



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA TRANSPORTASI GOJEK ONLINE DI KOTA AMBON

Imran Hatala¹

¹STIA Alazka, Jl. YPMM, Batu Merah, Ambon, Maluku, 97128, Indonesia

Email: imranhatala05@gmail.com

Article History

Received: 14-05-2024

Revision: 09-06-2024

Accepted: 23-06-2024

Published: 29-06-2024

Abstract. The ability of a transportation service company, namely Gojek online, to be able to recognize, meet and satisfy customer needs well, is a strategy for every company. This research was conducted to find out empirical evidence of the influence of price and service quality on online Gojek customer satisfaction in Ambon City. The research sample was obtained from 50 respondents and taken by incidental sampling, which is a sampling technique based on coincidence/incidental. The data collection technique uses a questionnaire. The data analysis technique in this study uses multiple regression analysis with the program used is SPSS version 17. The results of this study show that there is a positive and significant influence between service quality and customer satisfaction can be accepted. There is a positive and significant influence of price on acceptable consumer satisfaction. Service quality is the variable that most affects Gojek online consumer satisfaction

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

Abstrak. Kemampuan perusahaan jasa transportasi yakni Gojek online untuk dapat mengenali, memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan dengan baik, merupakan strategi pada setiap perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bukti empiris pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek online di Kota Ambon. Sampel penelitian diperoleh sebanyak 50 responden dan diambil secara sampling insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/insidental. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan program yang digunakan adalah SPSS versi 17. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gojek online.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

How to Cite: Hatala, I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Gojek Online di Kota Ambon. *PRODUCTIVITY: Journal of Integrated Business, Management, and Accounting Research*, 1 (1), 25-33. <http://doi.org/10.54373/product.v1i1.5>

PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang dibutuhkan dalam pembangunan ekonomi saat ini adalah jasa transportasi yang cukup dan memadai. Di Indonesia banyak dijumpai sepeda motor juga melakukan fungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang/barang dan memungut biaya yang disepakati, moda transportasi jenis ini dikenal dengan nama ojek (Fahrurrozi et al.,

2020). Dengan berkembangnya teknologi, saat ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan. Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek online yang dikenal dengan nama GoJek, Uber, Blu-Jek, Taksi Roda Dua, Grab Bike, Ojek Syar'i, Bang Ojek Aja (Datu et al., 2019). Semua memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda, namun dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi telepon genggam maupun *website* (Mallo & Nugroho, 2021).

Salah satu perusahaan jasa transportasi ojek *online* yang beroperasi di kota Ambon saat ini yakni Gojek *Online*. Perusahaan mulai beroperasi Pada 7 Desember 2018, dengan meluncurkan aplikasi *mobile* Gojek berbasis *location-based search* untuk telepon genggam berbasis *android* (Yanti, 2021). Melalui aplikasi ini, pengendara ojek dapat melihat order yang masuk dan lokasi pemesannya untuk ditanggapi, dan pelanggan dapat memantau posisi pengendara ojek yang menanggapi order. Jasa dan layanan Gojek berkembang tidak hanya sebagai transportasi orang, tetapi juga dapat digunakan sebagai pengantar makanan yang dipesan (*food delivery*). Gojek menjadi pionir layanan ojek berbasis aplikasi *mobile* melalui layanan Go-Ride-nya (Sianipar, 2019). Beberapa perusahaan yang menjadi pesaing Gojek di kota Ambon adalah GrabTaxi, dengan GrabBike-nya. Kedua perusahaan ini memiliki layanan yang serupa dengan layanan Go-Ride dari Gojek. Semakin banyaknya ojek *online* berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga dan terdapatnya alternatif pilihan jasa ojek *online* (Siti Arofah & Alam, 2019). Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan ojek online khususnya Gojek harus bisa menciptakan kepuasan konsumennya (Putri & Diamantina, 2019).

