

**ANALISIS PERBANDINGAN PRODUK/JASA DAN KEUNGGULAN
BERSAING DAN PENGARUHNYA PADA KEPUASAN KONSUMEN STUDI
KASUS PERUSAHAAN GOJEK DAN GRAB**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai Derajat Strata Satu

(S-1)

Program Studi Manajemen

ELLIN CAHYA WATI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS HUKUM DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
2025**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : Analisis Perbandingan Produk/Jasa dan Keunggulan Bersaing dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen Studi Kasus Perusahaan Gojek dan Grab

NAMA : Ellin Cahya Wati

NIM : 20210080221

“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, 29 Januari 2025



ELLIN CAHYA WATI

Penulis

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : Analisis Perbandingan Produk/Jasa dan Keunggulan Bersaing dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen Studi Kasus Perusahaan Gojek dan Grab

NAMA : Ellin Cahya Wati

NIM : 20210080221

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 25 Januari 2025. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen (S.M).

Sukabumi, 30 Januari 2025

Pembimbing I



Siti Nur Aisyah, M.A.

NIDN.0413129601

Pembimbing II



Bagja Rahma Putra, M.M.

NIDN.0424108603

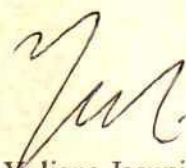
Ketua Penguji



Ana Yuliana Jasuni, M.M.

NIDN.0414079101

Ketua Program Studi Manajemen



Ana Yuliana Jasuni, M.M.

NIDN.0414079101

PLH. Dekan Fakultas Bisnis Hukum dan Pendidikan

CSA Teddy Lesmana, S.H.,M.H.

NIDN.0414058705

ABSTRACT

This study aims to analyze the comparison of products/services and competitive advantages on consumer satisfaction in online transportation services Gojek and Grab. The study uses a mixed method with a sequential explanation model. Quantitative data were collected through questionnaires with 250 respondents, while qualitative data were obtained through semi-structural interviews with 13 informants. The analysis technique used is Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results of the study indicate that products/services and competitive advantages have a significant influence on consumer satisfaction. Consumers tend to be more satisfied if the services offered have innovation, uniqueness, and ease of use of the application. In addition, the difference in service quality between Gojek and Grab affects customer loyalty, especially in terms of convenience and speed of service. This study provides insight for companies in increasing competitiveness through product/service innovation and an in-depth understanding of the factors that influence consumer satisfaction, which are the key to business sustainability in the digital era.

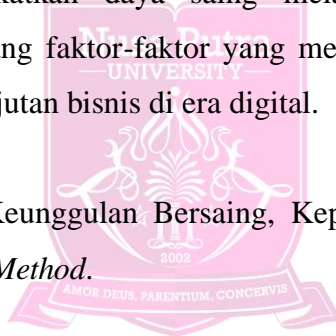
Keywords: Products/Services, Competitive Advantage, Consumer Satisfaction, Online Transportation, Gojek, Grab, Mixed Method.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan produk/jasa dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi *online* Gojek dan Grab. Penelitian menggunakan metode *mixed method* dengan model eksplanasi berurutan. Data kuantitatif dikumpulkan melalui kuesioner dengan 250 responden, sementara data kualitatif diperoleh melalui wawancara semi struktural dengan 13 informan. Teknik analisis yang digunakan adalah Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk/jasa dan keunggulan bersaing memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Konsumen cenderung lebih puas jika layanan yang ditawarkan memiliki inovasi, keunikan, dan kemudahan penggunaan aplikasi. Selain itu, perbedaan kualitas layanan antara Gojek dan Grab memengaruhi loyalitas pelanggan, terutama pada aspek kenyamanan dan kecepatan layanan. Penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan dalam meningkatkan daya saing melalui inovasi produk/jasa serta pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, yang menjadi kunci keberlanjutan bisnis di era digital.

Kata Kunci: Produk/Jasa, Keunggulan Bersaing, Kepuasan Konsumen, Transportasi *Online*, Gojek, Grab, *Mixed Method*.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah S.W.T, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“ANALISIS PERBANDINGAN PRODUK/JASA DAN KEUNGGULAN BERSAING DAN PENGARUHNYA PADA KEPUASAN KONSUMEN STUDI KASUS PERUSAHAAN GOJEK DAN GRAB”** ini dengan tepat waktu. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa dukungan dari orang-orang yang ikut membantu dalam pengerjaan Skripsi, baik berupa material maupun doa. Dengan segala rasa kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Kurniawan, ST., M.SI, MM, selaku rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
2. Bapak Anggy Pradiftha, S.Pd., M.T, selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Ibu Ana Yuliana Jasuni, M.M, sebagai kepala program studi Manajemen yang sudah mengesahkan penelitian ini.
4. Ibu Siti Nur Aisyah, M.A, selaku Dosen Pembimbing I Universitas Nusa Putra Sukabumi atas segala bimbingan dan arahan yang telah diberikan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Bagja Rahma Putra, M.M, selaku Dosen Pembimbing II Universitas Nusa Putra Sukabumi atas segala bimbingan dan arahan yang telah diberikan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Ana Yuliana Jasuni, M.M, selaku Dosen Penguji dalam skripsi ini dan telah memberikan saran dan arahan dalam penyusunan skripsi.
7. Seluruh Dosen di lingkungan program studi Manajemen, Terimakasih atas jasanya memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh jenjang perkuliahan.
8. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Iwan Ruswandi dan Ibunda Sumiati yang telah percaya atas semua keputusan yang telah penulis ambil untuk melanjutkan mimpinya. serta cinta, doa, dukungan, dan motivasi yang selalu membuat penulis percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
9. Adik, keluarga besar dan teman-teman penulis yang selalu memberikan doa terbaik dan dukungan.
10. Indriyani dan Dini Rahayu sahabat penulis, yang telah memberikan semangat, menemani dan membantu penulis dalam proses menyelesaikan skripsi.
11. Sabila Zoharah teman seperjuang dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan.

