

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TAKSI
BLUE BIRD DI POOL WARUNG BUNCIT JAKARTA SELATAN

Irsyadu Ibad Samtanu

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

lbad96776@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction of Blue Bird Taxi at Warung Buncit Pool, South Jakarta, both partially and simultaneously. This study employed a quantitative method with a descriptive approach. Data were collected through questionnaires distributed to 100 Blue Bird Taxi customers selected using incidental sampling. The data were analyzed using multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction, with a regression coefficient of 0.509, a t-value of 5.607, and a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating that H_1 was accepted. Price also had a positive and significant effect on customer satisfaction, with a regression coefficient of 0.383, a t-value of 4.292, and a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating that H_2 was accepted. Simultaneously, service quality and price had a positive and significant effect on customer satisfaction, as indicated by an F-value of 158.673 and a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating that H_3 was accepted. The coefficient of determination (R^2) of 0.766 indicates that service quality and price explain 76.6% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 23.4% is influenced by other factors outside the research model. Based on the regression coefficients, service quality is the more dominant variable in influencing customer satisfaction compared to price.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Blue Bird Taxi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Taksi Blue Bird di Pool Warung Buncit Jakarta Selatan, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pelanggan Taksi Blue Bird yang ditentukan menggunakan teknik incidental sampling. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,509, nilai t-hitung 5,607, dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_1 diterima. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,383, nilai t-hitung 4,292, dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_2 diterima. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F-hitung sebesar 158,673 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_3 diterima. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,766 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan 76,6% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 23,4% sisanya

Article history

Received : Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan nilai koefisien regresi, kualitas pelayanan merupakan variabel yang lebih dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan dibandingkan harga. Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Taksi Blue Bird	
--	--

1. Pendahuluan

Mobilitas masyarakat yang tinggi di kawasan metropolitan menjadikan transportasi sebagai salah satu kebutuhan penting dalam menunjang aktivitas sehari-hari. Perkembangan sektor transportasi yang semakin pesat, ditandai dengan hadirnya berbagai layanan transportasi konvensional maupun berbasis digital, turut meningkatkan persaingan antarpenyedia jasa. Kondisi tersebut menuntut perusahaan transportasi untuk mampu memberikan pelayanan yang baik agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggan.

Salah satu perusahaan transportasi taksi yang telah lama beroperasi di Indonesia adalah Bluebird Group. Bluebird dikenal melalui pelayanan yang mencakup kenyamanan kendaraan, keramahan pengemudi, keamanan perjalanan, kemudahan pemesanan, serta ketepatan waktu. Namun, munculnya berbagai layanan transportasi online memberikan tantangan tersendiri bagi perusahaan taksi konvensional. Dalam kondisi persaingan tersebut, kepuasan pelanggan menjadi salah satu aspek penting karena pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan penggunaan kembali dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam jasa transportasi, pelanggan secara langsung merasakan kualitas pelayanan selama perjalanan, mulai dari kondisi kendaraan, ketepatan waktu, keamanan, kenyamanan, hingga sikap pengemudi. Selain itu, harga juga menjadi pertimbangan pelanggan dalam menilai suatu layanan. Pelanggan tidak hanya mempertimbangkan besarnya tarif, tetapi juga kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan pelayanan, fasilitas, keamanan, kenyamanan, dan manfaat yang diterima.

Pool Warung Buncit Jakarta Selatan berada di kawasan dengan aktivitas masyarakat yang cukup tinggi, meliputi area perkantoran, pusat kuliner, pertokoan, dan permukiman. Kondisi tersebut menyebabkan kebutuhan terhadap layanan transportasi, termasuk Taksi Blue Bird, cukup tinggi. Meskipun Bluebird dikenal memperhatikan kualitas pelayanan, masih terdapat kemungkinan ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diterima, seperti keterlambatan penjemputan, kondisi kendaraan, sikap pengemudi, maupun pertimbangan terhadap tarif yang dibayarkan. Kondisi tersebut menjadi penting untuk dikaji karena dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Taksi Blue Bird di Pool Warung Buncit Jakarta Selatan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga kesesuaian harga dengan harapan pelanggan.