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Tjiptono (2005) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa dan sebaliknya bila sesuai dengan harapan maka akan timbul kepuasan. Menurut Kotler (2009) secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang

timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Lupiyoadi (2001) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun pelayanan/jasa adalah suatu barang yang tidak berwujud, namun pelayanan dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seseorang (Widjaja & Indrawati, 2018). Kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan konsumen karena terjadinya interaksi antara konsumen dengan pihak perusahaan. Sesuai dengan konsep kepuasan konsumen, bahwa kepuasan konsumen dapat tercapai bila kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen. Jadi, baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sangatlah memengaruhi kepuasan konsumen (Tresiya & Subagyo, 2018).

Faktor lain yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditimbang beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya (Kotler & Keller, 2009). Harga merupakan hal yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya (Kumentas & Rorong, 2022).

Hasil pengamatan yang dilalukan terhadap Gojek terkait dengan pelayanan bahwa pemesanan Gojek berbasis *online* ini yang hanya terbatas bagi para pengguna *smartphone* android, yang lebih khusus tentunya yang mempunyai aplikasi Gojek saja. Waktu tunggu saat mulai pesan sampai ke tangan pelanggan agak lama. Selain itu. Terkait dengan keselamatan ternyata perusahaan Gojek tidak menyediakan jas hujan untuk para penumpang. Sementara itu, terkait dengan masalah harga ternyata tarif minimum untuk Gojek adalah Rp12.000 rupiah, sedangkan untuk garab Rp10.000 rupiah diluar jam sibuk dan ojek konvensional Rp5000. Perbandingan tarif ini menunjukkan bahwa tarif Gojek masih lebih mahal dibandingkan dengan pesainnya. Kondisi seperti dapat ini menyebabkan citra Gojek menjadi negatif di mata konsumen. Selain itu, apabila hal ini dibiarkan terus menerus artinya pengemudi Gojek tidak bekerja sesuai standar yang ditetapkan, maka akan menyebabkan pelanggan menjadi tidak puas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi Gojek *Online* di Kota Ambon.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif yakni penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau pengaruh satu atau lebih variabel independen dengan satu variable dependen. Pengambilan sampel dilakukan secara *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011). Adapun populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pengguna jasa Gojek *Online* di kota Ambon yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen atau pengguna jasa Gojek *Online* di Desa Batumerah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 orang pengguna Gojek *Online* di Kota Ambon. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang kemudian diukur dengan menggunakan skala likert.

Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data primer yaitu (1) karakteristik responden yang diteliti mencakup pekerjaan dan tingkat penghasilan, (2) data mengenai bagaimana pendapat responden terhadap kualitas pelayanan, harga dan tingkat kepuasan. Adapun data sekunder yang diperoleh dari objek penelitian adalah tentang bagaimana latar belakang dan gambaran umum tentang Gojek *Online* di Kota Ambon. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara survei dan dokumentasi. Pengumpulan data dengan cara survei yaitu menggunakan teknik kuesioner dan wawancara. Instrumen untuk mengumpulkan data berupa kuesioner yang disusun dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis dalam yaitu analisis data yang bersifat deskriptif kuantitatif, yaitu analisis regresi linear berganda, uji signifikansi (uji T), dan uji simultan (uji F).

HASIL

Karakteristik Responden

Berdasarkan klasifikasi pekerjaan, responden dapat dikelompokkan ke dalam enam kelompok, seperti yang tercantum pada tabel berikut.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentasi
Pelajar / Mahasiswa	5	10%
Pegawai Swasta	15	30%
Pegawai Negeri	10	20%
TNI Polri	2	4%
Wiraswasta	16	32%
Jumlah	50	100%

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa 5 konsumen Gojek dari 50 responden adalah mahasiswa dengan persentase 10 %. Sedangkan pegawai swasta adalah sebanyak 15 responden dengan presentasi 30%. Selain itu 10 responden adalah pegawai negeri dengan persentasi 20 %. Responden dengan jenis pekerjaan TNI/Polri adalah sebanyak 2 responden dengan 4 %, sedangkan yang berprofesi sebagai wiraswasta adalah sebanyak 16 responden dengan persentase 32 %. Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa konsumen Gojek di kota Ambon memiliki peluang yang besar pada segmen berdasarkan pekerjaan yaitu pegawai swasta dan wiraswasta.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan

Pekerjaan	Jumlah	Persentasi
< Rp1.500.000	4	8%
Rp1.500.000 – 2.000.000	6	12%
Rp2.000.000 – 3.000.000	26	52%
> Rp3.000.000	14	28%
Jumlah	50	100%