Sukabumi, 29 Januari 2025

Ellin Cahya Wati

Penulis



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Ellin Cahya Wati
NIM : 20210080221
Program Studi : Manajemen
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Perbandingan Produk/Jasa dan Keunggulan Bersaing dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen Studi Kasus Perusahaan Gojek dan Grab.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada tanggal : 29 Januari 2025

Yang menyatakan



(Ellin Cahya Wati)

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Grand Theory</i>	8
2.2.1 Gojek.....	9
2.2.2 Grab.....	10
2.3 Produk/Jasa.....	10
2.4 Keunggulan Bersaing (Keunggulan Kompetitif).....	11
2.5 Kepuasan Konsumen	12
2.6 Penelitian Terdahulu.....	13
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	19
2.7.1 Produk/Jasa terhadap Kepuasan Konsumen.....	19
2.7.2 Keunggulan Bersaing terhadap Kepuasan Konsumen	20
2.8 Kerangka Pemikiran	21

BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian	22
3.1.1 Variabel Independen	22
3.1.2 Variabel Dependen.....	22
3.2 Definisi Operasional Variabel	22
3.3 Jenis Penelitian	23
3.4 Instrumen Penelitian	24
3.5 Sumber Data	27
3.5.1 Data Primer	27
3.6 Populasi dan Sampel	27
3.6.1 Populasi	27
3.6.2 Sampel.....	27
3.7 Teknik Pengumpulan Data	29
3.8 Skala Pengukuran Variabel	30
3.9 Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Profil Gojek dan Grab.....	32
4.1.1 Profil Gojek.....	32
4.1.2 Profil Grab.....	32
4.2 Hasil Penelitian Kuantitatif.....	32
4.2.1 Profil Responden	32
4.2.2 Model Proposed	34
4.2.3 Pernyataan SEM–PLS	34
4.2.4 Hasil Evaluasi Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	35
4.2.5 <i>Outer Loadings</i>	35
4.2.6 <i>Discriminant Validity</i>	36
4.2.7 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT)</i>	36
4.2.8 <i>Construct Reliability and Validity</i>	37
4.2.9 Hasil Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	38
4.2.11 Model FIT	38
4.2.12 Uji Hipotesis.....	39
4.3 Hasil Penelitian Kualitatif	40
4.3.1 Karakteristik Narasumber Berdasarkan Usia	40

4.3.2 Karakteristik Narasumber Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.3.3 Perbandingan Keunggulan bersaing Gojek dan Grab	41
4.3.4 Perbandingan Produk/Jasa Gojek dan Grab	43
4.3.5 Faktor-Faktor Penggunaan Produk/Jasa Gojek dan Grab	47
4.4 Kesenambungan antara Hasil Kualitatif dan Kuantitatif.....	49
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	52
5.3 Keterbatasan Penelitian	52
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN.....	xxi



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Pengguna dan Pangsa Pasar Gojek dan Grab	2
Tabel 2.1 Perbedaan Produk/Jasa Gojek dan Grab.....	10
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel X dan Y.....	22
Tabel 3.2 Pertanyaan Kuesioner	24
Tabel 3.3 Pertanyaan Wawancara	25
Tabel 3.4 Skala Berdasarkan Skala Likert	30
Tabel 4.1 Profil Responden.....	33
Tabel 4.2 <i>Outer Loadings</i>	35
Tabel 4.3 Fornell-Larcker Criterion.....	36
Tabel 4.4 HTMT	37
Tabel 4.5 <i>Construct Reliability and Validity</i>	37
Tabel 4.6 R-Square	38
Tabel 4.7 Model FIT	38
Tabel 4.8 Uji Hipotesis	39
Tabel 4.9 Karakteristik Narasumber Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.10 Karakteristik Narasumber Berdasarkan Pekerjaan	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Transportasi Online di Indonesia 2023.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

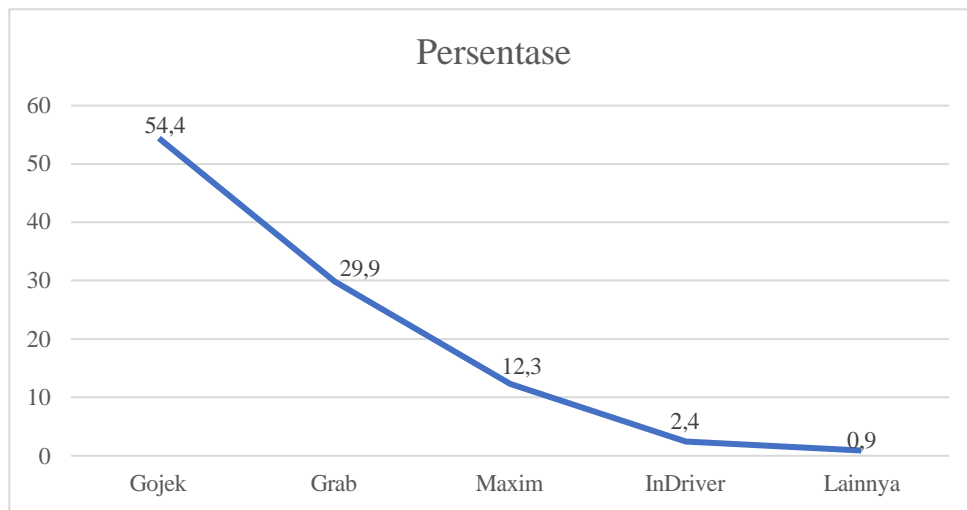
Saat ini, perkembangan pengetahuan begitu cepat, terutama di bidang teknologi dan informasi. Di era globalisasi, kecanggihan alat komunikasi memungkinkan akses dan penyebaran informasi terjadi dengan begitu mudah, bahkan hanya dalam hitungan detik (Thoybah *et al.*, 2018). Kemajuan tersebut banyak menghadirkan peluang bisnis dengan kemunculan berbagai usaha baru yang membawa inovasi.

