

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN FITUR TERHADAP
KEPUASAAN PELANGGAN GOJEK SAAT PENDEMI COVID-19 DI
BANYUWANGI
(STUDI KASUS PELANGGAN FITUR GOFOOD)**

Khalifah Hikmah Alarni
07khalifahhikmah@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Achmad Hasan Hafidzi
achmad.hasan@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

Yohanes Gunawan Wibowo
gunawanwibowo@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

ABSTRACT

Study aims to determine and analyze the effect of service quality, price and features on Gojek customer satisfaction during the Covid-19 outbreak in Banyuwangi. The primary data source used in this study is the respondents' answers through questionnaire items. The population of this study is all Gojek customers in Banyuwangi whose number cannot be counted with certainty. Thus the number of samples in this study amounted to 90 respondents. The analytical tool used in this study is multiple linear regression analysis. Many regression test results indicate that service quality has a positive effect on customer satisfaction. This proves that good service quality will increase Gojek customer satisfaction in Banyuwangi. Price has a positive effect on satisfaction. This proves that the right price will increase Gojek customer satisfaction in Banyuwangi. Features have a positive effect on customer satisfaction. This proves that better features will increase Gojek customer satisfaction in Banyuwangi. The results of the partial test (t test) show that service quality, price and features have a significant effect on Gojek customer satisfaction.

Keywords: *service quality, price, features and customer satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Hal terpenting dalam dunia bisnis adalah konsep kepuasan pelanggan yang digunakan untuk memikat para pelanggan, sudah menjadi kewajiban perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk bisa bertahan dan tetap menjadi kepercayaan para pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan mampu memberikan manfaat baik diantaranya hubungan antara perusahaan dan para pelanggan menjadi selaras. Menurut (Kotler & Gary Amstrong, 2016), Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul sesudah

membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk/jasa yang diterima dan diharapkan.

Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Kotler et al., 2017) Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Agar dapat bersaing, bertahan, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan

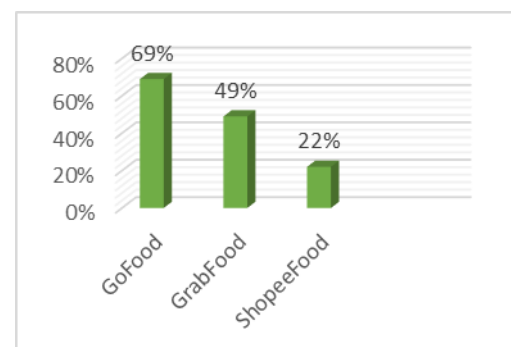
dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar pelanggan atas utilitas (manfaat) karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2014). Harga dapat mempengaruhi pilihan seseorang pembeli, harga cukup berperan penting dalam menentukan pembelian pelanggan. Oleh Karena itu sebelum menetapkan suatu harga sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk atau jasa yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan dilapangan.

Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ialah fitur. Fitur merupakan sesuatu yang terdapat dalam produk yang mana sebagai fungsi dasar atau kemampuan khusus yang ada pada produk, dan merupakan fasilitas tambahan yang ada pada produk (Tjiptono, 2016). Fitur memiliki karakteristik tambahan yang dirancang untuk menambah ketertarikan pelanggan terhadap produk atau jasa untuk menyempurnakan fungsi produk. Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini ada beberapa jenis aplikasi *mobile* berbasis *android* atau *ios* yang mempublikasikan layanan pemesanan ojek online menggunakan teknologi dengan menggunakan standar pemesanan. PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa adalah perusahaan bisnis yang menggabungkan internet dengan transportasi dengan menyediakan jasa ojek online, sehingga mampu menghasilkan transportasi berbasis

teknologi. Perusahaan ini menciptakan suatu aplikasi yaitu aplikasi Gojek, meluncurnya aplikasi ini pada tahun 2011. Munculnya Gojek diseluruh daerah di Indonesia menjadi kemudahan teknologi yang diapresiasi oleh masyarakat dalam membantu aktivitas sehari-hari.

