

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE DI  
KOTA SUKABUMI (STUDI KASUS KONSUMEN  
PENGGUNA APLIKASI INDRIVER)**

**SKRIPSI**

**MUHAMAD NAZAR DANILYIL HABIBILAH**

**20200080147**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN  
SUKABUMI  
2024**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE DI  
KOTA SUKABUMI (STUDI KASUS KONSUMEN  
PENGGUNA APLIKASI INDRIVER)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Seminar Proposal  
Skripsi Di Program Studi Manajemen*



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN  
SUKABUMI  
2024**

## PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE DI KOTA SUKABUMI (STUDI KASUS KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI INDRIVER)

NAMA : Muhamad Nazar Danilyil Habibilah

NIM : 20200080147

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti- bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, Juli 2024



Muhamad Nazar Danilyil Habibilah  
Penulis

## PENGESAHAN SKRIPSI

**JUDUL** : PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE DI KOTA SUKABUMI (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI INDRIVER)

**NAMA** : MUHAMAD NAZAR DANILYIL HABIBILAH

**NIM** : 20200080147

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Pengaji pada Sidang Skripsi tanggal 27 Juli 2024. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen

Sukabumi, 28 Juli 2024

**Pembimbing I**

Abu Bakar Ashidiqy, M.M.  
NIDN: 0419077007

**Pembimbing II**

Rena Yuliana, M.E.  
NIDN: 0403019204

**Ketua Pengaji**

Yoedani, M.M.  
NIDN: 0411086702

**Ketua Program Studi Manajemen**

Ana Yuliana Jasuni, M.M.  
NIDN: 0414079101

**Plh. Dekan Fakultas Bisnis, Hukum Dan Pendidikan**

CSA Teddy Lesmana, SH., MH.  
NIDN: 0414058705

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillahi Rabbil Aalamin, sujud serta syukur kepada Allah SWT. Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan berusaha selama ini. Terimakasih atas kerja kerasnya. Mari tetap berdoa dan berusaha serta jangan menyerah untuk kedepannya.*

*Halaman persembahan ini juga ditujukan sebagai ungkapan terimakasih kepada Bapak, Ibu dan keluarga besar yang telah mendoakan dan memberikan dukungan penuh selama perjuangan menempuh pendidikan.*

*Terimakasih juga kepada teman-teman angkatan 20 manajemen, khususnya kelas MN20F yang telah sama-sama berjuang selama ini dan terus memberi dukungan satu sama lain.*



## ABSTRAK

Pilihan transportasi online semakin diminati karena kecepatan, efektivitas biaya, dan kenyamanannya. Meski persaingan ketat, perusahaan seperti InDriver terus berinovasi untuk mempertahankan posisi mereka. Kualitas layanan dan harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis sejauh mana Kualitas Layanan dan Harga mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan survei, penelitian ini melibatkan 150 konsumen InDriver di Sukabumi menggunakan kuesioner. Data dianalisis dengan SPSS, termasuk uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas). Analisis regresi berganda digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap dependen, dengan uji t, uji F, dan koefisien determinan ( $R^2$ ) untuk mengevaluasi signifikansi dan kecocokan model. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel serta signifikansi di bawah 0,05. Uji F menunjukkan bahwa kedua variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas layanan dan harga kompetitif dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini merekomendasikan agar InDriver terus meningkatkan kualitas layanan, seperti pelatihan pengemudi dan memastikan kondisi kendaraan, serta menetapkan harga kompetitif dengan penawaran diskon atau promo khusus.

**Kata kunci:** Kualitas Layanan, Harga, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

*Online transportation options are increasingly in demand due to their speed, cost-effectiveness and convenience. Despite stiff competition, companies like InDriver continue to innovate to maintain their position. Service quality and price are the main factors that influence customer loyalty. This research aims to analyze the extent to which Service Quality and Price influence Customer Loyalty. Adopting a quantitative approach with a survey, this research involved 150 InDriver consumers in Sukabumi using a questionnaire. Data were analyzed using SPSS, including tests of validity, reliability and classical assumptions (normality, multicollinearity, heteroscedasticity). Multiple regression analysis is used to assess the influence of the independent variable on the dependent, with the t test, F test, and determinant coefficient ( $R^2$ ) to evaluate the significance and suitability of the model. The partial test results show that Service Quality (X1) and Price (X2) have a positive and significant effect on Customer Loyalty, with a calculated t value greater than the t table and a significance below 0.05. The F test shows that the two variables simultaneously have a significant effect on Customer Loyalty. These findings emphasize the importance of service quality and competitive prices in maintaining customer loyalty. This research recommends that InDriver continue to improve service quality, such as driver training and ensuring vehicle condition, as well as setting competitive prices with discount offers or special promotions.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, Customer Loyalty*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan berkah, rezeki, dan karunia-Nya. Penulis bersyukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala atas kesehatan dan rahmat-Nya yang melimpah sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Selanjutnya, penulis juga mengucapkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wasallam, utusan Allah yang membawa risalah kepada seluruh umat manusia dan menjadi teladan bagi kita semua. Dengan izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi Online Di Kota Sukabumi (Studi Kasus Konsumenpengguna Aplikasi Indriver)" sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Nusa Putra Sukabumi.