Transportasi adalah elemen krusial dalam pengembangan suatu negara, karena berperan sebagai sebuah landasan pembangunan ekonomi, perkembangan sosial, dan pertumbuhan sektor industri. Inovasi di dunia transportasi dapat mendorong pertumbuhan ekonomi serta mendukung pembangunan suatu wilayah atau negara (Situmorang, 2024). Transportasi mempunyai fungsi sebagai alat yang mempermudah pemindahan barang dari satu titik ke titik lainnya.

Transportasi memainkan peran penting dalam menggerakkan perekonomian nasional sekaligus menjadi sektor bisnis, seperti halnya bidang ekonomi lainnya. Di Indonesia, kemajuan sarana transportasi telah berkembang begitu cepat, sehingga menyebabkan kebutuhan transportasi meningkat, terutama bagi yang tidak memiliki kendaraan pribadi (Hamidu *et al.*, 2018). Dengan adanya kemajuan teknologi yang telah menghadirkan berbagai layanan transportasi *online*, metode ini kurang inovatif.

Dalam era perkembangan teknologi yang semakin pesat, Indonesia mengalami perubahan signifikan di sektor transportasi seiring kemajuan teknologi modern. Saat ini, di beberapa kota besar di Indonesia, sudah hadir berbagai model transportasi *online* di antaranya Gojek dan Grab (Rahmanda & Salalahi, 2022). Gojek dan Grab menghubungkan penyedia layanan dengan konsumen melalui aplikasi, dan keduanya sering digunakan oleh masyarakat untuk bepergian ke berbagai tujuan.

Gambar 1.1 Pengguna Transportasi *Online* di Indonesia 2023



(Sumber: <https://goodstats.id/infographic/layanan-ojek-online-pilihan-masyarakat-indonesia-jbPbU>)

Pada gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa Gojek menempati posisi teratas sebagai transportasi *online* pilihan masyarakat Indonesia tahun 2023, dengan persentase 54,4%. Di posisi kedua terdapat Grab yang meraih 29,9%, diikuti oleh Maxim dengan 12,3%, InDriver sebesar 2,4%, dan 0,9% lainnya memilih transportasi *online* selain yang telah disebutkan.

Gojek, pelopor ojek *online* asal Jakarta, memiliki 220.000 armada di Indonesia, sementara Grab, pesaing utamanya, mengoperasikan 250.000 armada di Asia Tenggara. Setelah menggunakan layanan ini, pelanggan membentuk persepsi terkait kualitas dan harga, membandingkan apakah pelayanan memenuhi harapan dan sebanding dengan biaya (Kurniawan, 2017). Berdasarkan data tersebut, layanan transportasi *online* seperti Gojek dan Grab bersaing ketat di Indonesia.

Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang mendorong para pelaku bisnis untuk mulai bersaing di sektor transportasi *online*. Oleh karena itu, para pengusaha dituntut untuk merumuskan strategi kompetisi yang tepat agar bisnis mereka dapat mencapai tujuan secara efektif. Perkembangan ini membuat perusahaan-perusahaan transportasi *online* lainnya memperhatikan, namun sulit untuk menandingi dominasi Gojek dan Grab (Rahmanda & Salalahi, 2022).

Tabel 1.1 Perbandingan Pengguna dan Pangsa Pasar Gojek dan Grab

Kategori	Grab	Gojek
Pengguna Aktif (2022)	32,6 juta	27,5 juta

Pangsa Pasar (Maret 2020 - Feb 2021)	51%	49%
Pangsa Pasar Mei 2020	51%	60%
Pangsa Pasar Juli 2020	54%	46%
Pangsa Pasar Transportasi <i>Online</i> (2022)	52%	48%

(Sumber: Situmorang, 2024)

Pada tabel 1.1 menggambarkan bahwa pada 2022, Grab memiliki 32,6 juta pengguna aktif, lebih banyak dibandingkan Gojek dengan 27,5 juta. Pangsa pasar Grab unggul 51% dibandingkan Gojek (49%) selama Maret 2020–Februari 2021. Pada Mei 2020, pangsa pasar Gojek naik menjadi 60%, melampaui Grab (51%). Namun, pada Juli 2020, Grab kembali memimpin dengan 54%, sementara Gojek turun ke 46%. Secara keseluruhan, di 2022, Grab menguasai 52% pangsa pasar, sedikit lebih tinggi dari Gojek dengan 48%.

Layanan transportasi *online* seperti Gojek dan Grab memenuhi kebutuhan masyarakat dengan berbagai fitur tambahan, seperti GoFood, GrabFood, GoShop, GoSend, serta kemudahan pembayaran non-tunai melalui GoPay atau OVO. Pembayaran dengan GoPay atau OVO menawarkan biaya lebih rendah dan poin yang dapat ditukar dengan diskon layanan, seperti potongan harga di GrabFood atau GoFood, meski terbatas pada restoran tertentu (Solihin *et al.*, 2024).

