



## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GORIDE (Studi Pada Konsumen Gojek di Kota Cirebon)**

**Mochamad Calvin Farell<sup>a\*</sup>, Sudadi Pranata<sup>b</sup>**

<sup>a</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, [calvin.farell.mj.21@cic.ac.id](mailto:calvin.farell.mj.21@cic.ac.id), Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Provinsi Jawa Barat

<sup>b</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, [sudadi.pranata@cic.ac.id](mailto:sudadi.pranata@cic.ac.id), Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Provinsi Jawa Barat

\* Korespondensi

### **ABSTRACT**

*The aim of this research is to determine the influence of service quality and ease of use on Goride customer satisfaction among Gojek users in Cirebon City. The research population includes all Goride users who use the Gojek application in Cirebon City, with a sample of 100 respondents. This research uses quantitative methods with purposive sampling through questionnaires. Data analysis was carried out using multiple linear regression with SmartPLS software. The research results show that service quality has a positive and significant effect on Goride customer satisfaction. Apart from that, ease of use also has a positive and significant impact on Goride customer satisfaction. Overall, service quality and ease of use have a positive and significant effect on Goride customer satisfaction among Gojek users in Cirebon City.*

**Keywords:** *Service Quality, Ease Of Use, and Customer Satisfaction*

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan pengguna terhadap kepuasan pelanggan Goride pada konsumen Gojek di Kota Cirebon. Populasi penelitian mencakup seluruh pengguna Goride yang menggunakan aplikasi Gojek di Kota Cirebon. Sampel yang diteliti terdiri dari 100 responden. Dalam penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* melalui kuesioner. Untuk menganalisa data dilakukan metode regresi linear berganda melalui perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Goride. Selain itu, kemudahan pengguna juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Goride. Secara keseluruhan, baik kualitas pelayanan maupun kemudahan pengguna memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Goride pada konsumen Gojek di Kota Cirebon.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kemudahan Pengguna dan Kepuasan Pelanggan.

### **1. PENDAHULUAN**

Di era perkembangan teknologi yang semakin pesat dan canggih pada saat ini dapat mempermudah pekerjaan dan kegiatan sehari-hari manusia termasuk memberikan pelayanan transportasi umum yang dapat digunakan dan diakses dengan mudah, cepat dan harga yang sudah pasti sesuai dengan jarak tujuan. Dahulu sebelum berkembangnya teknologi, layanan transportasi umum hanya di dapat di daerah atau jalan tertentu saja sehingga mempersulit pengguna layanan transportasi untuk menggunakan jasa transportasi umum tersebut. Beragam aplikasi layanan transportasi online bermunculan membuat setiap perusahaan memiliki strategi untuk memberikan layanan transportasi online yang terjangkau untuk seluruh penggunanya.

Pelayanan merupakan usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan tujuan mencapai kepuasan mereka (Lupiyoadi & Hamdani, 2016). Kualitas pelayanan merupakan

*Received September 27, 2024; Revised Oktober 2, 2024; Accepted November 7, 2024; Published November 14, 2024*

upaya yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain, seperti konsumen, pelanggan, pengunjung. Tingkat kepuasan dari pelayanan ini dapat dirasakan oleh kedua belah pihak, yaitu pihak yang memberikan pelayanan maupun pihak yang menerimanya (Rangkuti, 2015). Mencapai kepuasan pelanggan memberikan keuntungan seperti menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan sehingga hubungan keduanya menjadi lebih baik lagi, mendorong pelanggan untuk membeli kembali, meningkatkan kesetiaan pelanggan, serta menghasilkan penilaian positif dari mulut ke mulut yang menguntungkan untuk perusahaan (Tjiptono, 2014). Kemudahan penggunaan adalah seberapa mudah seseorang dapat menyelesaikan suatu tugas karena penggunaan sistem atau teknologi tertentu (Hinati, 2019).

Layanan transportasi online yang akan diteliti adalah PT Gojek Indonesia dan berfokus meneliti pada layanan Goride. Gojek merupakan jasa layanan ojek online yang pertama kali beroperasi di Indonesia dengan memberikan dan menawarkan kemudahan mobilitas untuk semua penggunanya dalam kehidupan sehari-hari. Goride merupakan layanan transportasi yang ditawarkan oleh Gojek kepada penggunanya, Goride menggunakan kendaraan bermotor roda dua sehingga hanya dapat digunakan oleh 1 penumpang saja.

