

## ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA GORIDE GOJEK DI KABUPATEN DELI SERDANG

Rocky Armando<sup>1)</sup>, Hendra<sup>2)</sup>, Vinsensius Matondang<sup>3)</sup>

<sup>1), 2), 3)</sup> Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia

Email: [rocky.armando@wbi.ac.id](mailto:rocky.armando@wbi.ac.id)<sup>1)</sup>, [hendra@wbi.ac.id](mailto:hendra@wbi.ac.id)<sup>2)</sup>, [vinsensius.matondang@wbi.ac.id](mailto:vinsensius.matondang@wbi.ac.id)<sup>3)</sup>

---

### Abstract

*The development of business in the online transportation sector is in great demand by the public. In this case, the researcher conducted research on one of the online transportation companies, namely Gojek. This research aims to determine and analyze the effect of price and service quality on student satisfaction of Gojek goride users in Deli Serdang Regency. The type of research used is quantitative research. The sampling technique used is nonprobability sampling technique with accidental sampling approach. Data were collected using a questionnaire / questionnaire with a sample of 100 respondents. This study uses multiple linear regression analysis methods, and hypothesis testing is carried out using the T test and F test. The results of the study using the T test show that price (X1) has a positive effect on student satisfaction (Y), while the quality of service (X2) has a positive and significant effect on student satisfaction (Y). This shows that the service quality variable (X2) has a dominant influence in influencing student satisfaction (Y). While the F test price (X1) and service quality (X2) simultaneously affect student satisfaction by comparing. And this can also be seen from the value of the Adjusted R Square, which is 0.665.*

**Keywords:** Price, Service Quality, Student Satisfaction

---

### PENDAHULUAN

Pada saat ini yakni era revolusi industri 4.0 kompetisi bisnis yang dihadapi saat ini kian cepat dan ketat, sehingga menuntut seluruh perusahaan untuk dapat lebih akurat dan cerdas dalam mempertimbangkan taktik berkompetisinya supaya bisa memenangkan kompetisi dengan para pesaing. Dengan perkembangan teknologi saat ini bisa menjadi referensi untuk menjadi kesempatan bisnis yang menjanjikan. Dengan kata lain, banyak perusahaan mengaplikasikan teknologi sebagai standar operasional demi menjaga kompetisi dengan perusahaan dan produk lain kian kuat. Tetapi dengan ada banyak kompetisi yang dihadapi oleh perusahaan tersebut karenanya akan memaksa tiap-tiap perusahaan semestinya senantiasa menjaga dan meningkatkan pelayanan kepada para konsumen.

Dalam kompetisi bisnis pada saat ini, persyaratan agar perusahaan dapat sukses dalam kompetisi yakni berupaya menempuh tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Supaya segala tujuan ini tercapai, karenanya tiap-tiap perusahaan semestinya bisa menghasilkan dan memperkenalkan barang atau jasa yang diharapkan oleh konsumen pantas dengan kebutuhan dan harapan. Maka banyak perusahaan memakai aplikasi sebagai tempat memasarkan dan melayani konsumen. Dengan demikian, perusahaan jasa bahkan juga menikmati perkembangan teknologi yang kian merambat kepada tiap-tiap aspek kehidupan yang bertumpu pada teknologi.

Dengan perkembangan teknologi ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pengorderan ojek dengan mengaplikasikan teknologi. Sebelumnya ojek menerapkan metode pangkalan yang berbasis

kawasan di tikungan dan di gang dekat jalan. Pengendara ojek dari kawasan yang berbeda tidak dapat sembarangan mangkal di suatu kawasan tanpa adanya izin dari tukang ojek yang berada di kawasan tersebut. Untuk memakai jasa ojek bahkan wajib membayar dengan cara kontan dan ada kalanya melakukan tawar menawar terlebih dulu antara calon penumpang dengan tukang ojek. Sekarang sudah ada jasa ojek *online* yang berada di Kabupaten Deli Serdang yakni Gojek dan Grab, dengan memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan orang dengan tarif yang berbeda-beda, tetapi dengan pengorderan yang sama dengan memakai aplikasi di telepon genggam.

Kini transportasi yang berbasis *online* amat diminati oleh masyarakat. Bagaimana tidak, beberapa besar masyarakat Indonesia tertarik dan berminat memakai jasa transportasi berbasis *online*. Dengan bermodalkan *smartphone* dan kuota internet kita dapat mengorder layanan yang serba murah dan tidak cuma itu bahwa kemajuan teknologi kini dapat membawa kita kepada zaman yang dimana segala sesuatu serba gampang.