Keberhasilan aplikasi transportasi *online* Gojek dalam menarik minat konsumen dan menjalankan bisnis layanan transportasi *online* mencerminkan efektivitas strategi pemasaran yang tepat. Mempelajari keunggulan kompetitif aplikasi transportasi *online* Gojek merupakan tantangan yang penting untuk diteliti secara mendalam, terutama dari sudut pandang konsumen (Asmariyana *et al.*, 2022).

Keunggulan kompetitif adalah atribut atau strategi unik yang membantu perusahaan mengungguli pesaingnya dan mencapai kinerja lebih tinggi di pasar. Keunggulan bersaing dapat diraih melalui berbagai metode, seperti penghematan biaya, diferensiasi, inovasi, pertumbuhan, dan biaya yang terkait dengan penyediaan produk atau layanan dengan harga yang wajar lebih rendah dibandingkan pesaing, sedangkan diferensiasi tersebut berfokus pada penyediaan produk atau layanan yang unik dan unggul (Situmorang, 2024).

Keunggulan bersaing menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kelebihan di beberapa aspek, yang memungkinkannya memenangkan persaingan di pasar. Semakin baik kualitas atau nilai yang ditawarkan perusahaan melalui produknya, semakin positif pula respons pelanggan, yang pada akhirnya mendorong pembelian ulang secara berkelanjutan di masa mendatang (Apriyanti *et al.*, 2022). Keunggulan bersaing suatu produk dapat memengaruhi

minat beli konsumen.

Menurut Kotler & Keller (2012:325), produk adalah segala sesuatu yang dapat disajikan ke pasar yang mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen, termasuk barang berwujud, layanan, pengalaman, individu, acara, lokasi, organisasi, aset, informasi, hingga gagasan. Dalam persaingan yang ketat ini, kedua perusahaan terus melakukan upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Saat ini, banyak perusahaan yang menyadari pentingnya kepuasan pelanggan dan melakukan berbagai strategi untuk memenuhinya. Menurut Kotler & Keller (2016:11), kepuasan konsumen merupakan perasaan puas atau kecewa yang dialami konsumen setelah merasakan perbandingan dari suatu produk dengan apa yang diharapkan. Pelanggan merasa puas jika kinerja produk sesuai dengan harapan mereka, namun ketika tidak sesuai, pelanggan akan merasa kecewa.

Menurut Clark (2017), generasi Y atau kaum milenial berkembang dalam lingkungan yang dipenuhi dengan perangkat elektronik. Individu dari generasi ini sangat terampil dalam hal teknologi dan sangat terhubung dengan internet. Menurut Wiedmer (2015), walaupun masih muda, generasi Z cenderung lebih aktif dalam memperjuangkan berbagai isu serta lebih sadar sosial dan lingkungan dibanding generasi sebelumnya.

Dapat disimpulkan bahwa gen Z dan milenial memiliki kecenderungan yang lebih besar dalam hal keterampilan teknologi dan keterhubungan dengan internet, sehingga mereka lebih mudah mengadopsi dan memanfaatkan aplikasi layanan seperti Gojek dan Grab yang berbasis teknologi.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini sangatlah penting. Kedua perusahaan tentu ingin mengetahui sejauh mana konsumen mereka merasa puas. Oleh karena itu, penelitian ini dengan judul **“ANALISIS PERBANDINGAN PRODUK/JASA DAN KEUNGGULAN BERSAING DAN PENGARUHNYA PADA KEPUASAN KONSUMEN STUDI KASUS PERUSAHAAN GOJEK DAN GRAB”** dibutuhkan dalam menganalisis tentang perbandingan produk atau jasa dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan pelanggan Gojek dan Grab, sehingga perusahaan dapat mengambil strategi dan keputusan untuk menjamin keberlanjutan bisnis.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan cakupan masalah penelitian yang telah diuraikan di atas, dengan demikian rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Gojek lebih memenuhi kepuasan konsumen dibanding Grab dalam aspek produk atau jasa?
2. Apakah Gojek lebih memenuhi kepuasan konsumen dibanding Grab dalam aspek keunggulan bersaing?
3. Bagaimana perbandingan keunggulan bersaing Gojek dan Grab saat ini?
4. Faktor apa saja yang memengaruhi konsumen dalam menggunakan produk/jasa Gojek dan Grab?

1.3 Batasan Masalah

Bertolak dari rumusan masalah diatas, ada keterbatasan waktu dan tenaga. Untuk menjaga fokus penelitian agar tidak meluas dari topik yang dimaksud, skripsi ini membatasi pembahasan pada analisis perbandingan produk/jasa dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan konsumen pada Gojek dan Grab.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah, dengan demikian tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui manakah yang lebih memuaskan konsumen dalam aspek produk atau jasa pada Gojek dan Grab.
2. Untuk mengetahui manakah yang lebih memuaskan konsumen dalam aspek keunggulan bersaing pada Gojek dan Grab.
3. Untuk mengetahui perbandingan keunggulan bersaing Gojek dan Grab saat ini.
4. Untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi konsumen dalam menggunakan produk/jasa Gojek dan Grab.