Rumusan masalah yaitu: Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Goride (studi pada konsumen Gojek di Kota Cirebon), Apakah kemudahan pengguna berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Goride (studi pada konsumen Gojek di Kota Cirebon) dan Apakah kualitas pelayanan dan kemudahan pengguna berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Goride (studi pada konsumen Gojek di Kota Cirebon). Tujuan Penelitian yaitu: Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Goride (studi pada konsumen Gojek di Kota Cirebon), Untuk mengetahui pengaruh kemudahan pengguna terhadap kepuasan pelanggan Goride (studi pada konsumen Gojek di Kota Cirebon) dan Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan pengguna secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Goride (studi pada konsumen Gojek di Kota Cirebon).

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat menyediakan informasi yang berguna untuk memperluas pengetahuan dan menerapkan teori terkait manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kemudahan pengguna terhadap kepuasan pelanggan Goride (studi pada aplikasi Gojek di Kota Cirebon) dan manfaat Praktis Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bernilai dan pengetahuan bermanfaat bagi semua pihak terlibat, khususnya untuk perusahaan Gojek di Kota Cirebon untuk mempertahankan kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, karena kualitas pelayanan yang baik dan kemudahan penggunaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat menjadi hal yang sangat penting untuk terus bersaing secara kompetitif di penyedia layanan transportasi online dan keberlangsungan hidup perusahaan.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam memastikan kestabilan perusahaan. Hubungan yang kuat antara kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan dapat berkontribusi pada peningkatan keuntungan perusahaan (Adriansyah & Saputri, 2020). Kualitas pelayanan merujuk pada mutu layanan yang diberikan oleh Gojek kepada pelanggan, sesuai dengan standar prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan termasuk tujuan dari kualitas pelayanan sehingga mereka dapat tetap loyal terhadap penyedia layanan (Oktarini & Riri, 2019). Indikator dalam kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : berwujud, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati (Tjiptono, 2011).

### **2.2 Kemudahan Pengguna**

Kemudahan pengguna merupakan tingkat kepercayaan seseorang ketika menggunakan teknologi yang tidak membutuhkan banyak usaha karena kemudahannya (Maskuri, et al, 2019). Untuk mempermudah pengalaman pengguna, perusahaan dapat menyediakan informasi tentang cara penggunaan, memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menilai layanan dan memberikan umpan balik, serta memungkinkan pelanggan untuk menghubungi layanan pelanggan secara langsung jika menghadapi masalah dalam menggunakan aplikasi. (Yudha, Arifin, and Hufron, 2019). Indikator dalam kemudahan pengguna yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : mudah dipelajari, mudah dikendalikan, fitur sesuai kebutuhan dan mudah diakses (Jogiyanto, 2010).

### 2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kesesuaian antara ekspektasi seseorang dengan hasil yang diperoleh atau layanan yang diterima. (Kotler & Amstrong, 2005). Indikator kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: kesesuaian harapan, kesesuaian harga dan kepuasan pelayanan (Musalifah & Fauzan, 2019). Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan.

### 2.4 Penelitian Terdahulu

Pada beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Fransiska & Ajeng, 2023) menunjukkan kualitas layanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitian lainnya oleh (Septi Herawati et al., 2022) menunjukkan kualitas pelayanan dan kemudahan pengguna berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Mu'minatus & Ditiya, 2022) menunjukkan persepsi kualitas layanan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen. Lalu di penelitian lainnya oleh (Satria Abdi et al, 2019) menunjukkan kemudahan penggunaan dan kualitas pelayanan terdapat pengaruh baik dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian lainnya oleh (Anisa et al., 2021) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan go-jek. Penelitian lainnya oleh (Mathodah S, 2019) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berbeda dengan penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh (Mahendri & Munir, 2021) menunjukkan kualitas pelayanan tidak memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada layanan transportasi ojek online Gojek di Sidoarjo. Penelitian lainnya oleh (Desri et al., 2024) mengatakan kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

Karena terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu sehingga peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Pengguna Terhadap Kepuasan Pelanggan Goride (Studi Pada Konsumen Gojek di Kota Cirebon)”.

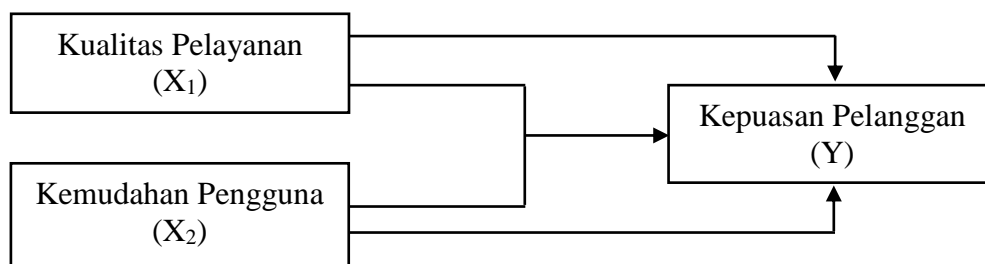
### 2.5 Hipotesis Penelitian

H1: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Goride (studi pada konsumen Gojek di Kota Cirebon).