Di daerah Deli Serdang terdapat jasa penyedia transportasi ojek *online* yakni Gojek Indonesia yang berdiri pada tahun 2010 yang menyediakan jasa transportasi ojek *online* yang berbasis aplikasi dengan merek Gojek dan dilengkapi dengan fasilitas sepeda motor, helm, jaket, aplikasi yang terdapat nama, nomor telepon dan GPS untuk mengetahui dimana *drivernya*, layanan order lewat aplikasi dengan gampang, layanan pengaduan dan pada akhir pelayanan konsumen bisa memberikan ulasan dan *rating* kepada *driver* perihal pelayanan yang sudah didapatkan sehingga perusahaan pun dapat mengetahui pelayanan yang sudah didapatkan konsumen dan perusahaan akan terus mengoreksi standar pelayanannya.

Gojek menawarkan jasa yang dapat dimanfaatkan oleh para pelanggannya yakni: *Go Box* (pengantaran barang), *GoRide* (jasa angkutan sepeda motor), *Go Shoop* (belanja), *Go Food* (jasa kurir minuman dan makanan), *Go Car* (jasa angkutan mobil) dsb. Kemudahan yang sudah ditawarkan oleh Gojek tersebut supaya masyarakat beralih memakai jasa layanan Gojek sebab telah tidak perlu lagi melakukan tawar menawar tarif, sebab tarif di hitung melewati jarak tempuh.

Gojek bukanlah satu-satunya pemain dalam jasa transportasi *online*, setidaknya pada saat ini Gojek mempunyai pesaing yang gencar mengambil pasar Gojek yakni Grab. Gojek dan Grab saling berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada penumpang. Sebab kepuasan konsumen merupakan hal yang benar-benar penting dalam memenangkan kompetisi.

Supaya perusahaan tidak ketinggalan dalam kompetisi karenanya perlu adanya kepuasan konsumen, supaya konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen dapat dinikmati sesudah konsumen membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang atau jasa dari penjual.

Unsur harga juga seharusnya dipusatkan perusahaan untuk daya minat konsumen agar dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Secara umum bagi konsumen yang peka harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Walaupun bagi konsumen yang tidak peka, unsur harga relatif tidak demikian penting kontribusinya kepada penciptaan kepuasan konsumen. Harga tidak sanggup menghasilkan keunggulan yang berkompetisi dalam kepuasan konsumen, sebab harga mudah untuk dicontoh atau diduplikasi. Sebuah perusahaan perlu mempertimbangkan harga yang berkompetisi, dimana harga bisa dilihat pantas oleh calon konsumen, sebab cocok dengan manfaat dan terjangkau. Lewat harga yang bersaing sebuah produk dapat memperoleh poin lebih dimata konsumen dan akan menjadi poin penting dalam memberi pengaruh kepuasan konsumen.

Menentukan tujuan harga yang bersaing yakni suatu yang bisa diubah dengan kancang sejalan dengan perubahan pasar, termasuk dalam kompetisi harga. Secara umum, penetapan harga bertujuan untuk mencari laba supaya perusahaan bisa berjalan. Namun, dengan kompetisi yang kian ketat tujuan mencari laba optimal dalam praktisnya akan susah untuk dicapai.

Dalam hal ini Gojek ialah perusahaan yang memakai teknologi sehingga dibutuhkan kualitas pelayanan yang bagus, sebab hal ini menjadi tolak ukur yang sepatutnya diperhatikan. Sebab akan khawatir apabila berkurangnya pesanan dari banyaknya keluhan. Maka dari itu perusahaan sepatutnya berupaya memberikan pelayanan yang maksimal supaya tingkat kepuasan konsumen bisa lebih meningkat dan konsumen merasa puas.

Dan didalam penelitian ini cuma berkonsentrasi pada *GoRide* sebab pada layanan ini konsumen bisa merasakan layanan mulai dari pengorderan hingga sampai di daerah tujuan.

Kian banyaknya ojek *online*, berpengaruh dengan kian ketatnya persaingan. Dan unsur yang menjadi penyebab akan kompetisi yaitu adanya persaingan harga dan banyak opsi atau pilihan jasa ojek *online*. Hal ini membuat para konsumen kian selektif memilih jasa ojek *online*, namun konsumen akan memilih satu diantara opsi atau pilihan yang berdasarkan konsumen itu sesuai dengan yang diharapkan. Untuk mengantisipasi itu maka perusahaan ojek *online* sepatutnya bisa memberikan harga dan kualitas layanan yang pantas supaya bisa menghasilkan kepuasan terhadap konsumen.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diterapkan yakni sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide* GOJEK di kabupaten Deli Serdang?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide* GOJEK di kabupaten Deli Serdang?
3. Apakah harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide* GOJEK di kabupaten Deli Serdang?