2. Tinjauan Pustaka

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek penting dalam industri jasa karena pelanggan secara langsung menilai pelayanan yang diterimanya selama proses penggunaan jasa. Kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang

sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam pengukurannya, konsep SERVQUAL yang dikembangkan Parasuraman et al. banyak digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan melalui lima dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Pada jasa transportasi taksi, kelima dimensi tersebut dapat tercermin melalui kondisi dan kenyamanan kendaraan, ketepatan pelayanan, daya tanggap pengemudi, jaminan keamanan, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. Konsep tersebut relevan dengan penelitian ini karena pelanggan Taksi Blue Bird mengalami dan menilai kualitas pelayanan secara langsung selama perjalanan.

Selain kualitas pelayanan, harga merupakan aspek yang dapat memengaruhi penilaian pelanggan terhadap suatu jasa. Harga tidak hanya dipandang sebagai sejumlah uang yang harus dibayarkan, tetapi juga sebagai pengorbanan pelanggan untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Dalam konteks transportasi, pelanggan dapat mempertimbangkan keterjangkauan tarif, kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan, daya saing harga, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima. Dengan demikian, harga yang dipersepsikan wajar dan sebanding dengan manfaat yang diperoleh dapat membentuk penilaian yang lebih positif terhadap jasa yang digunakan.

Kepuasan pelanggan pada dasarnya berkaitan dengan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja atau pelayanan yang diterimanya. Pelanggan akan cenderung merasa puas ketika pelayanan yang diterima mampu memenuhi atau melebihi harapan. Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan tercermin melalui kesesuaian harapan, keinginan menggunakan kembali, kesediaan merekomendasikan, serta kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan dan harga kemudian menjadi dua aspek yang secara teoritis dapat membentuk evaluasi pelanggan terhadap pengalaman menggunakan jasa.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan adanya keterkaitan antara kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan pada sektor transportasi. Harjati dan Fuad (2017) meneliti pelanggan Taksi Blue Bird dan menemukan bahwa kualitas pelayanan serta persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut memiliki relevansi yang kuat karena menggunakan objek Taksi Blue Bird serta variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan. Penelitian Zakaria dan Suwitho (2017) pada pengguna Taksi Blue Bird segmen reguler di Surabaya juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, bersama dengan variabel kualitas produk.

Meskipun penelitian terdahulu telah menunjukkan hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan pada jasa transportasi, penelitian dengan kombinasi kedua variabel tersebut pada Taksi Blue Bird di Pool Warung Buncit Jakarta Selatan masih relevan dilakukan. Perbedaan lokasi penelitian dapat memberikan konteks pelanggan dan karakteristik layanan yang berbeda, terutama karena Warung Buncit merupakan kawasan dengan aktivitas masyarakat yang cukup tinggi. Selain itu, penelitian ini memfokuskan analisis pada dua variabel utama, yaitu kualitas pelayanan dan harga, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh keduanya terhadap kepuasan pelanggan pada konteks lokasi penelitian yang spesifik.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu tersebut, dapat disintesis bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang secara teoritis berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang mampu memenuhi harapan pelanggan serta harga yang dipersepsikan sesuai dengan manfaat yang diterima diperkirakan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga

terhadap kepuasan pelanggan Taksi Blue Bird di Pool Warung Buncit Jakarta Selatan, baik secara parsial maupun simultan.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Taksi Blue Bird di Pool Warung Buncit Jakarta Selatan.

H2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Taksi Blue Bird di Pool Warung Buncit Jakarta Selatan.