Penulisan karya tulis ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak, baik dukungan moril maupun materil, do'a serta dorongan semangat yang sangat berarti bagi penulis. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, dan panjang umur untuk saya hingga bisa sampai tahap sekarang.
2. Bapak Dr. H. Kurniawan, S.T., M.Si., MM., selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Bapak Anggy Pradiftha J., S.Pd., M.T., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Bapak CSA Teddy Lesmana, S.H., M.H., selaku Plh. Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan Universitas Nusa Putra Sukabumi.
5. Ibu Ana Yuliana Jasuni, M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
6. Bapak Abu Bakar, M.M.. selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Rena Yuliana, M.E., selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan arahan dan saran untuk kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Bapak Yoedani, M.M., selaku Dosen Pengaji yang telah berkenan menguji hasil penelitian dari penulis, dan memberikan hal-hal terbaik bagi penulis baik kritik, saran, dan masukan agar menjadi lebih baik lagi kedepannya.
9. Para Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah memberikan bekal ilmu yang tak ternilai harganya dan telah membantu kelancaran selama menjalankan studi di Universitas Nusa Putra Sukabumi.
10. Ayahanda serta Ibunda tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin Yaa Rabbal 'Alamiin.



Sukabumi, Juli 2024

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Nazar Danilyil Habibillah  
NIM : 20200080147  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Dalam pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Royalti Non Ekslusif ( Non-Exclusive Royalty-Free right)** atas karya tulis ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE DI KOTA SUKABUMI (STUDI KASUS KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI INDRIVER)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Ekslusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di :

Sukabumi

Pada : Juli 2024

Yang Menyatakan



Muhamad Nazar Danilyil Habibillah

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN PENULIS.....</b>	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	iii
<b>ABSTRAK .....</b>	iv
<b>ABSTRACT .....</b>	v
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	vi
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	viii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	ix
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.5.1 Manfaat Praktis .....	8
1.5.2 Manfaat Teoritis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Pemasaran .....	10
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.1.1.2 Konsep Pemasaran .....	10
2.1.2 Loyalitas Pelanggan .....	11
2.1.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	11
2.1.2.2 Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan .....	12
2.1.2.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	13
2.1.3 Kualitas Layanan.....	13
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Layanan.....	13
2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	14

2.1.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan .....	15
2.1.4 Harga .....	16
2.1.4.1 Pengertian Harga.....	16
2.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga .....	16
2.1.4.3 Indikator Harga .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	21
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	21
2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	22
2.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan...	22
2.4 Model Penelitian .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian .....	24
3.2 Desain Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel .....	25
3.3.1 Populasi .....	25
3.3.2 Sampel.....	25
3.4 Metode Pengambilan sampel .....	26
3.5 Sumber Data.....	27
3.5.1 Data Primer .....	27
3.5.2 Data Sekunder .....	27
3.6 Instrumen Penelitian.....	27
3.7 Definisi Operasional.....	28
3.7.1 Variabel Bebas / <i>independen</i> .....	28
3.7.1.1 Definisi Operasional Kualitas layanan.....	28
3.7.1.2 Definisi Operasional Harga.....	29
3.7.2 Variabel Terikat / <i>Dependen</i> .....	30
3.7.2.1 Definisi Operasional Loyalitas Pelanggan .....	30
3.8 Analisis Data .....	31
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	32
3.8.1.1 Uji Validitas .....	32
3.8.1.2 Uji Reliabilitas .....	32
3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....	33