### **Tujuan Penelitian**

Menurut rumusan masalah diatas, maka adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide* GOJEK di kabupaten Deli Serdang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide* GOJEK di kabupaten Deli Serdang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide* GOJEK di kabupaten Deli Serdang.

### **Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dikerjakan ini akan memberikan sebagian kegunaan maupun manfaat adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
  - a. Penelitian ini bisa menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman mengenai kualitas layanan dan harga serta seputar kepuasan konsumen.
  - b. Sebagai implementasi atas teori yang sudah didapatkan dari perkuliahan dan menambah wawasan seputar dunia bisnis.
2. Bagi Perusahaan  
Hasil dari penelitian ini akan memberikan ilustrasi seputar pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi ojek *online* di kota Medan. Sehingga penelitian ini bisa menjadi usulan bagi perusahaan Gojek Indonesia untuk mengenal unsur-unsur yang bisa memberi pengaruh kepuasan konsumen.
3. Bagi Akademik  
Penelitian ini bisa menjadi sumber acuan atau rujukan dan juga bisa memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran dan bisa dipakai juga sebagai acuan atau rujukan dalam penelitian berikutnya mengenai tema yang sama.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Harga**

Menurut Tjiptono (2018) harga ialah sejumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung unsur dan atribut alam kegunaan tertentu yang dipakai untuk menerima barang atau jasa. Menurut Swastha dalam Mar'ati (2016) menerangkan bahwa jumlah uang (ditambah beberapa barang jika mungkin) yang diperlukan supaya menerima jumlah kombinasi dari barang dan beserta dengan pelayanannya. Menurut Swastha dalam Rares dan Jorie (2015) harga adalah jumlah uang yang diperlukan untuk mendapatkan sejumlah gabungan antara barang beserta pelayanannya.

Ada empat indikator dalam mengukur harga (Kotler dalam Anggrianan Rina, dkk, 2017) yaitu sebagai berikut:

1. Harga yang ditetapkan pantas dengan kualitas layanan yang diberikan.
2. Kesesuaian tingkat harga yang terjangkau oleh daya beli masyarakat.
3. Perbandingan harga yang sanggup berkompetisi dengan pesaing.
4. Harga pantas dengan manfaat dan nilai yang didapatkan oleh konsumen.

### **Kualitas Layanan**

Menurut Tjiptono (2018) kualitas layanan berkonsentrasi pada upaya pemenuhan keperluan dan harapan konsumen serta kecermatan penyampaiannya untuk mengimbangi kemauan konsumen. Menurut Lovelock dalam Utami (2017) kualitas layanan ialah perspektif konsumen dalam jangka panjang dan yakni evaluasi kognitif dari transfer jasa. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Nasution (2017) kualitas layanan dapat diidentifikasi dengan membandingkan persepsi konsumen terhadap layanan yang sebenarnya mereka terima dengan layanan aktual yang mereka dapatkan.

Menurut Parasuraman, dkk dalam Hendra, dkk (2018) pada prinsipnya, model (*e-SERVQUAL*) merupakan penyesuaian dalam perluasan model tradisional (*SERVQUAL*) kedalam konteks pengalaman berbelanja. Dan mengemukakan dimensi utama dalam menetapkan kualitas layanan, yaitu sebagai berikut:

1. Efisiensi (*Efficiency*), kemudahan dan kecepatan dalam mengakses aplikasi ataupun situs tersebut.
2. Pemenuhan (*Fullfilment*), segala macam transaksi yang dilakukan dapat memenuhi sesuai harapan.
3. Ketersediaan Sistem (*System Availability*), segala macam Teknik yang tersedia dapat dilakukan dengan mudah.
4. Keamanan (*Privacy*), memberikan keamanan dan jaminan terhadap data pribadi.

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler dalam Anggria Rina, dkk (2017) kepuasan konsumen ialah tingkat perasaan seseorang sesudah membandingi hasil kerja yang dinikmati dengan apa yang diharapkan. Menurut Westbrook & Relly dalam Tjiptono (2018) berpendapat bahwa kepuasan konsumen ialah reaksi emosional terhadap pengalaman-pengalaman yang berhubungan dengan produk/jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, ataupun pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Rizan, dkk (2015) kepuasan konsumen adalah persepsi seseorang terhadap kinerja atau performa produk/jasa yang berhubungan dengan ekspektasi konsumen.