H3: Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Taksi Blue Bird di Pool Warung Buncit Jakarta Selatan.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan melalui pengukuran variabel menggunakan instrumen penelitian dan analisis statistik. Penelitian ini terdiri atas dua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2), serta satu variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan (Y). Analisis dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial maupun pengaruh keduanya secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian dilaksanakan di Pool Taksi Blue Bird Warung Buncit, Jakarta Selatan. Lokasi tersebut dipilih karena merupakan salah satu lokasi operasional dan aktivitas pelanggan Taksi Blue Bird sehingga sesuai dengan objek penelitian. Penelitian dilaksanakan pada Mei sampai Juli 2026, yang meliputi tahap penyusunan instrumen, pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, serta penyusunan laporan penelitian. Pemilihan lokasi dan periode penelitian dilakukan agar data yang diperoleh sesuai dengan kondisi pelanggan yang menggunakan jasa Taksi Blue Bird pada lokasi penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Taksi Blue Bird yang menggunakan jasa transportasi di Pool Warung Buncit, Jakarta Selatan. Jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti karena jumlah pelanggan yang menggunakan jasa transportasi pada lokasi tersebut dapat berubah dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, populasi penelitian dikategorikan sebagai populasi tidak terbatas (infinite population). Sampel penelitian terdiri atas 100 pelanggan Taksi Blue Bird. Penentuan responden menggunakan incidental sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pelanggan yang secara kebetulan ditemui peneliti di lokasi penelitian dan memenuhi kriteria sebagai responden. Kriteria responden adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa Taksi Blue Bird dan bersedia memberikan jawaban terhadap kuesioner penelitian. Jumlah 100 responden digunakan sebagai sampel penelitian sebagaimana rancangan penelitian yang telah ditetapkan.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Taksi Blue Bird. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang berasal dari jurnal ilmiah, buku, artikel ilmiah, dan dokumen yang relevan dengan kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Selain kuesioner, penelitian juga menggunakan observasi untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi pelayanan Taksi Blue Bird di lokasi penelitian serta dokumentasi sebagai data pendukung penelitian.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Variabel kualitas pelayanan (X1) diukur melalui lima dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Variabel harga (X2) diukur melalui indikator keterjangkauan, kesesuaian, dan daya saing harga, sedangkan kepuasan pelanggan (Y) diukur melalui indikator kesesuaian harapan, kepuasan terhadap pelayanan, minat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Seluruh pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), kurang setuju/netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

Sebelum digunakan dalam analisis utama, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel pada tingkat signifikansi yang digunakan. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha untuk mengetahui konsistensi internal instrumen. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha memenuhi kriteria reliabilitas yang digunakan dalam penelitian.

Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif menggunakan IBM SPSS. Analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan kecenderungan jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik, yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui distribusi residual dalam model regresi, uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya hubungan yang terlalu kuat antarvariabel independen, sedangkan uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui kesamaan atau ketidaksamaan varians residual dalam model regresi.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda karena penelitian melibatkan dua variabel independen dan satu variabel dependen. Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan

X_1 = Kualitas Pelayanan

b_2 = Koefisien regresi Harga

X_2 = Harga

e = error atau variabel pengganggu.

Analisis selanjutnya meliputi koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui proporsi variasi kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga dalam model penelitian. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Pengambilan keputusan pengujian hipotesis dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Variabel dinyatakan memiliki pengaruh

signifikan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Dalam pelaksanaan penelitian, responden diberikan informasi mengenai tujuan pengumpulan data dan pengisian kuesioner dilakukan secara sukarela. Data yang diperoleh dari responden digunakan hanya untuk kepentingan penelitian dan identitas responden dijaga kerahasiaannya.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 pengguna jasa Taksi Blue Bird Pool Warung Buncit Jakarta Selatan. Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan metode pemesanan. Profil responden diperlukan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik pengguna jasa yang menjadi sumber data penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis kelamin	Laki-laki	58	58,0
	Perempuan	42	42,0
Usia	<18 tahun	3	3,0
	18-25 tahun	38	38,0
	26-35 tahun	31	31,0
	36-45 tahun	18	18,0
	>45 tahun	10	10,0
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	15	15,0
	Karyawan Swasta	45	45,0
	PNS/TNI/POLRI	12	12,0
	Wiraswasta	18	18,0
	Lainnya	10	10,0
Metode pemesanan	Aplikasi MyBluebird	49	49,0
	Street hail	22	22,0
	Antrian pangkalan	18	18,0
	WhatsApp/Call Center	11	11,0

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 1, responden didominasi laki-laki sebesar 58,0%. Berdasarkan usia, kelompok 18-25 tahun merupakan kelompok terbesar dengan proporsi 38,0%, diikuti kelompok 26-35 tahun sebesar 31,0%. Dari sisi pekerjaan, karyawan swasta menjadi kelompok dominan dengan persentase 45,0%. Sementara itu, aplikasi MyBluebird merupakan metode pemesanan yang paling banyak digunakan, yaitu 49,0% responden. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa pengguna jasa yang menjadi responden penelitian didominasi kelompok usia produktif dan pekerja sektor swasta, dengan kecenderungan menggunakan saluran pemesanan berbasis aplikasi.