3.8.3.1 Uji Normalitas Data .....	33
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas .....	33
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	33
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3.8.4 Uji t (Uji Parsial).....	34
3.8.5 Uji F (Uji Simultan) .....	35
3.8.6 Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	36
4.1.1 Karakteristik Responden .....	36
4.1.2 Tanggapan Responden .....	37
4.1.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	40
4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	42
4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas .....	42
4.1.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	44
4.1.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas (Park) .....	44
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
4.1.6 Hasil Uji Parsial (t-test).....	45
4.1.7 Hasil Uji Signifikansi Simultan (F-test).....	46
4.1.8 Hasil Uji R (Koefisien Determinasi) .....	47
4.2 Pembahasan.....	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
5.1 Kesimpulan .....	51
5.2 Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN I LEMBAR KUESIONER.....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN II TABULASI DATA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN III HASIL UJI STATISTIK.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1 Rata-rata Unduhan Aplikasi Transportasi Online di Indonesia (2022-2023) .....</b>	<b>3</b>
<b>Tabel 1. 2 Data Tingkat Kepuasaan Pengguna Transportasi Online .....</b>	<b>5</b>
<b>Tabel 1. 3 Tarif layanan di aplikasi InDriver .....</b>	<b>6</b>
<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>18</b>
<b>Tabel 3. 1 Perencanaan Waktu Penelitian .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabel 3. 2 Poin Skala Likert .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 3. 3 Item Pertaanyaan Variabel Kualitas Layanan .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 3. 4 Item Pertaanyaan Variabel Harga .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 3. 5 Item Pertaanyaan Variabel Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel 4. 1 Karakteristik Responden .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Layanan .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Variabel Harga .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4. 5 Hasil Uji Kualitas Layanan (X1).....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4. 6 Hasil Uji Harga (X2).....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y) .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolineritas .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterokedastisitas (Park).....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4. 12 Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (t-test).....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4. 14 Uji Signifikansi Simultan (F-test).....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4. 15 Hasil Uji R (Koefisien Determinasi).....</b>	<b>47</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 2. 1 Model Penelitian .....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar 4. 1 Normalitas Probability Plot .....</b>	<b>42</b>
<b>Gambar 2. 1 Model Penelitian .....</b>	<b>23</b>



## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian.....</b>	<b>57</b>
<b>Lampiran 2. 1 Tabel Data Responden.....</b>	<b>61</b>
<b>Lampiran 2. 2 Tabel Data Penelitian Variabel Kualitas Layanan.....</b>	<b>67</b>
<b>Lampiran 2. 3 Tabel Data Penelitian Variabel Harga .....</b>	<b>71</b>
<b>Lampiran 2. 4 Tabel Data Penelitian Variabel Loyalitas Pelanggan.....</b>	<b>74</b>
<b>Lampiran 3. 1 Hasil Uji Validasi Dan Uji Reliabilitas .....</b>	<b>79</b>
<b>Lampiran 3. 2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>82</b>
<b>Lampiran 3. 3 Hasil Uji Hipotesis.....</b>	<b>83</b>



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar belakang**

Di dunia yang saling terhubung saat ini, kemajuan signifikan dalam teknologi internet telah sangat meningkatkan berbagai upaya manusia, khususnya di bidang layanan transportasi online. Pemanfaatan jasa transportasi memegang peranan penting dalam menunjang eksistensi manusia. Menurut (Danesty, 2018), transportasi memberikan kontribusi signifikan terhadap kemajuan masyarakat, perkembangan ekonomi, dan perluasan kemampuan industri. Munculnya aplikasi transportasi telah menyederhanakan proses perjalanan antar lokasi yang berbeda, menjadikannya nyaman dan mudah diakses. Transportasi mempunyai arti penting dalam kehidupan masyarakat karena memudahkan aktivitas sehari-hari seperti bekerja dan pendidikan, menjadikannya aset yang sangat diperlukan (Feby Thung, 2019).



Dalam beberapa tahun terakhir, integrasi layanan transportasi online menjadi semakin signifikan di masyarakat Indonesia. Meskipun transaksi online di Indonesia dimulai pada tahun 2010, penerimaan luas terhadap transaksi ini meningkat sekitar awal tahun 2013 setelah peluncuran platform seperti InDriver dan Gojek. Menurut (Alfatih & Pradana, 2023), transportasi online kini menjadi pilihan transportasi yang banyak disukai di seluruh Indonesia. Inovasi teknologi ini telah meningkatkan kemudahan dan kenyamanan perjalanan bagi masyarakat Indonesia, meningkatkan aksesibilitas dan tingkat kenyamanan.

Memilih transportasi online telah mendapatkan popularitas yang luas, khususnya di daerah perkotaan, untuk kebutuhan perjalanan. Preferensi terhadap transportasi online berakar pada kecepatan, efektivitas biaya, kenyamanan, dan berbagai keunggulan lainnya. Lonjakan besar dalam penggunaan layanan *ride-hailing* terutama disebabkan oleh kombinasi menarik antara keterjangkauan dan kenyamanan (Komala & Selvi, 2021). Transportasi alternatif berbasis internet seringkali memberikan pilihan tarif yang lebih hemat dibandingkan dengan moda konvensional seperti taksi dan ojek (Ramadoni, 2017). Selain itu, penyedia layanan seringkali menawarkan berbagai promosi, seperti yang disoroti oleh.