GoFood merupakan transaksi *food delivery* terbesar di dunia tentang pelayanannya lewat *driver* ojek *online*, suksesnya pelayanan GoFood sangat berkontribusi terhadap para pelaku bisnis usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di bidang kuliner. Terdapat perbandingan grafik layanan pesan – antar makanan pada fitur Go-Food, Grab Food dan ShopeeFood, sebagai berikut :



Berdasarkan tabel grafik diatas terbukti bahwa marketplace GoFood lebih unggul dibandingkan marketplace Grab Food dan ShopeeFood. Pelanggan Go-Food mendominasi pasar pesan-antar makanan karena jauh lebih banyak yang digunakan oleh pelanggan sebesar 69%, dibandingkan GrabFood 49% dan ShopeeFood 22%.

Pada awal tahun 2019 terdapat virus covid-19 atau sering disebut juga dengan virus corona, virus covid-19 ini berasal dari negara Cina di kota Wuhan

yang kemudian menyebar luas ke seluruh belahan dunia. Di saat situasi pandemi covid-19 yang sudah menyebar luas di Indonesia, tidak bisa dipungkiri situasi itu juga melanda kota Banyuwangi. Dalam situasi pademi Covid-19 Gojek di kota Banyuwangi terdapat kasus keluhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dalam menggunakan fitur GoFood terdapat beberapa pelanggan mengeluhkan adanya ketidakpuasan saat menggunakan layanan salah satunya yaitu mengenai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan saat menggunakan fitur GoFood.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2018) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 22 sebagai alat penelitian untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan, Harga dan Fitur terhadap kepuasan pelanggan Gojek.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Gojek di Banyuwangi dengan jumlah sampel 90 responden dan pengambilan sampel menggunakan

non probability sampling dengan menggunakan *purposive sampling*.

3. Hasil Dan Pembahasan

Hasil Uji Instrumen

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

| Variael | R _{tabel} | R _{hitung} | Ket |
|---------|--------------------|---------------------|-------|
| (X1) | | | |
| X1.1 | 0.2072 | 0.791 | Valid |
| X1.2 | 0.2072 | 0.777 | Valid |
| X1.3 | 0.2072 | 0.840 | Valid |
| X1.4 | 0.2072 | 0.761 | Valid |
| X1.5 | 0.2072 | 0.769 | Valid |
| X1.6 | 0.2072 | 0.809 | Valid |
| X1.7 | 0.2072 | 0.768 | Valid |
| X1.8 | 0.2072 | 0.724 | Valid |
| X1.9 | 0.2072 | 0.553 | Valid |
| X1.10 | 0.2072 | 0.553 | Valid |
| (X2) | | | |
| X2.1 | 0.2072 | 0.799 | Valid |
| X2.2 | 0.2072 | 0.778 | Valid |
| X2.3 | 0.2072 | 0.506 | Valid |
| X2.4 | 0.2072 | 0.856 | Valid |
| X2.5 | 0.2072 | 0.882 | Valid |

| Variabel | R _{tabel} | R _{hitung} | Ket |
|----------|--------------------|---------------------|-------|
| (X1) | | | |
| X2.6 | 0.2072 | 0.836 | Valid |
| X2.7 | 0.2072 | 0.823 | Valid |
| X2.8 | 0.2072 | 0.848 | Valid |
| (X3) | | | |
| X3.1 | 0.2072 | 0.723 | Valid |
| X3.2 | 0.2072 | 0.769 | Valid |
| X3.3 | 0.2072 | 0.732 | Valid |
| X3.4 | 0.2072 | 0.743 | Valid |
| X3.5 | 0.2072 | 0.783 | Valid |
| X3.6 | 0.2072 | 0.739 | Valid |
| X3.7 | 0.2072 | 0.757 | Valid |
| X3.8 | 0.2072 | 0.808 | Valid |
| (Y) | | | |
| Y.1 | 0.2072 | 0.794 | Valid |
| Y.2 | 0.2072 | 0.814 | Valid |
| Y.3 | 0.2072 | 0.684 | Valid |
| Y.4 | 0.2072 | 0.542 | Valid |
| Y.5 | 0.2072 | 0.704 | Valid |
| Y.6 | 0.2072 | 0.845 | Valid |
| Y.7 | 0.2072 | 0.853 | Valid |

| Variabel | R _{tabel} | R _{hitung} | Ket |
|----------|--------------------|---------------------|-------|
| (X1) | | | |
| Y.8 | 0.2072 | 0.861 | Valid |
| Y.9 | 0.2072 | 0.858 | Valid |
| Y.10 | 0.2072 | 0.861 | Valid |