1.5 Manfaat Penelitian

Mengacu pada tujuan penelitian, dengan demikian manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan dan keilmuan dalam bidang manajemen terkait dengan topik pengaruh produk/jasa dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan menambah wawasan tentang Gojek dan Grab, juga untuk memenuhi tugas akhir prodi manajemen fakultas bisnis dan humaniora di Universitas Nusa Putra.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat dijadikan referensi pada perpustakaan di Universitas Nusa Putra.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil strategi dan keputusan untuk menjamin keberlanjutan bisnis.

d. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan informasi penelitian selanjutnya.

e. Bagi Masyarakat Pengguna Transportasi *Online*

Penelitian ini diharapkan bisa membantu masyarakat pengguna transportasi *online* dalam memilih aplikasi yang lebih relevan dengan kebutuhan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagian awal mencakup *cover*, pengesahan, kata pengantar, dan daftar isi.
2. Bagian isi mencakup:

a. BAB I: PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang, definisi masalah, tujuan dan manfaat serta metode penulisan.

b. BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Membahas landasan teori, penelitian terdahulu, hipotesis dan kerangka pemikiran.

c. BAB III: METODE PENELITIAN

Membahas definisi operasional variabel penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan dan teknik analisis data.

d. BAB IV: HASIL DAN PENELITIAN

Membahas objek penelitian, populasi dan sampel, teknik analisis data berupa SEM-PLS yang mencakup *inner model* dan *outer model* untuk menjelaskan

pengaruh antar variabel.

e. BAB V: PENUTUP

Menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian, saran, dan keterbatasan penelitian.

3. Bagian akhir mencakup daftar pustaka dan lampiran yang relevan sebagai pendukung bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manakah yang lebih memuaskan konsumen dalam aspek produk atau jasa pada Gojek dan Grab, untuk mengetahui manakah yang lebih memuaskan konsumen dalam aspek keunggulan bersaing pada Gojek dan Grab, untuk mengetahui perbandingan keunggulan bersaing Gojek dan Grab saat ini, dan untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi konsumen dalam menggunakan produk/jasa Gojek dan Grab.

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan produk/jasa pada Gojek lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dibandingkan Grab dalam indikator tingkat kualitas dan keistimewaan produk/jasa yang ditawarkan, yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Hal tersebut dapat dilihat secara kuantitatif, analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa variabel produk/jasa (X_1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dibuktikan dengan nilai t -hitung yang tinggi $X_1 = 4,484$ dan nilai p yang sangat signifikan ($<0,05$).

Secara kualitatif, keandalan jasa Gojek unggul dalam efisiensi waktu, sedangkan produk Grab memiliki keunggulan pada promosi yang kompetitif. Kedua perusahaan memiliki potensi besar untuk terus meningkatkan keunggulan bersaing dengan memperhatikan kebutuhan konsumen dan kesejahteraan mitra pengemudi.

Menurut hasil kuantitatif, keunggulan bersaing pada Gojek lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dibandingkan Grab dalam indikator keunikan produk/layanan, variasi produk/layanan, serta pengalaman pelanggan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t -hitung yang tinggi $X_2 = 5,288$ dan nilai p yang sangat signifikan ($<0,05$).

Secara kualitatif, Gojek unggul dalam memberikan pengalaman yang baik dalam kemudahan penggunaan aplikasi, sedangkan Grab memiliki keunggulan pada jangkauan yang lebih luas. Kedua perusahaan memiliki potensi besar untuk terus meningkatkan keunggulan bersaing dengan memperhatikan kebutuhan konsumen dan kesejahteraan mitra pengemudi.

Keunggulan bersaing kedua platform hampir setara. Gojek lebih unggul dalam diferensiasi layanan yang disesuaikan dengan konsumen lokal, sementara Grab lebih menonjol dalam penawaran promosi yang agresif dan cakupan pasar yang lebih luas. Produk yang ditawarkan oleh Gojek dan Grab memiliki kemiripan dari segi layanan utama. Namun, Gojek unggul dalam kemudahan penggunaan aplikasi dengan tampilan sederhana. Sedangkan Grab, memiliki keunggulan dalam integrasi layanan dengan mitra internasional.

Faktor-faktor utama yang memengaruhi konsumen meliputi harga kompetitif, kemudahan akses aplikasi, kualitas pengemudi, variasi layanan, serta pengalaman pengguna yang memuaskan. Selain itu, promosi, diskon, dan kemudahan pembayaran non-tunai menjadi daya tarik utama.

5.2 Saran

Dari penelitian diatas peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk Gojek dan Grab, perusahaan perlu memastikan pengemudi memberikan pelayanan yang profesional dan tepat waktu. Selain itu, respons cepat terhadap keluhan konsumen juga penting untuk menjaga kepuasan pelanggan. Kedua platform sebaiknya terus menghadirkan fitur-fitur baru yang relevan dengan kebutuhan konsumen, seperti integrasi layanan berkelanjutan yang ramah lingkungan. Dengan memahami kebutuhan konsumen melalui analisis data, Gojek dan Grab dapat menawarkan layanan yang lebih personal dan sesuai preferensi pengguna. Menghadirkan promosi yang lebih menarik dan mengurangi biaya tambahan yang tidak diperlukan untuk menarik lebih banyak pelanggan, terutama dari segmen yang sensitif terhadap harga.
2. Untuk Konsumen, disarankan untuk memilih platform yang paling sesuai dengan kebutuhan spesifik mereka, seperti layanan yang lebih cepat, fitur tambahan yang relevan, atau harga yang lebih kompetitif.
3. Untuk Penelitian selanjutnya, dapat mengeksplorasi dampak keberlanjutan ekosistem digital terhadap loyalitas pelanggan. Menambahkan variabel baru, seperti dampak sosial atau lingkungan, untuk memahami kontribusi Gojek dan Grab dalam pembangunan masyarakat.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan wilayah yang sempit, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi pengguna Gojek dan Grab.