H2: Kemudahan pengguna memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Goride (studi pada konsumen Gojek di Kota Cirebon)

H3: Kualitas pelayanan dan kemudahan pengguna secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Goride (studi pada konsumen Gojek di Kota Cirebon).

### 2.6 Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Pengguna Terhadap Kepuasan Pelanggan Goride (Studi Pada Konsumen Gojek di Kota Cirebon)” menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Kemudahan Pengguna (X2). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh pengguna Goride pada aplikasi Gojek di Kota Cirebon. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling yang merupakan metode seleksi sampel berdasarkan kriteria-kriteria khusus untuk penelitian ini terdapat kriteria yaitu pernah menggunakan layanan Goride pada aplikasi Gojek minimal 1 kali.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner berbasis skala likert, yang telah disebar kepada pengguna layanan Goride pada aplikasi Gojek dan berisi pernyataan yang terstruktur. Pernyataan di kuesioner terdapat lima pilihan yang dapat dipilih oleh responden. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengolahan data menggunakan SmartPLS.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Deskriptif Responden

Data responden berdasarkan jenis kelamin dan usia disajikan pada tabel 1. Deskriptif responden yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan dengan menghasilkan jumlah responden untuk jenis kelamin mayoritas oleh laki-laki sebesar 56,7%, sementara untuk Perempuan hanya sebesar 43,3%. Lalu untuk usia mayoritas oleh usia 23-28 tahun sebesar 51,9%, usia 17-22 tahun sebesar 44,2%, usia >34 tahun sebesar 2,9% dan usia 29-34 tahun sebesar 1%. Berikut untuk tabel 1. Deskriptif responden sebagai berikut:

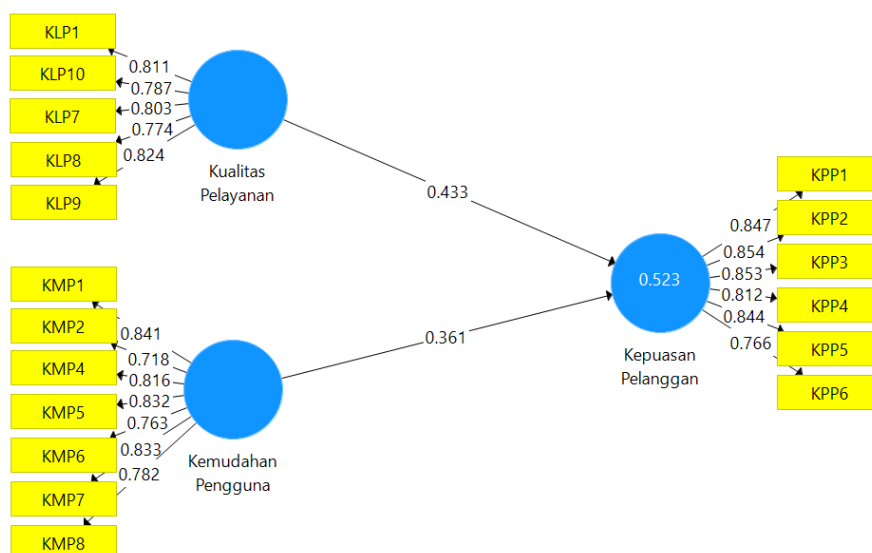
Tabel 1. Deskriptif Responden

Deskriptif Responden	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>	
Laki-Laki	56,7%
Perempuan	43,3%
<b>Usia</b>	
17-22	44,2%
23-28	51,9%
29-34	1%
>34	2,9%

Sumber: Data diolah, 2024

##### 4.2 Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS) dan analisis data dilakukan dengan perangkat lunak SmartPLS 3. Penelitian ini melibatkan ukuran sampel sebanyak 100 responden. Koefisien path pada gambar 2 hasil outer model menunjukkan bahwa yang menghubungkan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dengan menyumbang 0.433 dalam menilai kepuasan pelanggan dan kemudahan pengguna dengan kepuasan pelanggan dengan menyumbang 0.361 dalam menilai kepuasan pelanggan.