Transportasi berperan penting dalam memperlancar proses perekonomian, memupuk persatuan, dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan sehari-hari (Sahda et al., 2024). Hal ini berpotensi membentuk lintasan perekonomian masyarakat. Efisiensi dan pengorganisasian sistem transportasi di suatu wilayah berkorelasi langsung dengan kesejahteraan perekonomian wilayah tersebut secara keseluruhan. Selain itu, permintaan terhadap layanan transportasi mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan pertumbuhan populasi yang lebih tinggi, yang semakin menekankan keterkaitan antara tren demografi dan kebutuhan transportasi.

Di era kontemporer, konsumen mencari kepraktisan, aksesibilitas, pelayanan prima, dan harga yang sesuai dengan kebutuhannya. Penyediaan layanan berkualitas berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan, karena memastikan bahwa penawaran dari penyedia layanan transportasi memenuhi harapan mereka. Faktor-faktor seperti perhatian, keramahan, dan komunikasi yang efektif memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Layanan transportasi online mewakili moda transportasi yang berteknologi maju (Nurwahyu Islamiati, 2021). Saat ini bermunculan beragam pilihan transportasi online, antara lain Gojek, Uber, Blu-jek, InDriver, dan lainnya yang memberikan dampak signifikan terhadap kehidupan masyarakat sehari-hari.

Salah satu perusahaan jasa transportasi online yang saat ini berkembang cukup baik adalah InDriver. InDriver didirikan di Rusia pada tahun 2013 oleh Arsen Tomsky. InDriver mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2019. InDriver menyediakan beragam layanan transportasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Layanan InDriver tidak terbatas pada transportasi penumpang saja, namun juga mencakup pengantaran makanan, dokumen, barang, dan paket. InDriver bekerja sama dengan mitra pengemudi yang berpengalaman dan terpercaya di Indonesia agar dapat menyediakan berbagai layanan transportasi dan pengantaran dengan baik. Operasional InDriver didasari oleh tiga nilai inti yaitu keadilan, transparansi, dan pemberdayaan pengguna yang positif.

Layanan inDriver dioperasikan melalui aplikasi inDriver yang disediakan oleh perusahaan. Penumpang dapat memilih layanan yang tersedia di menu aplikasi inDriver. Aplikasi inDriver menunjukkan lokasi mitra pengemudi yang

berada di sekitar penumpang, memungkinkan mereka untuk memilih pengemudi terdekat untuk menjemput. Penumpang cukup memasukkan alamat tujuan di aplikasi, dan aplikasi akan menampilkan perkiraan tarif berdasarkan jarak per kilometer. Dengan fitur *Real-Time Deals* (RTD), penumpang dapat menegosiasikan tarif langsung dengan pengemudi terdekat. Pengemudi kemudian bisa menerima tawaran, menolak, atau mengajukan tawaran balik. Fitur ini memberikan fleksibilitas dan kontrol lebih kepada pengguna dalam menentukan harga yang sesuai. Dengan demikian, mitra pengemudi inDriver dapat segera menjemput dan mengantar penumpang ke tujuan dengan efisien melalui layanan inDriver.

**Tabel 1. 1 Rata-rata Unduhan Aplikasi Transportasi Online di Indonesia (2022-2023)**

No	Aplikasi	Rata-rata Unduhan per Bulan (2023)	Perubahan dari 2022 (%)
1	Gojek	957.000	-29%
2	Maxim	892.000	+15,39%
3	InDriver	321.000	+8,08%
4	Grab Driver	170.000	-17,87%
5	Taxsee Driver	135.000	+19,46%

Sumber: Databoks (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/23/aplikasi-transportasi-online-terbanyak-diunduh-di-ri-2023-gojek-juaranya>) diakses pada 12 juli 2024)

Data yang disajikan menggambarkan peringkat lima besar aplikasi transportasi online yang paling banyak diunduh di Indonesia pada tahun 2022 hingga 2023. Gojek memimpin grafik dengan rata-rata 957 ribu unduhan bulanan pada tahun 2023, turun 29% dari 1,35 juta unduhan per bulan pada tahun 2023. Pada tahun 2022, Maxim berada di posisi kedua dengan 892 ribu unduhan bulanan pada tahun 2023, menunjukkan peningkatan sebesar 15,39% dari 773 ribu pada tahun 2022. InDrive menempati posisi ketiga dengan 321 ribu unduhan bulanan pada tahun 2023, mencerminkan peningkatan sebesar 8,08% dari 297 ribu pada tahun 2022. Grab Driver menempati posisi keempat dengan 170 ribu unduhan bulanan pada tahun 2023, turun 17,87% dari 207 ribu pada tahun 2022. Taxsee

Driver menempati peringkat kelima dengan 135 ribu unduhan bulanan pada tahun 2023, menunjukkan peningkatan 19,46% dari 113 ribu pada tahun 2022.