Selain itu, pendekatan kuantitatif yang digunakan dapat dilengkapi dengan analisis yang lebih mendalam pada dimensi kualitatif untuk mendapatkan wawasan yang lebih menyeluruh.



DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M. (2019). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Packing Produk Minuman PT . Singa Mas Pandaan. *Aplikasi Manajemen Inovasi Bisnis*, 1, 103–125.
- Aini, L. (2019). *ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA OJEK ONLINE GRAB (STUDI DI KELURAHAN REMBIGA KOTA MATARAM)*. Univeristas Islam Negeri Mataram.
- Albahussain, S. A., El-Garaihy, W. H., & Mobarak, A.-K. M. (2014). The Prediction of Corporate Social Responsibility Impact on Competitive Advantage : An Artificial Neural Network Approach. *International Journal Of Academic Research In Economics And Management Sciences*, 3(5), 116–136. <https://doi.org/10.6007/IJAREMS/v3-i5/1197>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31.
- Anam, M. K., Studi, P., Syariah, E., Studi, P., Syariah, E., Islam, F. A., Nurul, U., Fitriah, S. N., Studi, P., Syariah, E., Islam, F. A., & Nurul, U. (2020). KONTRIBUSI PENGEMUDI OJEK ONLINE (GRAB) DALAM PELAYANAN MASYARAKAT DI KABUPATEN MALANG. *Ekonomi Dan Perbankan*, 4(2), 1–15.
- Andini, A., & Sampurna, D. S. (2020). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Konsumen Produk Merek Lois Jeans di SSL). *STEI*, 1–21.
- Apriyanti, Putri, Z. M., & Hariyani, D. S. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI LOYALITAS PELANGGAN. *Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2, 53–61.
- Arbi, M. (2017). *PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA GRAB DENGAN GO-CAR DI KOTA M E D A N*. Universitas Medan Area.
- Arfian, A., & Yoraeni, A. (2019). ANALISIS FAKTOR SISWA MENGGUNAKAN M-LEARNING DENGAN METODE STRUKTURAL PARTIAL LEAST SQUARE. *INTI NUSA MANDIRI*, 14(1), 93–98.

- Arief, M. (2023). *ANALISIS KOMPARATIF STRATEGI KEUNGGULAN GOJEK DAN GRAB DALAM MENINGKATKAN PASAR DI KABUPATEN JEMBER*. Univesitas Islma Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Asmariyana, Suharto, & Suhada, B. (2022). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN TRANSPORTASI ONLINE GOJEK (Studi Kasus Pada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Metro). *Simplex:Journal Of Economic Management*, 3(2).
- Clark, K. R. (2017). Managing multiple generations in the workplace. *Radiologic Technology*, 88(4), 379–396.
- Dalimunthe, I. P., & Nofryanti. (2020). Perspektif Masyarakat Pengguna Jalan Atas Ojek Online : Sudut Pandang Kemacetan The Perspective of Road Users on Ojek Online : The Point of View Congestion. *Media Ekonomi*, 20(1), 16–25.
- Dalimunthe, M. B. (2017). KEUNGGULAN BERSAING MELALUI ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK. *Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 18–31.
- Darmawan, R. D. (2018). ANALISA PENGARUH WORK-FAMILY CONFLICT DAN JOB STRESS TERHADAP JOB PERFORMANCE PERAWAT DI RUMAH SAKIT “X.” *AGORA*, 6(2).
- Dewi, I. R., Michel, R. J., & Puspitasari, D. A. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS DENGAN MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO PRIMA FRESHMART CIREBON. *Maneksi*, 11(1), 314–321.
- Evelyna, F. (2021). Theory Of Planned Behavior untuk Memprediksi Niat Pembelian Tiket Secara Online Pada Generasi Milenial. *JBMA*, VIII(1), 1–19.
- Fakhriyah, P. (2020). PENGARUH LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE (GOJEK) TERHADAP PERLUASAN LAPANGAN KERJA BAGI MASYARAKAT DI KOTA CIMAHI. *COMM-EDU*, 3, 34–41.
- Fitriyani, M., & Widarmanti, T. (2023). Brand Positioning untuk Keunggulan Bersaing pada Aplikasi Transportasi Online Menggunakan Sentiment Analysis (Studi pada : Go-Jek dan Grab). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3231–3237. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i3.3661>
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2008). *How to Design and Evaluate Research in Education*