Gambar 2. Hasil *Outer Model*

##### 4.3 Convergent Validity

Berdasarkan hasil uji yang disajikan dalam tabel 2. Nilai *convergent validity* menunjukkan bahwa nilai *loading factor* untuk setiap indikator melebihi 0.7. Ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut

valid atau memiliki validitas konvergen yang baik karena sebagian besar indikator dalam setiap variabel penelitian ini menunjukkan nilai *loading factor* lebih dari 0.7 yang mengindikasikan tingkat validitas yang tinggi dan memenuhi standar validitas konvergen.

Tabel 2. Nilai *Convergent Validity*

	Kemudahan Pengguna	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan
KLP1			0.811
KLP10			0.787
KLP7			0.803
KLP8			0.774
KLP9			0.824
KMP1	0.841		
KMP2	0.718		
KMP4	0.816		
KMP5	0.832		
KMP6	0.763		
KMP7	0.833		
KMP8	0.782		
KPP1		0.847	
KPP2		0.854	
KPP3		0.853	
KPP4		0.812	
KPP5		0.844	
KPP6		0.766	

#### 4.4 Discriminant Validity

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 3. Nilai *discriminant validity* dilakukan dengan menggunakan *fornell-larcker criterion* untuk memudahkan membaca hasil pengujian dengan menunjukkan bahwa variabel kemudahan pengguna memiliki validitas diskriminan yang baik karena nilai akar AVE melebihi nilai korelasi antar variabel yaitu 0.799. Demikian pula, variabel kepuasan pelanggan juga menunjukkan validitas diskriminan yang baik dengan nilai akar AVE yang lebih besar dari korelasi antar variabel yaitu 0.830. Selain itu, variabel kualitas pelayanan juga memiliki validitas diskriminan yang baik, karena nilai akar AVE melebihi nilai korelasi antar variabel yaitu 0.800.

Tabel 3. Nilai *Discriminat Validity*

	Kemudahan Pengguna	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan
Kemudahan Pengguna	0.799		
Kepuasan Pelanggan	0.645	0.830	
Kualitas Pelayanan	0.657	0.670	0.800

#### 4.5 Construct Reliability and Validity

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4. Nilai *construct reliability and validity* menyampaikan bahwa nilai *average variance extracted* untuk setiap variabel sudah > 0.5 yaitu untuk variabel kemudahan pengguna sebesar 0.638, untuk variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.689 dan untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0.640 yang berarti secara keseluruhan nilai AVE mempunyai reliabilitas yang baik atau valid. Selain itu, nilai *composite reliability* untuk setiap variabel juga sudah > 0.7 yaitu untuk variabel kemudahan pengguna sebesar 0.925, untuk variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.916 dan untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0.862 yang menandakan secara menyeluruh bahwa reliabilitasnya baik atau valid. Nilai *cronbach's alpha* untuk setiap variabel pun sudah > 0.6 yaitu untuk variabel kemudahan pengguna sebesar 0.905, untuk variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.910 dan untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0.860 yang menunjukkan keseluruhan variabel dan indikator yang digunakan tersebut memiliki reliabilitas yang baik atau valid.

Tabel 4. Nilai *Construct Reliability And Validity*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Kemudahan Pengguna	<b>0.905</b>	<b>0.914</b>	<b>0.925</b>	<b>0.638</b>

Kepuasan Pelanggan	<b>0.910</b>	<b>0.916</b>	<b>0.930</b>	<b>0.689</b>
Kualitas Pelayanan	<b>0.860</b>	<b>0.862</b>	<b>0.899</b>	<b>0.640</b>

#### 4.6 Uji T Statistik

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5. Nilai uji T statistik menunjukkan bahwa untuk nilai T statistik variabel kemudahan pengguna mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai 3.372 dan P value 0.001. Untuk nilai T statistik variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai 3.831 dan P value 0.000, sehingga dapat disimpulkan kemudahan pengguna dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan karena memiliki hubungan signifikan antar variabel laten dengan kriteria nilai T statistik yang melebihi 1.96 dan P value kurang dari 0.05.