Data tersebut memberikan gambaran yang jelas tentang dinamika unduhan aplikasi transportasi online di Indonesia, mencerminkan preferensi pengguna yang berubah-ubah dan persaingan ketat di pasar layanan transportasi online. Penurunan unduhan Gojek dan Grab Driver mengindikasikan adanya tantangan yang perlu diatasi, sementara peningkatan unduhan Maxim, inDrive, dan Taxsee Driver menunjukkan adanya peluang pertumbuhan bagi penyedia layanan lainnya.

Persaingan di industri jasa transportasi online saat ini sangat ketat, sehingga setiap perusahaan jasa harus melakukan berbagai inovasi agar dapat menarik minat pelanggan. Sebagai salah satu penyedia layanan transportasi online terbesar di Indonesia, InDriver juga terus berupaya meningkatkan daya tarik layanannya agar dapat terus memuaskan kebutuhan konsumennya (Baiduri et al., 2024).

InDriver terus berinovasi dalam layanan dan fitur aplikasinya untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Dengan fokus pada peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan, InDriver berharap untuk mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar transportasi online di Indonesia dan terus memberikan layanan terbaik bagi masyarakat.

Perusahaan ini memahami bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci untuk mengamankan retensi pelanggan dan membangun loyalitas. Kepuasan pelanggan berasal dari evaluasi seberapa baik kinerja suatu produk dibandingkan dengan harapan, yang membangkitkan respons emosional. Sebaliknya, loyalitas pelanggan diwujudkan melalui perilaku pembelian berulang yang didorong oleh preferensi dan pilihan pribadi. Oleh karena itu, dengan memastikan kepuasan pelanggan melalui inovasi dan peningkatan layanan, InDriver memiliki kemampuan untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan, mendorong mereka untuk melakukan pembelian secara konsisten dari perusahaan.

InDriver tidak hanya berfokus pada aspek teknis tetapi juga pada aspek pengalaman pengguna, memastikan bahwa setiap interaksi dengan aplikasi mereka meninggalkan kesan positif yang mendalam. Ini mencakup respon cepat terhadap masukan pelanggan, perbaikan berkelanjutan pada antarmuka pengguna, serta penambahan fitur-fitur yang relevan dan berguna bagi pengguna sehari-hari.

Dengan pendekatan ini, InDriver berharap dapat menciptakan hubungan jangka panjang yang kuat dengan para penggunanya, menjadikannya pilihan utama di pasar transportasi online.

**Tabel 1. 2 Data Tingkat Kepuasaan Pengguna Transportasi Online**

NO	Nama Aplikasi	Jumlah Unduhan	Total Rating	Ulasan
1	InDriver	100 Juta	4,6	8 Juta
2	Gojek	100 Juta	4,6	5 Juta

*Sumber: Google Play Store (dilihat pada 12 juli 2024)*

Berdasarkan Tabel 1.3, dapat dilihat data tingkat kepuasan pengguna dari dua aplikasi transportasi online, yaitu inDriver dan Gojek. Kedua aplikasi ini memiliki jumlah unduhan yang sama, yaitu sebanyak 100.000.000, dan rating yang sama sebesar 4,6. Namun, inDriver mendapatkan jumlah ulasan yang lebih tinggi, yaitu sebesar 8 juta ulasan, sementara Gojek memiliki 5 juta ulasan. Rating 4,6 dengan 3 juta ulasan lebih banyak yang didapatkan inDriver menunjukkan bahwa kepuasan pengguna aplikasi inDriver lebih tinggi dibandingkan Gojek. Hal ini dapat dilihat dari jumlah ulasan yang lebih tinggi yang didapatkan inDriver. Angka rating ini menunjukkan rata-rata skor penilaian pengguna terhadap suatu aplikasi, berdasarkan aspek-aspek seperti kemudahan penggunaan, kecepatan driver, harga, kualitas layanan, dan lain-lain. Meski selisih relatif kecil, inDriver mampu memberikan kepuasan layanan yang lebih tinggi bagi penggunanya dibandingkan dengan Gojek.

Loyalitas pelanggan dibentuk oleh banyak faktor, dan kualitas layanan merupakan faktor yang sangat berpengaruh. Menurut Nurwahyu (2021), mempertahankan standar layanan yang tinggi secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan, menumbuhkan loyalitas yang kuat. Ketika pelanggan merasa bahwa layanan melebihi atau memenuhi harapan mereka, mereka cenderung merasakan kepuasan dan mengembangkan ikatan emosional dengan perusahaan (Thungasal, 2019). Akibatnya, mereka lebih cenderung untuk kembali lagi untuk mendapatkan layanan di masa depan dan bahkan mungkin merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain. Dengan memprioritaskan keunggulan layanan yang konsisten dan memenuhi ekspektasi pelanggan, organisasi dapat

membina hubungan yang langgeng dengan kliennya, menumbuhkan loyalitas, dan mengamankan kehadiran pasar yang substansial dalam jangka panjang.