Sumber: Data Primer Diolah 2022

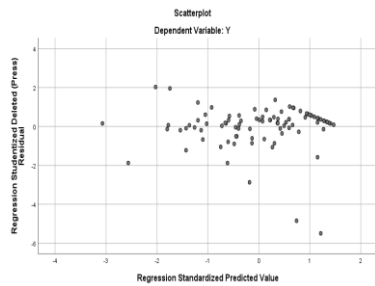
Pada tabel 1 diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel adalah valid, karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka instrumen dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Standar alpha | Ket |
|----------|------------------|---------------|----------|
| (X1) | .900 | 0.06 | Reliabel |
| (X2) | .909 | 0.06 | Reliabel |
| (X3) | .891 | 0.06 | Reliabel |
| (Y) | .931 | 0.06 | Reliabel |

Sumber: Data Primer diolah 2022

Pada tabel 2 diatas menunjukkan bahwa dari hasil SPSS semua variabel hasil dari uji reabilitas menunjukkan jumlah nilai lebih dari 0,60 maka dikatakan reliabel. Hal ini sesuai dengan pernyataan penelitian terdahulu, jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 1 diatas dapat diketahui hasil uji normalitas ternyata semua data terdistribusikan dengan baik dan normal, sebaran data berada disekitar garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas

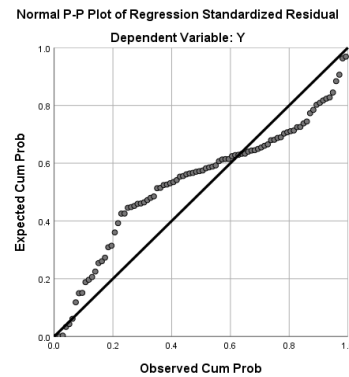
Tabel 3 Hasil Multikolinearitas

| Variabel | Tolerance | VIF | Ket |
|----------|-----------|-------|-----------------------------|
| X1 | 0,954 | 1,048 | Tidak Ada Multikolonieritas |
| X2 | 0,388 | 2,578 | Tidak Ada Multikolonieritas |
| X3 | 0,377 | 2,654 | Tidak Ada Multikolonieritas |

Sumber: Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Sedangkan menurut (Ghozali, 2016) nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* <10 atau sama dengan nilai VIF >0,1. Kesimpulannya

adalah bahwa tidak terjadi



multikolonieritas.

Gambar 2 Hasil Uji *Scaterplot*

Berdasarkan gambar 2 dapat diketahui hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan ternyata titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah 0 pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi asumsi klasik heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat.

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Variabel | Koefisien Regresi | Sig. | Ket |
|-------------------|-------------------|-------|------------|
| (Constant) | -1,033 | 0,850 | Signifikan |
| (X ₁) | 0,155 | 0,031 | Signifikan |
| (X ₂) | 0,335 | 0,013 | Signifikan |
| (X ₃) | 0,737 | 0,000 | Signifikan |

Sumber: Data Primer diolah, 2022.

Berdasarkan tabel 3 diatas menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1.033 + 0.155X_1 + 0.335X_2 + 0.737X_3 + e$$

1. Nilai konstanta dari persamaan diatas didapatkan nilai konstanta negatif yang berarti bahwa jika nilai variabel independen kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), fitur (X_3), sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami penurunan.
2. Kualitas Pelayanan (X_1) Nilai koefisien dari variabel kualitas pelayanan adalah bernilai positif yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diterima, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan Gojek
3. Harga (X_2) Nilai koefisien dari variabel harga adalah bernilai positif yang berarti bahwa semakin sesuai harga, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi Gojek.
4. Fitur (X_3) Nilai koefisien dari variabel fitur adalah bernilai positif yang berarti bahwa semakin baik fitur, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi Gojek.