Tabel 5. Nilai Uji T Statistik

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ( O/STDEV )</i>	<i>P Values</i>
Kemudahan Pengguna -> Kepuasan Pelanggan	0.361	0.360	0.107	3.372	0.001
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pelanggan	0.433	0.455	0.113	3.831	0.000

#### 4.7 Uji F Statistik

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 6. Uji F statistik menunjukkan model regresi yang digunakan tepat dan berpengaruh secara simultan. Dengan P value sebesar 0.003 yang menunjukkan bahwa model regresi signifikan secara statistik karena P value jauh lebih kecil dari 0.05 yang berarti secara simultan kualitas pelayanan dan kemudahan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 5. Uji F Statistik

	<b>Sum square</b>	<b>df</b>	<b>Mean square</b>	<b>F</b>	<b>P value</b>
<b>Total</b>	3849476.440	99	0.000	0.000	0.000
<b>Error</b>	3622574.325	97	37346.127	0.000	0.000
<b>Regression</b>	226902.115	2	113451.057	3.038	0.003

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Goride (studi pada konsumen Gojek di Kota Cirebon). H2 juga diterima, mengindikasikan bahwa kemudahan pengguna memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Goride. Selain itu, H3 diterima, yang berarti bahwa baik kualitas pelayanan maupun kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Goride. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kemudahan pengguna yang diberikan oleh pihak perusahaan Gojek kepada pelanggannya sudah baik sehingga dapat dipertahankan, jika perlu Gojek dapat lebih meningkatkan kembali kualitas pelayanan dan kemudahan pengguna untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah memakai jasa Goride sehingga Gojek dapat menjadi layanan transportasi umum yang lebih unggul dibanding kompetitornya terutama dalam layanan Goride. Gojek juga perlu memperketat kembali kepada pengemudi Goride untuk tetap melaksanakan standar operasional Gojek dan terus meningkatkan aplikasi Gojek sehingga memudahkan pengguna terutama pengguna baru Gojek sehingga kualitas pelayanan dan kemudahan pengguna yang diberikan dapat terus meningkat dan harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan terpenuhi sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

### 5.2 Saran

Untuk penelitian di masa depan, disarankan agar peneliti mempertimbangkan penambahan variabel-variabel lain seperti variabel harga karena harga merupakan hal penting dalam mempertimbangkan pemilihan jasa transportasi umum yang akan digunakan sehingga dapat mengetahui apakah harga yang

ditetapkan oleh Gojek pada layanan Goride di Kota Cirebon sudah sesuai dengan layanan yang diberikan dan dapat memodifikasi model penelitian. Saran untuk PT Gojek Indonesia untuk dapat memperketat kembali kepada para pengemudi Goride untuk menggunakan identitas seperti jaket dan helm Gojek, memberikan pelatihan terhadap pengemudi Goride agar lebih terlatih dalam memahami tujuan lokasi khususnya menggunakan Google Map, pelatihan dalam bersikap profesional sebagai pengemudi Goride, pelatihan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu, pelatihan untuk pengemudi Goride dalam komunikasi agar lebih mudah dihubungi ketika menerima layanan dan memperbaiki sistem aplikasi Gojek untuk dapat memberikan pelayanan Goride yang lebih mudah bagi pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adriansyah, Dani & Marheni Eka Saputri. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 3(3), 123–28.
- [2] Anisa, S. T., Mustofa, M. T. L., Al Umar, A. U. A., Fitria, D., Pradani, Y. S., & Inawati, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek Millenial Salatiga. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(1), 9-16.
- [3] Desri, S., Mawadda, F., Ulfa, S., & Adinarta, B. S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Di Kota Payakumbuh. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 2078-2087.
- [4] Fransiska, F., & Aquinia, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Gojek. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 4(1), 56-64.
- [5] Herawati, S., Saktiendi, E., & Raihanah, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI Access terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(6), 1391-1406.
- [6] Himawati, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 216-230.
- [7] Hinati, H. (2019). Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah di Masyarakat DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*.
- [8] Jogiyanto. (2010). Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta: Penerbit. Andi.
- [9] Kotler, Philip & Armstrong, Gery. (2005). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo.
- [10] Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani, A. (2016). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- [11] Mahendri, W., & Munir, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jasa Transportasi Gojek Online Di Sidoarjo). *Margin Eco*, 5(2), 11-17.
- [12] Maskuri, M. A., Kurniawan, E. N., Wardani, M. K., dan Andriyani, M. (2019). Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*.
- [13] Methodah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Gojek Area Tangerang Selatan. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 2(3), 271-280.
- [14] Musdalifah, M., & Noor, M. F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online (Go-Jek). *Sebatik*, 23(2), 498-504.
- [15] Oktarini, Riri. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sekretari. Administrasi Perkantoran Vol. 6 No. 2*.
- [16] Rangkuti, Fredly. (2015). *Messuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [17] Tjiptono, F. (2011). Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta. Ujang Sumarwan.
- [18] Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa–Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- [19] Yudha, S. A. P., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(09).