurun sebesar satu satuan harga dan kualitas pelayanan dianggap tetap maka akan diikuti dengan penurunan, kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0,307 satu satuan.

- b2. Nilai 0,118 merupakan koefisien regresi untuk variabel harga (X2), artinya jika harga (X2) meningkat sebesar satu satuan sedangkan variabel kualitas sistem informasi dan kualitas pelayanan dianggap tetap (*ceteris paribus*) maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,118 satu satuan. Apabila variabel harga (X2) menurun sebesar satu satuan kualitas sistem informasi dan kualitas pelayanan dianggap tetap maka akan diikuti dengan penurunan kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0,118 satu satuan.
- b3. Nilai 0,302 merupakan koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X3), artinya jika kualitas pelayanan (X3) meningkat sebesar satu satuan sedangkan variabel kualitas sistem informasi dan harga dianggap tetap (*ceteris paribus*) maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,302 satu satuan. Apabila variabel kualitas pelayanan (X3) menurun sebesar satu satuan kualitas sistem informasi dan harga dianggap tetap maka akan diikuti dengan penurunan kepuasan pelanggan pelayanan yaitu sebesar 0,302 satu satuan.

➤ Analisis Koefisien Korelasi

Untuk mengidentifikasi tinggi rendahnya koefisien korelasi digunakan kriteria tabel dibawah ini :

Tabel Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi

Variabel	R	R squared	Adjusted R squared	Std. Error of the Estimate
Kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	0,582	0,338	0,318	4.050

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis korelasi (r) didapat korelasi antara kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan (r) adalah 0,582. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sedang kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan. sedangkan arah hubungan positif karena nilai r positif, berarti semakin tinggi kualitas sistem informasi, harga maka semakin meningkatkan kualitas pelayanan.

➤ Analisis Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kontribusi yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih kepada variabel X (independen) terhadap variabel Y (dependen).

Tabel Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi Kualitas Sistem Informasi (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	R	R squared	Adjusted R squared	Std. Error of the Estimate
Kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan	0,476	0,226	0,218	4,33432

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas bahwa besarnya nilai R square adalah 0,226 atau 22,6%. Artinya kontribusi sumbangan pengaruh variabel kualitas sistem informasi



(X1), terhadap naik turunnya kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 22,6% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 22,6\%) = 77,4\%$ dipengaruhi oleh faktor- faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi Harga (X2)
Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Variabel	R	R squared	Adjusted R squared	Std. Error of the Estimate
Harga terhadap kepuasan pelanggan	0,389	0,151	0,218	4,53897

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas bahwa besarnya nilai R square adalah 0,151 atau 15,1%. Artinya kontribusi sumbangan pengaruh variabel Harga (X2), terhadap naik turunnya kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 15,1% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 15,1\%) = 84,9\%$ dipengaruhi oleh faktor- faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan (X3)
Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Variabel	R	R squared	Adjusted R squared	Std. Error of the Estimate
Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	0,486	0,236	0,228	4,430698

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas bahwa besarnya nilai R square adalah 0,236 atau 23,6%. Artinya kontribusi sumbangan pengaruh variabel Harga (X3), terhadap naik turunnya kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 23,6% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 23,6\%) = 76,4\%$ dipengaruhi oleh faktor- faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Tabel Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi Gabungan

Variabel	R	R squared	Adjusted R squared	Std. Error of the Estimate
Kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	0,582	0,338	0,318	4,050

Dependent Variabel : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas bahwa besarnya nilai R square adalah 0,338 atau 33,8%. Artinya kontribusi sumbangan pengaruh variabel kualitas sistem informasi (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap naik turunnya kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 33,8% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 33,8\%) = 66,2\%$ dipengaruhi oleh faktor- faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5) Hasil Uji Hipotesis

➤ Uji t (parsial)

Signifikan yang akan digunakan 5% untuk meyakinkan yang terjadi dapat berlaku pada populasi.

Tabel Uji t Kualitas Sistem informasi (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Signifikan	$\alpha = 0,05$	t hitung	t tabel
Kualitas Sistem Informasi	0,000	0,05	1.98498	5.353

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, hasil menunjukkan nilai signifikan antara variabel kualitas sistem informasi (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas sistem informasi (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada jasa Grab di Kota Palembang.

Tabel Uji t Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Signifikan	$\alpha = 0,05$	t hitung	t tabel
Harga	0,000	0,05	1.98498	4.182

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, hasil menunjukkan nilai signifikan antara variabel harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada jasa Grab di Kota Palembang.

Tabel Uji t Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Signifikan	$\alpha = 0,05$	t hitung	t tabel
Kualitas Pelayanan	0,000	0,05	1.98498	5.502

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, hasil menunjukkan nilai signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada jasa Grab di Kota Palembang.

➤ **Hasil Uji F (Simultan)**

Pada uji ini bertujuan untuk membuktikan apakah seluruh variabel independen berpengaruh terhadap dependennya.

Tabel Hasil Uji F Secara Simultan

Variabel	Signifikan	$\alpha = 0,05$	Keterangan
Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan	0,000	0,05	Signifikan

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2021

Dari uji F pada tabel diatas, hasil menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak H_a diterima. sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas sistem informasi (X1), harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada jasa Grab di Kota Palembang.