- (Seventh). McGraw-Hill Companies, Inc.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Semarang.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh). Pearson Education, Inc.
- Hamidu, S. H., Rakib, M., & Syam, A. (2018). JASA TRANSPORTASI ONLINE (STUDI KOMPARATIF PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA PENGGUNA GOJEK DAN GRAB PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR). *EPrints*.
- Hastuti, M. S. (2007). Perkembangan menarik dalam pemasaran jasa. *Manajemen Bisnis*, 169–182.
- Hendrayadi, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). MIXED METHOD RESEARCH. *Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 6, 2402–2410.
- Huang, L., Mou, J., See-to, E. W. K., & Kim, J. (2019). Journal of Retailing and Consumer Services Consumer perceived value preferences for mobile marketing in China : A mixed method approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48(January), 70–86. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.02.007>
- Indraswari, V. N., Dwi, I., & Suryono, W. (2020). ANALISIS KOMPARASI VARIABEL BAURAN PEMASARAN JASA YANG DIPERTIMBANGKAN DALAM LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN (Studi Kasus pada GoFood dan GrabFood). *Repository STEI Jakarta*, 1–15.
- Irawan, H. (2002). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Kedua). PT Gramedia.
- Irwan, & Adam, K. (2015). METODE PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) DAN TERAPANNYA (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Teknosains*, 53–68.
- Juliandi, A. (2018). *Structural Equation Model Based Partial Least Square (SEM-PLS): Menggunakan SmartPLS*. Universitas Batam.
- Kotler, P. (2017). *Pemasaran* (Pertama). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall Inc.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, A. (2017). ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING GO-JEK DAN GRAB DI WILAYAH KELAPA GADING, JAKARTA UTARA. *IBI KKG*, 1–10.
- Mahyarni, D. (2013). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *EL-RIYASAH*.
- Mawarni, I., & Trianto, A. (2021). PERBANDINGAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN TRANSPORTASI DARING DI KOTA PALEMBANG (STUDI PT. GOJEK DAN PT. GRAB) COMPARISON OF THE LEVEL OF CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS ONLINE TRANSPORTATION SERVICES IN THE CITY OF PALEMBANG (STUDY OF PT. GOJ. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9, 132–150.
- Mintardjo, B. H. (2020). Pengaruh Kualitas Jasa Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Angkutan Udara Sriwijaya Air Di Perwakilan Surakarta. *Pariwisata Indonesia*, 16(1), 34–45.
- Monitaria, A. M., & Baskoro, E. (2021). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Pnline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul. *Manajemen Diversivikasi*, 1(3), 622–635.
- Muhardi. (2004). ASPEK-ASPEK KEUNGGULAN BERSAING PERGURUAN TINGGI. *MIMBAR*, 179–193.
- Munawar, A. F., & Widiyanesti, S. (2021). PENGARUH VALUE CHAIN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN MEDIASI KEUNGGULAN BERSAING PADA APLIKASI GOJEK. *Mitra Manajemen*, 5(2), 57–68.
- Narimawati, U. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Agung Media.
- Nasarudin, Winarno, W. W., & Kurniawan, M. P. (2022). Evaluasi Pengaruh Website Media Pembelajaran Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan PLS-SEM Evaluation Of The Influence Of Learning Media Website. *SISFOTENIKA*, 12(1), 86–100.
- Nugroho, N., Akbar, F., & Hutabarat, M. (2019). ANALISIS KOMUNIKASI DI PT. ASURANSI BUANA INDEPENDENT MEDAN. *Simantek*, 3(1).

- Paramitha, P. A., Saerang, I. S., & Soegoto, A. S. (2019). Pengaruh Inovasi dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Riset Bisnis Dan Manajemen*.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Mehods* (3rd ed.). Sage Publishing.
- Permatasari, S. S., Tambun, S., & Hutagalung, I. (2020). Moderasi Fitur Medical Atas Pengaruh Fitur Payments dan Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Gojek. *Bisnis & Kewirausahaan*, x(x), 72–81.
- Porajow, M. D. F. S. (2024). KINERJA KEUANGAN DAN NILAI PERUSAHAAN PEMBELAJARAN DARI PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER CYCLICAL DI BURSA EFEK INDONESIA. *MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI*, 11(1), 1113–1130.
- Porter, M. E. (1998). *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. PT. Gramedia.
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). EDUCATION MANAGEMENT RESEARCH DATA ANALYSIS: COMPARISON OF RESULTS BETWEEN LISREL, TETRAD, GSCA, AMOS, SMARTPLS, WARPPLS, AND SPSS FOR SMALL SAMPLES. *Nidhomul Haq*, 6(2).
- Putri, E. I. K. (2021). *PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Putri, N. K., & Rianty, M. (2020). Analisis Perbandingan Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Online Di Sumatera Selatan. *Akuntansi Dan Manajemen*, 15(2).
- Rahmanda, V., & Salalahi, P. R. (2022). Analisis Strategi Keunggulan Go-Jek dan Grab dalam Meningkatkan Pasar di Indonesia. *Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 142–147.
- Reniati. (2013). *Kreativitas Organisasi & Inovasi Bisnis*. Alfabeta.
- Rini. (2019). “ *PENGARUH KUALITAS PELAYAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA JASA PELAYANAN DRIVER GRAB* ” (*Studi Kasus IAIN Metro*). Kementrian Agama Republik Indonesia Institut Agama Islam Negeri Metro.

- Saputra, D. (2018). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN 4P (PRODUK, PRICE, PLACE dan PROMOTION) TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE*. Uniiversitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang.
- Situmorang, K. F. (2024). ANALISIS PERBANDINGAN COMPETITIVE ADVANTAGE, KUALITAS LAYANAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI PADA GOJEK DAN GRAB. *MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 1676–1695.
- Solihin, D., Nurfitiriani, Indrawati, A., & Yudhyani, E. (2024). ANALISIS PERBEDAAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN ANTARA PENGGUNA GOJEK DAN GRAB DI LINGKUNGAN UNTAG SAMARINDA. *GEOEKONOMI*, 15(1), 211–220.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiono, & Kesuma, A. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Menggunakan Model TRA , TPB , SCT dan. *Pariwisata Dan Perhotelan*, 6(2), 1–10.
- Syihab, I. R. A., Hendrayady, A., & Poti, J. (2023). Pengaruh Pemberian Remunerasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekretariat Daerah Kantor Bupati Kabupaten Karimun. *Ilmu Hukum Dan Politik*, 1(3).
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., & Mangrove, E. (2019). ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN EKOSISTEM MANGROVE DI PESISIR PANTAI KECAMATAN LOLODA KABUPATEN HALMAHERA BARAT. *Spasial*, 6(2), 531–540.
- Thoybah, Suharto, A., & Winahyu, P. (2018). Perbandingan Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen Gojek Dan Grab Pada Mahasiwa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. *Repository UM Jember*, 1–10.
- Tjiptono, F. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Trivaika, E., Senubekti, M. A., & Belakang, L. (2022). Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android. *NUANSA INFORMATIKA*, 16, 33–40.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis, Edisi Pertama*. PT Gramedia.
- Wakari, V. V, Rogi, O. H. A., & Makarau, V. H. (2019). DAYA DUKUNG LAYANAN ANGKOT BERDASARKAN JARAK JANGKAUAN MASYARAKAT TERHADAP JALUR TRAYEK DI KOTA MANADO. *Spasial*, 6(3), 553–560.