Selain kualitas layanan, harga merupakan faktor penentu lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Sebagaimana dicatat oleh (Kotler & Armstrong, 2018), penetapan harga mencerminkan nilai yang dirasakan pelanggan terhadap manfaat yang diperoleh dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan. Pernyataan ini sejalan dengan pandangan Safitri & Hayati (2022), yang menganggap harga sebagai jumlah yang harus dibayar pelanggan sesuai dengan layanan yang diterimanya. Bisnis secara strategis menetapkan harga dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang adil sebagai imbalan atas nilai yang mereka hasilkan dan tawarkan kepada pelanggan. Dengan menawarkan harga yang seimbang dengan nilai yang diberikan, perusahaan dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan mempertahankan hubungan yang berkesinambungan. Dengan demikian, harga mencerminkan investasi moneter yang dibutuhkan oleh konsumen untuk mengakses dan memperoleh kepuasan dari produk atau layanan perusahaan. Perusahaan menetapkan harga ini dengan tujuan memperoleh keuntungan yang sesuai untuk memberikan nilai kepada basis pelanggannya.

**Tabel 1. 3 Tarif layanan di aplikasi InDriver**

Zona	Area	Tarif Dasar Minimum	Tarif Per-Km
Zona 1	Sumatera dan Jawa (bersama dengan Japoditapek dan Bali)	Rp. 7.000 – Rp. 10.000	Rp. 1.850 – Rp. 2.300
Zona 2	Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek)	Rp. 9.000 – Rp. 10.500	Rp. 2.250 – Rp. 2.650
Zona 3	Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, Kepulauan Maluku dan Papua	Rp. 7.000 – Rp. 10.000	Rp. 2.100 – Rp. 2.600

*Sumber: Ruangojol.com (<https://www.ruangojol.com/2021/09/cara-mudah-cek-tarif-indriver-terbaru.html>) diakses pada 12 Juli 2024*

Berdasarkan Tabel 1.4, InDriver menerapkan tarif yang bervariasi di berbagai zona geografis di Indonesia. Zona 1, meliputi Sumatera, Jawa (tidak termasuk Jabodetabek), dan Bali, memiliki tarif dasar mulai dari Rp7.000 hingga Rp10.000, dengan biaya per kilometer antara Rp1.850 hingga Rp2.300. Zona ini mencakup wilayah di luar wilayah metropolitan Jabodetabek, yang ditandai

dengan biaya hidup yang lebih rendah dan permintaan terhadap jasa yang lebih sedikit. Pada Zona 2 meliputi Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek), tarif dasar berkisar antara Rp9.000 hingga Rp10.500, dan tarif per kilometer bervariasi antara Rp2.250 hingga Rp2.650. Daerah ini merupakan pusat kegiatan ekonomi dengan permintaan yang meningkat, sehingga mencerminkan tingkat yang lebih tinggi. Terakhir, Zona 3 mencakup Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, Maluku, dan Papua, dengan tarif dasar sebesar Rp7.000 hingga Rp10.000, dan tarif per kilometer mulai dari Rp2.100 hingga Rp2.600, yang menyebabkan tantangan infrastruktur dan permasalahan aksesibilitas di wilayah tersebut. wilayah-wilayah ini.

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Sri Wulan Dari dan Prijati, 2019), penelitian mengungkapkan adanya pengaruh signifikan kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan sektor ojek online di Surabaya. Oleh karena itu, penyedia layanan transportasi online harus terus meningkatkan standar pelayanan yang mencakup aspek kemudahan pemesanan, kenyamanan kendaraan, profesionalisme pengemudi, keselamatan, dan kecepatan perjalanan. Pada saat yang sama, mereka harus mempertahankan strategi penetapan harga yang kompetitif untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan dan mencegah perpindahan ke penyedia pesaing. Upaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan memastikan harga yang adil merupakan faktor penting untuk mempertahankan dan memperluas loyalitas pelanggan dalam bisnis transportasi berbasis aplikasi, sebagaimana dibuktikan oleh hasil studi tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibahas sebelumnya, peneliti tertarik untuk menangkat judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi Online di Kota Sukabumi (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Aplikasi InDriver)”**