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa 4 konsumen Gojek dari 50 responden adalah berpenghasilan dibawah 1,5 juta dengan persentase 8 %, penghasilan antara 1,5 juta sampai dengan 2 juta adalah sebanyak 6 responden. 26 responden adalah berpenghasilan antara 2 juta sampai dengan 3 juta dengan presntasi 52 %. Sedangkan penghasilan diatas 3 juta adalah sebanyak 14 responden atau sebesar 28 % dari 50 responden.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS versi 17 yang hasilnya dapat dilihat seperti pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil regresi linear berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.987	.447		2.210	.032
	Pelayanan	.554	.105	.568	5.288	.000
	Harga	.209	.077	.292	2.717	.009

Berdasarkan pada tabel di atas maka dapat dirumuskan persamaan linear berganda yaitu:

$$Y = 0,987 + 0,554X1 + 0,209X2$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Konsumen
 X1 = Kualitas Pelayanan
 X2 = Harga

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Konstanta = 0,987 menunjukkan nilai konstan, yang artinya kualitas pelayanan dan harga produk dianggap dianggap 0, maka keputusan pembelian akan sebesar 0,987. (2) Koefisien regresi (X1) = 0,554 menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y), Dengan kata lain jika variable X1 ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,554 satuan. (3) Koefisien regresi (X2) = 0,209 menunjukkan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y), Dengan kata lain jika variabel harga (X2) ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan berkurang sebesar 0,209 satuan.

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti pada tabel 4.8, maka hasil uji T pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Variabel kualitas pelayanan (X1); berdasarkan hasil analisis data dari uji simultan dan parsial diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Gojek *online* di kota Ambon. Bentuk pengaruh dari kualitas pelayanan dibuktikan dengan persamaan regresi yang bertanda positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang searah dalam artian bahwa jika kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar satu poin maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,554. Hubungan korelasi antara kualitas pelayanan Gojek *online* dengan kepuasan konsumen ditunjukkan dengan nilai *sig.* sama dengan $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variable kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen Gojek di Kota Ambon. Jadi dapat dikatakan bahwa hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen Gojek *online* di Kota Ambon adalah cukup kuat, signifikan dan searah.
- Variabel harga (X2); nilai t_{hitung} variabel harga adalah sebesar 2,717 dengan nilai signifikansi sebesar 0,009 yang jauh lebih kecil dari t_{tabel} 0,05 ($t_{hitung} 0,000 < t_{tabel} 0,05$), sehingga dapat dikatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Gojek *Online* di kota Ambon.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Pengujian signifikansi simultan dimaksudkan untuk mengetahui signifikansi dari seluruh variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel kepuasan konsumen.

Tabel 4. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Rata-rata Square	F	Sig.
1 Regression	4.978	2	2.489	22.710	.000 ^a
Residual	5.152	47	.110		
Total	10.130	49			

Berdasarkan tabel 4 di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai F hitung sebesar 22.710 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana F hitung lebih kecil dari F table 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi dalam output SPSS terletak pada model *summary* dan tertulis *R Square* yang nilainya berkisar nol sampai Dengan satu (Nugroho 2005).

Tabel 5. Pengujian determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.491	.470	.33107

Dari tabel 5 di atas, menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,491 atau sebesar 49 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan harga sebesar 49 %, sedangkan sisanya sebesar 51 % dijelaskan oleh faktor lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

DISKUSI

Berdasarkan hasil analisis data dari uji simultan dan uji parsial, dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Gojek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang dibuktikan dari uji analisis regresi. Bentuk pengaruh dari kualitas pelayanan dan harga dengan kepuasan konsumen

tersebut dapat digambarkan dengan persamaan regresi yang diperoleh nilai koefisien regresi yang bertanda positif, hal tersebut menunjukkan bahwa antar kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan satu *point*, maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan pelanggan. Jika harga ditingkatkan satu *point* maka akan diikuti dengan naiknya kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, untuk menjamin kepuasan pelanggan dapat terwujud, salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh Gojek dikota Ambon yaitu dengan menjamin kualitas pelayanan untuk tetap baik dan menjamin harga yang sesuai dengan harapan pelanggan, karena kontribusi dari kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan cukup besar (Sianipar, 2019).