Tabel 5 Hasil Uji t

| Variabel | Sig. | Keterangan |
|-----------|-------|------------|
| (X_1) | 0,031 | Signifikan |
| (X_2) | 0,013 | Signifikan |
| (X_3) | 0,000 | Signifikan |

Sumber: Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 5 diatas hasil uji t dapat dijelaskan sebagai Berikut:

1. Kualitas pelayanan (X_1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat bahwa tingkat signifikan (α) dari variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah $0,013 < 0,05$. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H_1 diterima).
2. Harga (X_2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat bahwa tingkat signifikan (α) dari variabel harga (X_2) adalah $0,013 < 0,05$. Hal ini berarti harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H_2 diterima).
3. Fitur (X_3) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat bahwa tingkat signifikan (α) dari variabel fitur (X_3) adalah $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti fitur berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H_3 diterima).

Tabel 6 Hasil Uji R^2

| No | Kriteria | Koefisien |
|----|---------------------|-----------|
| 1 | R | 0,737 |
| 2 | $R Square$ | 0,544 |
| 3 | $Adjusted R Square$ | 0,528 |

Sumber: Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 6 emenunjukkan model memiliki nilai $R Square$ sebesar 0,544. Hal ini berarti variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan fitur (X_3) yakni sebesar 52,8 %. Sedangkan sisannya sebesar 47,4%

adalah faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui pada Uji t terhadap hipotesis pertama (H_1) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0,031. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan Gojek terhadap pelanggan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, semakin buruk kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan Gojek terhadap pelanggan, maka akan semakin rendah tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan oleh pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan perusahaan. Hasil penelitian ini juga searah dengan teori yang dikemukakan oleh (Kotler et al., 2017) mendefinisikan kualitas pelayanan diartikan sebagai bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui pada Uji t terhadap hipotesis kedua (H_2) menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0,013. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik harga yang diberikan oleh perusahaan Gojek, maka akan semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Sebaliknya, semakin buruk harga yang diberikan oleh perusahaan Gojek, maka akan semakin rendah tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan oleh pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan perusahaan Gojek. Hasil penelitian ini searah dengan teori yang dikemukakan oleh (Kotler & Gary Armstrong, 2016) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Pada umumnya harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas.

Pengaruh Fitur Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui pada Uji t terhadap hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan bahwa variabel fitur berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik fitur yang diberikan oleh perusahaan Gojek, maka akan semakin

meningkat pula kepuasan pelanggan. Sebaliknya, semakin buruk fitur yang diberikan oleh perusahaan Gojek, maka akan semakin rendah tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan oleh pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan perusahaan Gojek. Hasil penelitian ini searah dengan teori yang dikemukakan oleh (Kotler & Kevin Lane Keller, 2012) fitur adalah ciri khas produk yang dijadikan sebagai pelengkap dari fungsi produk tersebut.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah peneliti jelaskan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan Gojek di Bayuwangi.
2. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. ini membuktikan bahwa harga yang semakin baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan Gojek di Bayuwangi.
3. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa fitur berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. ini membuktikan bahwa fitur yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan Gojek di Bayuwangi.

Penelitian ini juga terdapat beberapa mengenai keterbatasan penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di kabupaten Banyuwangi saja dengan menggunakan 90 responden, sehingga perlu adanya penelitian yang sama namun dengan jumlah responden yang lebih banyak lagi sehingga dapat lebih menjelaskan keadaan yang ada di objek Gojek terutama fitur GoFood.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan, harga dan fitur, sedangkan masih banyak faktor lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini yakni saran kepada pihak gojek di kabupaten banyuwangi dan saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Bagi perusahaan, sebaiknya terus meningkatkan dan mempertahankan seluruh aspek seperti kualitas pelayanan, harga, dan fitur karena hal tersebut memiliki peran penting bagi kepuasan pelanggan.
2. Perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan mengkaji variabel lain yang tidak

