

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI GO-JEK DI KOTA MEDAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Go-Jek di Kota Medan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena transisi perilaku konsumen dari fase ketergantungan subsidi ke kalkulasi nilai fungsional, serta adanya permasalahan terkait fluktuasi harga dan kesenjangan kualitas pelayanan pada fitur-fitur Go-Jek, seperti Go-Food. Masalah utama yang diidentifikasi meliputi harga yang berubah-ubah yang memengaruhi pertimbangan konsumen, kualitas pelayanan yang belum sepenuhnya sesuai dengan keinginan pengguna, serta tingkat kepuasan pelanggan yang masih tergolong rendah. Penurunan kepuasan ini juga dipengaruhi oleh ulasan negatif atau *word of mouth* (WOM) yang kurang baik di media sosial. Secara teoretis, keputusan pembelian dalam penelitian ini ditinjau sebagai proses evaluasi konsumen yang mencakup pengenalan masalah hingga perilaku pasca pembelian. Variabel harga diukur melalui indikator tujuan penetapan harga dan analisis biaya, sementara kualitas pelayanan diukur melalui dimensi keandalan (*reliability*), responsivitas (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Kepuasan pelanggan diposisikan sebagai faktor penentu loyalitas dan keputusan pembelian ulang. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa dimensi keandalan merupakan aspek yang paling stabil, sementara aspek rasa aman dan kepedulian personal masih memerlukan peningkatan signifikan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademis dan masukan bagi PT. Go-Jek dalam merumuskan strategi pemasaran guna meningkatkan keputusan pembelian di Kota Medan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of price, service quality, and customer satisfaction on purchasing decisions on the Go-Jek app in Medan. The background of this study is based on the phenomenon of consumer behavior transitioning from subsidy dependence to functional value calculation, as well as issues related to price fluctuations and service quality gaps in Go-Jek features, such as Go-Food. The main problems identified include fluctuating prices that influence consumer considerations, service quality that does not fully meet user expectations, and low levels of customer satisfaction. This decline in satisfaction is also influenced by negative reviews or unfavorable word of mouth (WOM) on social media. Theoretically, purchasing decisions in this study are viewed as a consumer evaluation process that includes problem recognition and post-purchase behavior. Price variables are measured through pricing objectives and cost analysis, while service quality is measured through the dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. Customer satisfaction is positioned as a determining factor in loyalty and repurchase decisions. The pre-survey results indicate that the reliability dimension is the most stable aspect, while the sense of security and personal care aspects still require significant improvement. This research is expected to serve as an academic reference and input for PT. Go-Jek in formulating marketing strategies to improve purchasing decisions in Medan.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Purchase Decisions