Secara umum dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang penting agar diperoleh tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Hal ini ditunjukkan dari hasil simultan yang diperoleh dari kedua variabel yaitu kualitas pelayanan dan harga yang signifikan, yang berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh dari kedua variabel ini yakni sebesar 49 % dan sisanya yaitu 51 % dari kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Dari hasil analisis kualitas pelayanan dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan *driver* Gojek di kota Ambon termasuk dalam kategori baik yang sesuai dengan pernyataan sebagian besar responden. Meskipun demikian pada variabel harga pernyataan ke X2.4 dengan pernyataan “Tarif Gojek *online* dapat bersaing dengan layanan jasa ojek *online* sejenis” perlu mendapat perhatian karena mendapat nilai rata-rata sebesar 3,34 dibanding dengan nilai pada pernyataan variabel yang lain. Dalam penetapan harga perlu diperhatikan daya beli pelanggan, karena harga erat kaitannya dengan perspektif pelanggan (Watung et al., 2020). Pelanggan langsung merasakan perubahan harga yang ditawarkan. Seringkali perusahaan menetapkan harga terlalu berorientasi pada biaya dan kurang meninjau perubahan pasar. Oleh karena itu dalam menetapkan harga perlu diperhatikan pula daya beli konsumen agar pelanggan tidak beralih ke jasa transportasi yang lain (Fahrurrozi et al., 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang dilakukan dengan analisis regresi berganda. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Gojek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hasil ini berdasarkan penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dengan kepuasan pelanggan. Dengan demikian,

hipotesis H1 pada penelitian ini, yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Goek *online* dapat diterima. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi ojek *online* Gojek. Hasil ini berdasarkan H2 yaitu, terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

REFERENSI

- Datu, M. M. D., Kawatu, P. A. T., & Mandagi, C. K. F. (2019). *Hubungan Antara Lama Kerja Dengan Kelelahan Kerja Pada Pengendara Ojek Online Komunitas Manguni Rider Online*. 8(6).
- Fahrurrozi, F., Sayyidi, S., & Ali, I. (2020). Analisis Layanan Ojek Online PT. Grab Indonesia Wilayah Surabaya dalam Perspektif Bisnis Islam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 147–157. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.139>
- Kotler, Philip & Gary, A. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kumentas, R. J. A., & Rorong, I. P. F. (2022). *Analisis Perbandingan Pendapatan Driver Ojek Konvensional Dan Ojek Online Gojek (Studi Pada Driver Ojek Dan Ojek Online Di Minahasa Utara)*. 22(6).
- Mallo, H. A. R., & Nugroho, P. I. (2021). Analisis Pendapatan Pengemudi Ojek Online Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Salatiga. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 12(1), 67. <https://doi.org/10.23887/jap.v12i1.33382>
- Putri, H. S., & Diamantina, A. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Keselamatan Dan Keamanan Pengemudi Ojek Online Untuk Kepentingan Masyarakat. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(3), 392–403. <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i3.392-403>
- Sianipar, G. J. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 183–196. <https://doi.org/10.54367/jmb.v19i2.576>
- Siti Arofah, A. F., & Alam, Y. T. (2019). Eksistensi Driver Ojek Online Wanita Sebagai Bentuk Kesetaraan Gender. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(2), 171–183. <https://doi.org/10.33369/jsn.5.2.171-183>
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management and strategy*. Edisi Pertama. Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy & Gregorius, C. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi: Yogyakarta
- Tresiya, D., & Subagyo, H. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri*. 1.
- Watung, M. P., Rotinsulu, D. C., Tumangkeng, S. Y. L., & Ruratulangi, U. S. (2020). *Analisis Perbandingan Pendapatan Ojek Konvensional Dan Ojek Online Di Kota Manado*. 20(03).
- Widjaja, A. E., & Indrawati, L. (2018). Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Ojek Online. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(02), 169–178. <https://doi.org/10.24123/jbt.v2i02.1617>
- Yanti, P. F. (2021). *Mengukur Kualitas Pelayanan pada Ojek Online di Masa Pandemi*.