## 1.2 Rumusan masalah

Di era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi internet telah mengubah lanskap transportasi, khususnya dengan munculnya layanan transportasi online. Transportasi memainkan peran krusial dalam mobilitas dan aktivitas sehari-hari manusia, memiliki dampak signifikan terhadap kemajuan peradaban dan perekonomian. Penyediaan layanan transportasi online, seperti InDriver, Gojek,

dan Uber, telah membuka aksesibilitas yang lebih besar bagi masyarakat. Preferensi terhadap transportasi online didorong oleh kecepatan, efektivitas biaya, dan kenyamanan, yang semakin menguatkan posisi transportasi online di tengah masyarakat. Namun, meskipun popularitas transportasi online terus meningkat, masalah mengenai pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan menjadi pertimbangan penting bagi penyedia layanan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kualitas layanan dan harga memengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks transportasi online, khususnya di Kota Sukabumi.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan masalah penelitian yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan yang diberikan InDriver berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan mereka di Kota Sukabumi?
2. Apakah kepuasan pelanggan InDriver berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan mereka di Kota Sukabumi?
3. Apakah kualitas layanan dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan InDriver di Kota Sukabumi?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan InDriver terhadap loyalitas pelanggan di Kota Sukabumi.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga yang ditetapkan InDriver terhadap loyalitas pelanggan di Kota Sukabumi.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga InDriver secara bersama-sama (simultan) terhadap loyalitas pelanggan di Kota Sukabumi.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak yang terlibat dalam industri transportasi online, terutama di Kota Sukabumi. Bagi perusahaan penyedia layanan, seperti InDriver, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan kualitas layanan dan strategi penetapan harga yang lebih kompetitif guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

Informasi yang diperoleh dari penelitian ini juga dapat membantu perusahaan memahami kebutuhan dan preferensi pengguna, sehingga dapat mengembangkan fitur dan layanan yang lebih sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

### **1.5.2 Manfaat Teoritis**

Dari perspektif teoritis, penelitian ini berkontribusi untuk memajukan pemahaman akademis tentang perilaku konsumen dalam sektor transportasi online. Melalui kajian mengenai bagaimana kualitas layanan dan harga mempengaruhi loyalitas pelanggan, penelitian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai kerangka teoritis yang mengeksplorasi perilaku konsumen di pasar kontemporer, khususnya transportasi online.





## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan bukti empiris yang diperoleh, kesimpulan utama dari penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan hasil uji parsial, variabel Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada layanan transportasi online, khususnya aplikasi inDriver di Kota Sukabumi. Nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel dengan signifikansi di bawah 0,05 membuktikan hipotesis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel Harga (X2) juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada layanan transportasi online, khususnya aplikasi inDriver di Kota Sukabumi. Hasil uji parsial menunjukkan nilai t hitung yang melampaui t tabel dengan signifikansi di bawah 0,05, membuktikan hipotesis bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil uji F menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan aplikasi inDriver di Kota Sukabumi. Nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel dengan signifikansi di bawah 0,05 mengkonfirmasi bahwa kedua faktor ini secara bersamaan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan demikian, perusahaan harus terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan serta menetapkan harga yang kompetitif untuk memastikan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan implikasi dari temuan penelitian dan kesimpulan, penulis merekomendasikan beberapa saran, antara lain:

1. Perusahaan inDriver di Kota Sukabumi perlu terus berfokus pada peningkatan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Melakukan pelatihan berkala bagi pengemudi, memastikan kendaraan

dalam kondisi baik, serta menyediakan fitur layanan yang mudah digunakan dalam aplikasi dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka.

2. Mengingat bahwa harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, inDriver harus menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Penawaran diskon atau promo khusus dapat menjadi strategi tambahan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.
3. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti promosi, persepsi keamanan, dan kemudahan penggunaan aplikasi. Hal ini dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi bisnis mereka. Dan Melakukan studi komparatif antara beberapa aplikasi transportasi online di berbagai kota untuk mengetahui apakah hasil yang ditemukan di Kota Sukabumi berlaku secara umum atau terdapat perbedaan yang signifikan di lokasi lain.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi. Pascal Books.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. United Kingdom: Pearson.
- Kurniawan, H. (2021). *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Deepublish.
- Schindler, P. S. (2019). *Business Research Methods*. (No Title).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Uma Sekaran, & Roger Bougie. (2016). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*.
- Wardani, D. K. (2020). *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif Dan Asosiatif)*. Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah.

### Jurnal

- Adhella Dwi Shukma. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Alfatih, A. A. H., & Pradana, M. (2023). The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction Of An Indonesian E-Commerce Website. *International Journal Of Economics And Management Systems*, 8.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Pilar*, 14(1), 15–31.
- Andy Gunawan. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Trasportasi Online Grab Terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Manajemen Unismuh Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Baiduri, A., Kamila, A., & F Sanjaya, V. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Transportasi Online Indriver Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bandar Lampung. *Journal Of Economic And Business Retail*, 4(1), 1–6.