E. PEMBAHASAN

1) Pengaruh Kualitas Sistem Informasi (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 (uji t) menunjukkan nilai signifikan antara variabel kualitas sistem informasi (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara kualitas sistem informasi (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas sistem informasi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Grab di Kota Palembang dapat diterima. Bukti bahwa kualitas sistem informasi yang dilakukan dapat mempengaruhi pada konsumen adalah dengan memberikan aplikasi yang kompatibel untuk semua jenis perangkat dan selalu memantau server agar selalu siap jika mengalami gangguan yang dirasakan oleh pelanggan Grab agar para pelanggan Grab tetap setia menggunakan aplikasi Grab.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas sistem informasi secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa aplikasi Grab di Kota Palembang. Kualitas sistem informasi yang diberikan oleh pihak perusahaan memberikan kesan sendiri untuk para pelanggan untuk menggunakan kembali. Perusahaan yang mengutamakan kualitas sistem informasi yang baik akan memberikan dampak yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prawiranata dan Rahmawati (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas sistem informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 (uji t) menunjukkan nilai signifikan antara variabel harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Grab di Kota Palembang dapat diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh harga secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa aplikasi Grab di Kota Palembang. Harga yang baik yang dilakukan secara serempak akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi pihak manajemen perusahaan harus pandai menetapkan harga dengan tepat agar pelanggan tidak merasa kemahalan. Dengan harga yang terjangkau maka pelanggan tidak akan ragu untuk mencoba memakai jasa perusahaan tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oktarini (2019) yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa aplikasi Gojek di Kota Tangerang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (uji t) menunjukkan nilai signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan

(X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Grab di Kota Palembang dapat diterima.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa Grab di Kota Palembang. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan memberikan kesan sendiri bagi pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut. perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewa (2018) yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi penjualan jasa Grabcar terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada wisatawan di Yogyakarta).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4) Pengaruh Kualitas Sistem informasi (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil output koefisien korelasi diperoleh nilai korelasi (r) sebesar 0,582 berarti angka ini berada pada rentang 0,40-0,599. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara kualitas sistem informasi (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sedang.

Hasil determinasi diperoleh dari nilai R Square (R^2) sebesar 0,338 atau 33,8% Artinya kontribusi sumbangan pengaruh variabel kualitas sistem informasi (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap naik turunnya kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,338 sisanya ($100\% - 33,8\%$) = 66,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil F secara simultan atau bersama-sama antara kualitas sistem informasi (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H^a) diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas sistem informasi (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada jasa Grab di Kota Palembang.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prawiranata dan Rahmawati (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas sistem informasi (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

F. KESIMPULAN DAN SARAN

1) Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dengan ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a) Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Sistem informasi (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada jasa Grab di Kota Palembang.
- b) Ada pengaruh yang signifikan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada jasa Grab di Kota Palembang.
- c) Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada jasa Grab di Kota Palembang



- d) Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Sistem informasi (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara bersama sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada jasa Grab di Kota Palembang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
- 2) Saran
- Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :
- a) Grab selaku perusahaan transportasi yang berbasis *online* harus membuat aplikasi yang kompatibel untuk semua jenis perangkat dan selalu memantau server agar selalu siap jika mengalami gangguan yang dirasakan oleh pelanggan Grab.
 - b) Untuk Harga, yang perlu diperhatikan keseimbangan antara pelayanan yang diberikan dengan harga harus diperhatikan agar para pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diberikan berdasarkan nominal uang, dan bisa memberikan discount harga bagi para pengguna jasa Grab yang baru menggunakan aplikasi tersebut.
 - c) Untuk kualitas pelayanan tentu sangat perlu driver grab harus memberikan pelayanan yang baik serta memberikan rasa nyaman untuk para pelanggannya agar para pelanggan tersebut tetap setia menggunakan jasa aplikasi Grab tersebut.
 - d) Untuk dapat meningkatkan pelanggan pengguna jasa, pada Grab Palembang diharapkan dapat selalu menciptakan suasana yang mengesankan sehingga pengguna jasa dapat melakukan pemesanan ulang dan menarik kembali pengguna jasa yang diharapkan oleh PT. Grab Teknologi Indonesia.
 - e) Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk memperbanyak jumlah variabel dan membandingkan dengan transportasi *online* lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewa Chriswardana Bayu . (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Amik Bsi Yogyakarta*.
- Halim Prawirananta & Rahmawati. (2017). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Gojek di Kota Yogyakarta. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid ke 1*, Edisi ke Sembilan, Jakarta: Erlangga.
- Oktariansyah, Damayanti, R, Usman, B & Eko Putra, A. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Angkutan Umum (Transmisi) Melalui Kinerja Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol. 15 (1), 2017, Hal: 49-61.
- Riri Oktarini. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang. *Universitas Pamulang*.

Sudarsono, Arfian Ribut. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna. Artikel, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Bisnis. Bandung, Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran Jasa. Yogyakarta: CV. Andi.