diamati dalam penelitian ini. Selain hal tersebut peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas jangkauan responden di berbagai wilayah agar jawaban yang diberikan lebih bervariasi. Selain itu juga disarankan untuk meneliti layanan lainnya yang ditawarkan Gojek dalam aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.
- Alvara. (2019). *Go-Jek, Go-Food dan Go-Pay Paling Unggul*. <https://cyberthreat.id/read/1208/Survei-Alvara-Go-Jek-Go-Food-dan-Go-Pay-Paling-Unggul>
- Andalusi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi kasus Pada PT Laborindo Sarana Jakarta). *Jurnal Madani*, 1(2), 305–322. <https://doi.org/https://doi.org/10.33753/madani.v1i2.16>
- Angga wijaya. (2018). *Sejarah Berdirinya Gojek Dan Pendiri Gojek*. Blogspot.Com. <https://tipsdaftar.blogspot.com/2015/10/sejarah-berdirinya-gojek-dan-pendiri.html>
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Effect Of Service Quality, Product Quality And Price On Consumer Satisfaction)*. 01(01), 1–14.
- Chulaifi, M. I., & Setyowati, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah dan Haji Pada PT. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya. *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, 03(01), 40–54.
- Davis, G. (2013). *Quality Managemente* (Fourth Edi). Cram 101 incorporated.
- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gibrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektornik*, 1.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariette degan Program IBM SPSS 23* (Cetaka ke-). Badan Penerbit Uiversitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariette dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Uiversitas Diponegoro.

- Ilham Mubarak. (2018). *Apa Itu Market Place? Pengertian, Jenis, dan Contohnya*. <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing, 15th Edition* (Pearson Pr).
- Kotler, P., & Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran* (Edisi 9 Ji). Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management 14th ed.* Pearson Education.
- Kresnamurti Rivai P, A., Suneni, & Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), 204–225. <https://doi.org/http://doi.org/10.21009/JRMSI>
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 2). Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi Rambat, & Hamdani. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 2). Penerbit Salemba Empat..
- Maheni Ika sari. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Dira Swimming Pool Ambulu. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 20(1), 1–111. <https://doi.org/https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i1.1765>
- Maheni Ika sari, & Windiawati. (2022). *Analisis Kualoitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan (Syudi Kasus : Rumah Kerajinan Kayu Situbondo)*. 20(2), 323–336. <https://doi.org/https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2022>
- Martono, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Raya Grafindo Perseda.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia Findy*. 4(2), 1–9.
- Pantilu, D., Koleangan, R. A. M., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk

- Bendito Kawasan Megamas Manado. *Pengaruh Kualitas.....* 3723 *Jurnal EMBA*, 6(4), 3723–3732. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21898>
- Rudi Aziz, A. (2014). *Pengantar Sistem dan Perencanaan Transportasi*. Deepublish.
- Rukani, S., Marlina, N., & Surabaya, U. N. (2021). *Pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap kepuasan menggunakan aplikasi edulearning sebagai media pembelajaran online*. 7(2). <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.18592/ptk.v7i2.4763>
- Sapuan, M., & Samad. (2021). *Analisa Pemanfaatan Teknologi, Customer Delivered Value Fitur Pelayanan, Citra Merek, Dan Perilaku Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Batam*. 9(2), 166–176.
- Septayuda, I. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek Di Kota Palembang*. *Jurnal Ilmiah MBiA*, 17(3), 25–34.
- Sofjan Assauri. (2016). *Manajemen Operasi Produksi*. PT .Raja Grafindo Persada.
- Sudaryana, Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan*
- Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia(Persero) Kota Tangerang*. 4(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (Edisi 1). Penerbit Andy.
- Tombeng, B., Roring, F., & Farlane S. Rumokoy. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 891–900. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22918>
- Usvela, E., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). *Pengaruh Brand Image , Kepercayaan , Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife*.

5(2), 300–312.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32528/jmbi.v5i2.2930>

Wicaksono, S., & Kusuma, L. (2021).
Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan OTO Car Pendahuluan Metode.
5(April), 19–27.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i1.33121>