- Bhirawa, W. T. (2020). Proses Pengolahan Data Dari Model Persamaan Regresi Dengan Menggunakan Statistical Product And Service Solution (Spss). *Jurnal Mitra Manajemen*, 7(1).
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Dimas Akbar Dmiroz. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Layanan Goride Di Wilayah Jabodetabek)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah .
- Dwi Danesty Deccasari. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Kasus Pada Konsumen Gojek Malang) . *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 12(1), 54–64.
- Feby Thung. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra Go-Jek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(1), 74–95.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (Jiph)*, 1(2), 85–114.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(1), 37–44.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Pascal Books.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Komala, R., & Selvi, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. 13(3), 483–491. <Http://Karawangkab.Bps.Go.Id>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. United Kingdom: Pearson.
- Kurniawan, H. (2021). *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Deepublish.
- Lentina Siregar. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Batam*. Universitas Putera Batam.

- Lisdayanti. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Taxi Online (Grab Car) Di Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar .
- Lustono, L. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Segabai Variabel Intervening Pada Pengguna Ojek Online Grab (Studi Pada Mahasiswa Stie Tamansiswa Banjarnegara). *Medikonis*, 11(1), 1–15.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 1(2).
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.]). *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Nugraha, D. H. (2020). Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 428.
- Nuha, E., Gika, N., Hani, R. D., Amalia, D., Zahra, A., Kholishah, A. N., & Maesaroh, S. S. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Tasikmalaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 11.
- Nurwahyu Islamiati. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Transportasi Online Gojek Dan Grab*. Universitas Islam Indonesia.
- Ramadoni, F. (2017). Jumlah Pengguna Transportasi Online Hampir Mencapai 50% Dari Total Pengguna Internet. [Https://Teknojurnal.Com/Jumlahpengguna-Transportasi-Online-Hampir-Mencapai-50-Dari-Total-Pengguna-Internet](https://Teknojurnal.Com/Jumlahpengguna-Transportasi-Online-Hampir-Mencapai-50-Dari-Total-Pengguna-Internet).
- Rezki, M., Sukmawati, L., Elbiansyah, E., & Riyana, D. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 4(3), 50–57.
- Rosalia, I., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Globalart San Diego Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 10(3).
- Rustantono, H., Mustika Ani, H., Rofiah, L., & Al Maida, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Member Frans Studio Dance Company Malang*. 17(1). <Https://Doi.Org/10.19184/Jpe.V17i1.35997>
- Safitri, D., & Hayati, A. F. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Jasa Online Maxim. *Jurnal Ecogen*, 5(1), 25–36.

- Sahda, F. T., Putri, A. R., & Kurniaty, D. (2024). Harga, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Pada Transportasi Online Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2491–2507.
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Coverage: Journal Of Strategic Communication*, 10(1), 46–53.
- Schindler, P. S. (2019). Business Research Methods. (*No Title*).
- Siregar, M., & Hendri, E. (2019). Komunikasi Primer Dan Sekunder City Branding. *Jurnal Sosial Humaniora*, 10(1), 11–18.
- Sri Wulan Dari Dan Prijati. (2019). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(8), 1–18.
- Suasapha, A. H. (2020). Skala Likert Untuk Penelitian Pariwisata; Beberapa Catatan Untuk Menyusunnya Dengan Baik. *Jurnal Kepariwisataan*, 19(1), 29–40.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Thungasal, C. E. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. *Agora*, 7(1).
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342–351.
- Uma Sekaran, & Roger Bougie. (2016). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*.
- Vebrianto, R., Thahir, M., Putriani, Z., Mahartika, I., & Ilhami, A. (2020). Mixed Methods Research: Trends And Issues In Research Methodology. *Bedelau: Journal Of Education And Learning*, 1(2), 63–73.
- Wardani, D. K. (2020). *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif Dan Asosiatif)*. Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah.
- Widi Aprilla, I., & Sholihati Amalia, Dan. (2019). Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(1).
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).
- Zein, S. Z., Yasyifa, L. Y., Ghozi, R. G., Harahap, E., Badruzzaman, F. H., & Darmawan, D. (2019). Pengolahan Dan Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Aplikasi Spss. *Teknologi Pembelajaran*, 4(2).

## Website

- Ramadoni, F. (2017). Jumlah Pengguna Transportasi Online Hampir Mencapai 50% Dari Total Pengguna Internet. <Https://Teknojurnal.Com/Jumlahpengguna-Transportasi-Online-Hampir-Mencapai-50-Dari-Total-Pengguna-Internet>.