- Wiedmer, T. L. (2015). Generations do differ: Best practices in leading traditionalists, boomers, and generations X, Y, and Z. *The Delta Kappa Gamma Bulletin: International Journal for Professional Educators*, 82(1).
- Yanti, S., & Nugroho, H. (2018). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENERIMAAN DAN NIAT KEBERLANJUTAN PENGGUNAAN PORTAL AKADEMIK SIAKAD STMIK AKAKOM MENGGUNAKAN TAM SERTA MODEL DeLONE DAN McLEAN. *Informatika Dan Komputer*, 3(1), 37–45.



LAMPIRAN

Kuisisioner Google Form

ANALISIS PERBANDINGAN PRODUK/JASA DAN KEUNGGULAN BERSAING DAN PENGARUHNYA PADA KEPUASAN KONSUMEN STUDI KASUS PERUSAHAAN GOJEK DAN GRAB

Selamat pagi/siang/sore/malam. Perkenalkan saya Mahasiswa dari Prodi Manajemen Universitas Nusa Putra. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai **ANALISIS PERBANDINGAN PRODUK/JASA DAN KEUNGGULAN BERSAING DAN PENGARUHNYA PADA KEPUASAN**

KONSUMEN STUDI KASUS PERUSAHAAN GOJEK DAN GRAB.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan ialah pengguna/konsumen aplikasi Gojek dan Grab.

Apabila anda memenuhi persyaratan di atas, kami mohon bantuannya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam penelitian ini, jawablah sesuai yang sebenarnya. Data anda akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan. Data ini hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Terima kasih dan salam hangat,
Elin Cahya Wati

Umur *

- ☐ Millennials (1981-1996)
- ☐ Gen Z (1997-2012)
- ☐ Yang lain: _____

Jenis Kelamin *

- ☐ Perempuan
- ☐ Laki - Laki

Status Pernikahan *

- ☐ Menikah
- ☐ Lajang
- ☐ Cerai

Pekerjaan *

- ☐ Pelajar/Mahasiswa
- ☐ Pegawai dan Profesional
- ☐ Pengusaha
- ☐ Ibu Rumah Tangga
- ☐ Pensiunan
- ☐ Tidak Bekerja dan Lainnya

Pendapatan Bulanan *

- ☐ < Rp. 3.000.000,00
- ☐ Rp. 3.000.000-5.000.000,00
- ☐ Rp. 6.000.000-10.000.000,00
- ☐ Rp. 11.000.000-15.000.000,00
- ☐ Rp. 16.000.000-20.000.000,00
- ☐ > Rp. 20.000.000,00

Pendidikan Terakhir *

- ☐ SD
- ☐ SMP
- ☐ SMA
- ☐ Diploma
- ☐ S1/Sarjana
- ☐ S2/Master
- ☐ S3/Doctoral

Gojek memiliki fitur layanan yang lebih baik untuk menunjang kebutuhan pelanggan dibandingkan Grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Pelanggan Gojek lebih mudah melakukan pemesanan dibandingkan Grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Aplikasi Gojek lebih mudah digunakan dimanapun tanpa registrasi ulang dibandingkan Grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Aplikasi Gojek lebih memberikan nilai manfaat yang berarti bagi pelanggan dibandingkan Grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Pelanggan membutuhkan layanan Gojek untuk mobilitas sehari-hari dibandingkan Grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Apakah anda setuju jika aplikasi gojek selalu memberikan sikap dan kesan yang bersahabat dibandingkan dengan grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Apakah anda setuju gojek selalu memberikan layanan tepat waktu dibandingkan dengan grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Apakah anda setuju jika aplikasi gojek memiliki fitur yang mudah digunakan dibandingkan dengan grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Apakah anda setuju jika pemesanan ojek online pada aplikasi gojek lebih cepat dibandingkan dengan grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Apakah anda setuju jika pembayaran di gojek sangat mudah dan bervariasi dibandingkan dengan grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Driver Gojek memberikan fasilitas pada penumpang sesuai dengan ketentuan dibandingkan driver Grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Driver memberikan jalan alternatif kepada penumpang sehingga penumpang sampai dengan cepat ke tujuan dibandingkan driver Grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Driver Gojek sampai ke lokasi penjemputan dengan cepat sehingga penumpang tidak menunggu lama dibandingkan driver Grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Gojek memberikan fitur darurat untuk keselamatan para penumpang dibandingkan Grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju

Driver Gojek selalu memperhatikan kendaraannya untuk kenyamanan penumpang driver Grab *

- ☐ 1. Sangat tidak setuju
- ☐ 2. Tidak Setuju
- ☐ 3. Netral
- ☐ 4. Setuju
- ☐ 5. Sangat Setuju