Hasil Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menggunakan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dengan r-tabel sebesar 0,1966 pada jumlah responden 100 orang. Seluruh item pada variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai korelasi di atas r-tabel, sehingga seluruh butir dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Rentang Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	10	0,591-0,731	0,844	Valid dan reliabel
Harga (X_2)	10	0,560-0,768	0,857	Valid dan reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	10	0,590-0,707	0,761	Valid dan reliabel

Sumber: Output SPSS, 2026.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel berada di atas 0,70. Variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai 0,844, harga sebesar 0,857, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,761. Dengan demikian, instrumen memiliki konsistensi internal yang memadai dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Deskriptif Variabel

Persepsi responden terhadap kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan dianalisis menggunakan skala Likert lima poin. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa ketiga variabel memperoleh nilai rata-rata di atas 4,00.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Kategori
Kualitas Pelayanan (X_1)	4,079	Sangat Baik
Harga (X_2)	4,067	Sangat Baik
Kepuasan Pelanggan (Y)	4,078	Sangat Baik

Sumber: Output SPSS, 2026.

Tabel 3 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata tertinggi, yaitu 4,079, diikuti kepuasan pelanggan sebesar 4,078 dan harga sebesar 4,067. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian positif terhadap pelayanan dan harga yang diterima serta menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap jasa Taksi Blue Bird.

Pada variabel kualitas pelayanan, indikator dengan nilai rata-rata tertinggi adalah X1.3 sebesar 4,15, sedangkan nilai terendah terdapat pada X1.4 sebesar 3,96. Pada variabel harga, nilai

tertinggi terdapat pada X2.5 sebesar 4,10 dan terendah pada X2.4 sebesar 4,03. Sementara itu, variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai tertinggi pada Y3 sebesar 4,11 dan terendah pada Y2 dan Y8 sebesar 4,05. Rentang nilai yang relatif sempit menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap ketiga variabel cenderung konsisten dan positif.

Hasil Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis

Sebelum dilakukan analisis regresi, penelitian melakukan pengujian asumsi klasik. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,030. Nilai tersebut berada di bawah 0,05 sehingga secara statistik residual tidak sepenuhnya memenuhi asumsi normalitas berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov. Namun, pemeriksaan melalui Normal P-P Plot menunjukkan titik residual berada relatif dekat dengan garis diagonal. Kondisi tersebut menunjukkan adanya penyimpangan dari normalitas secara statistik, tetapi pola residual secara grafis tidak menunjukkan penyimpangan yang ekstrem. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, analisis regresi tetap dapat digunakan dengan interpretasi yang hati-hati terhadap hasil pengujian.

Hasil analisis regresi linear berganda disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t-hitung	Sig.
Konstanta	4,413	-	-
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,509	5,607	0,000
Harga (X ₂)	0,383	4,292	0,000

Sumber: Output SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 4,413 + 0,509X_1 + 0,383X_2$$

Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,509 menunjukkan bahwa peningkatan persepsi terhadap kualitas pelayanan diikuti peningkatan kepuasan pelanggan ketika variabel harga dikendalikan. Sementara itu, koefisien harga sebesar 0,383 menunjukkan bahwa peningkatan persepsi terhadap kesesuaian harga juga diikuti peningkatan kepuasan pelanggan ketika kualitas pelayanan dikendalikan. Kedua koefisien bernilai positif, sehingga hubungan antara masing-masing variabel independen dan kepuasan pelanggan bersifat searah.

Selanjutnya, kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi.

Tabel 5. Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,875	0,766	0,761

Sumber: Output SPSS, 2026.

Nilai R Square sebesar 0,766 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama mampu menjelaskan 76,6% variasi kepuasan pelanggan. Sebesar 23,4% sisanya merupakan variasi yang berasal dari faktor lain di luar variabel yang digunakan dalam model penelitian. Nilai R sebesar 0,875 juga menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen secara bersama-sama dengan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai t-hitung sebesar 5,607 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Taksi Blue Bird Pool Warung Buncit Jakarta Selatan. Hipotesis pertama (H_1) diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang dirasakan pelanggan, semakin tinggi pula kepuasan yang terbentuk. Nilai rata-rata kualitas pelayanan sebesar 4,079 memperlihatkan bahwa responden secara umum memberikan penilaian sangat baik terhadap pelayanan yang diterima. Dalam konteks jasa transportasi, kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan hasil perjalanan, tetapi juga mencakup pengalaman pelanggan selama proses pelayanan, seperti keramahan pengemudi, keamanan, kenyamanan kendaraan, ketanggapan, serta kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Hasil tersebut sejalan dengan konsep kualitas pelayanan yang menempatkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan sebagai bagian penting dalam pembentukan kepuasan. Ketika kinerja pelayanan sesuai atau lebih tinggi daripada ekspektasi pelanggan, evaluasi pelanggan terhadap jasa cenderung menjadi lebih positif.

Temuan penelitian ini juga memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi paling besar dibandingkan harga, yaitu 0,509. Hal ini memberikan indikasi bahwa dalam model penelitian ini kualitas pelayanan mempunyai kontribusi relatif lebih besar terhadap perubahan kepuasan pelanggan dibandingkan persepsi harga. Dengan demikian, pengalaman pelanggan selama memperoleh layanan menjadi aspek penting yang perlu dipertahankan oleh Blue Bird.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya perusahaan menjaga konsistensi kualitas pelayanan melalui peningkatan kompetensi pengemudi, pemeliharaan kendaraan, ketepatan dan kecepatan pelayanan, serta penciptaan pengalaman perjalanan yang aman dan nyaman. Upaya tersebut penting karena kualitas pelayanan merupakan titik interaksi langsung yang paling mudah dirasakan dan dievaluasi oleh pelanggan.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t menunjukkan bahwa harga memiliki nilai t-hitung sebesar 4,292 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima.

Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin sesuai harga yang dipersepsikan pelanggan dengan manfaat yang diterima, semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka. Nilai rata-rata variabel harga sebesar 4,067 menunjukkan bahwa responden secara umum menilai harga jasa Taksi Blue Bird dengan sangat baik.

Dalam jasa transportasi, harga tidak selalu dinilai hanya berdasarkan nominal tarif. Pelanggan cenderung membandingkan biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh, seperti keamanan, kenyamanan, kondisi kendaraan, profesionalitas pengemudi, serta kualitas pelayanan. Oleh sebab itu, tarif yang relatif tinggi sekalipun dapat tetap menghasilkan kepuasan apabila pelanggan menganggap manfaat yang diterima sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Harjati dan Fuad (2017) yang menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Taksi Blue Bird. Kesamaan hasil tersebut memperkuat argumentasi bahwa persepsi terhadap harga merupakan bagian penting dalam evaluasi pelanggan terhadap jasa transportasi.

Meskipun demikian, koefisien regresi harga sebesar 0,383 lebih rendah daripada kualitas pelayanan sebesar 0,509. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks responden penelitian ini, kualitas pelayanan memiliki pengaruh relatif lebih besar terhadap kepuasan dibandingkan harga. Artinya, pelanggan tidak hanya mencari tarif yang dianggap sesuai, tetapi juga mempertimbangkan kualitas pengalaman yang diperoleh selama menggunakan jasa.

Implikasi praktisnya adalah perusahaan perlu menjaga transparansi tarif dan memastikan pelanggan memperoleh manfaat yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan. Kesesuaian antara harga dan kualitas layanan menjadi penting agar pelanggan tidak hanya memandang tarif sebagai beban biaya, tetapi sebagai nilai yang diperoleh dari layanan transportasi yang digunakan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F menghasilkan nilai F-hitung sebesar 158,673 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) diterima.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan

F-hitung	Sig.	Keputusan
158,673	0,000	H_3 diterima

Sumber: Output SPSS, 2026.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dibentuk oleh satu aspek, tetapi merupakan hasil evaluasi terhadap kualitas layanan dan nilai yang dirasakan dari harga secara bersamaan. Nilai R Square sebesar 0,766 semakin memperkuat temuan tersebut karena kedua variabel mampu menjelaskan 76,6% variasi kepuasan pelanggan dalam model.

Secara konseptual, temuan ini memperlihatkan bahwa pelanggan mengevaluasi jasa transportasi melalui kombinasi antara **kinerja layanan yang diterima dan nilai yang harus dikorbankan untuk memperoleh layanan tersebut**. Pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan kepuasan, tetapi manfaat tersebut akan lebih optimal apabila pelanggan juga menilai biaya yang dikeluarkan sebagai sesuatu yang wajar dan sepadan.

Hasil penelitian juga memiliki kesesuaian dengan penelitian Harjati dan Fuad (2017) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Taksi Blue Bird. Konsistensi hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut memiliki relevansi yang kuat dalam menjelaskan kepuasan pengguna jasa transportasi.

Nilai R Square sebesar 76,6% juga menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang tinggi, tetapi masih terdapat 23,4% variasi kepuasan pelanggan yang belum dijelaskan. Variasi tersebut dapat berasal dari faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini, seperti citra perusahaan, kemudahan aplikasi, kepercayaan pelanggan, promosi, loyalitas, maupun pengalaman pelanggan sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model dengan memasukkan variabel-variabel tersebut untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pembentukan kepuasan pelanggan pada industri transportasi.

Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini terletak pada penguatan bukti empiris bahwa **kualitas pelayanan dan harga bukan hanya berpengaruh secara individual, tetapi secara bersama-sama menjadi determinan penting kepuasan pelanggan Taksi Blue Bird**, dengan kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh relatif lebih besar dalam model yang diuji.

5. Kesimpulan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Taksi Blue Bird di Pool Warung Buncit Jakarta Selatan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan pelanggan dalam penelitian ini, sedangkan sebagian lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa kepuasan pelanggan pada jasa transportasi tidak hanya berkaitan dengan kualitas pelayanan, tetapi juga dengan persepsi pelanggan terhadap harga yang dibayarkan.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, manajemen Taksi Blue Bird di Pool Warung Buncit Jakarta Selatan disarankan untuk memprioritaskan pemeliharaan aspek pelayanan yang secara langsung dirasakan pelanggan, terutama kebersihan dan kenyamanan armada, ketepatan waktu, keamanan berkendara, serta sikap dan kemampuan pengemudi dalam memberikan pelayanan. Evaluasi pelayanan secara berkala melalui umpan balik pelanggan dapat digunakan untuk mengidentifikasi aspek pelayanan yang masih perlu diperbaiki.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bas, A. G., & Syahria, N. 2025. "Analisis Persepsi Pasien Mengenai Kualitas Pelayanan Berdasarkan Pendekatan SERVQUAL." Jurnal Kesehatan Masyarakat.
- [2] Fandy Tjiptono. 2019. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.

- [3] Nursifa & Ekawati. 2024. "Analisis Kualitas Pelayanan Publik dengan Pendekatan SERVQUAL." Jurnal Administrasi Publik.
- [4] Parasuraman, Valarie Zeithaml, dan Leonard Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." Journal of Retailing.
- [5] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management. New Jersey: Pearson Education.
- [6] Prasetio, L., Assegaff, S., & Kurniabudi. 2025. "Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Menggunakan Metode SERVQUAL." Jurnal Manajemen Sistem Informasi
- [7] Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [8] Nursifa & Ekawati. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Publik dengan Pendekatan SERVQUAL. Jurnal Sektor Publik.
- [9] Prasetio, L., Assegaff, S., & Kurniabudi. (2025). Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Fuzzy Servqual. Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi.
- [10] Gaffar, V., 2007. CMR dan MPR Hotel. Bandung: Alfabeta.
- [11] Jasfar, F., 2009. Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [12] Swastha, B., 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
- [13] Tjahyadi, R. A., 2006. Brand Trust dalam Konteks Layanan Loyalitas: Peran Karakteristik, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan. Bandung: Alfabeta