Menurut Merdikawati dan Farida dalam Mar'ati (2016) berpendapat bahwa ada tiga indikator konsumen jasa transportasi, yaitu sebagai berikut:

1. Kesesuaian layanan dengan keinginan, ini berhubungan dengan persepsi konsumen apakah kualitas jasa yang diterima pantas atau tidak dengan yang dijanjikan oleh penyedia jasa terhadap keinginan konsumen.
2. Kesesuaian layanan dengan tarif yang dibayarkan, ini berhubungan dengan persepsi konsumen yang mereka rasakan apakah layanan yang diberikan layak dengan tarif yang sudah dibayarkan untuk memakai layanan tersebut.
3. Kepuasan konsumen akan layanan yang ditawarkan, ini berhubungan dengan persepsi puas atau tidaknya konsumen atas layanan yang ditawarkan dibandingkan dengan penyedia jasa yang sejenis.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono dalam Nugraha (2014) populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek/objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik ikhtisarnya. Maka populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswa perguruan tinggi di Kabupaten Deli Serdang (Universitas Negeri Medan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Universitas Medan Area, Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia) yang menggunakan *GoRide* Gojek, dan berjumlah 60.498 yang dikutip dari ([forlap.ristekdikti.go.id](http://forlap.ristekdikti.go.id)) pada tanggal 19 November 2019. Penelitian ini

dilaksanakan di kawasan jalan pancing, karena hal ini akan mempermudah penulis untuk mendapatkan sampel yang diharapkan dalam penelitian ini.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel yang digunakan *accidental sampling*. Menurut Sugiyono dalam Nugraha (2014) *non probability sampling* ialah pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau kans yang sama pada tiap-tiap elemen dan bersifat subjektif. Menurut Riduwan dalam Mar'ati (2016) *accidental sampling* ialah teknik penentuan sampel menurut spontanitas, artinya siapa saja yang berjumpa secara tidak sengaja dan cocok dengan karakteristik maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel atau responden. Adapun kriterianya adalah mahasiswa yang pernah menggunakan *GoRide* lebih dari dua kali. Untuk itu sampel yang diambil benar-benar merepresentasikan atau mewakili. Adapun rumus yang digunakan untuk menetapkan sampel menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n : Besaran sampel

N : Besaran populasi

e : Nilai kritis (persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan penarikan sampel)

$$n = \frac{60.498}{1 + 60.498(0,1)^2} = \frac{60.498}{605,98} = 99,834$$

Maka, dengan jumlah populasi sebanyak 60.498 dengan nilai kritis 10% maka jumlah sampel yang diperlukan adalah 99,834 orang/ responden, maka dibulatkan menjadi 100 orang/ responden.

### Instrumen Penelitian

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	No. item	Skala
Harga (Kotler dalam Anggriana Rina, dkk, 2017)	Harga sesuai dengan yang diberikan	2,4	<i>Likert</i>
	Harga yang terjangkau	1,2	
	Harga mampu bersaing	2,5	
	Harga sesuai dengan manfaat	3,6	
Kualitas Layanan (Parasuraman, et al dalam Hendra, 2018)	Efisiensi	1,2,9	<i>Likert</i>
	Pemenuhan	3,4,10	
	Ketersediaan sistem	5,6,11	
	Keamanan	7,8	

Kepuasan Konsumen (Merdikawati dan Farida dalam Marati, 2016)	Kesesuaian layanan yang diharapkan	1,2,3,4	<i>Likert</i>
	Kesesesuaian layanan yang dibayarkan	6,7,9	
	Kepuasan layanan yang ditawarkan	5,8,10	

Sumber: diolah peneliti

### Teknik Pengumpulan data

Untuk mendorong penelitian ini, teknik yang diterapkan dalam pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan yang tertulis yang dipakai untuk mendapatkan informasi dari responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang efisien, apabila peneliti mengetahui pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diinginkan dari para responden.

### Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan aplikasi statistic yaitu *SPSS 16.0 for windows*, dengan ketentuan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif pada taraf signifikansi 0,05, maka indikator dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

Item	Person Corelation	Sig.Hitung	r tabel	Ket
Variabel X1 (Harga)				
X1.1	0,913	0,000	0,3610	VALID
X1.2	0,791	0,000	0,3610	VALID
X1.3	0,867	0,000	0,3610	VALID
X1.4	0,830	0,000	0,3610	VALID
X1.5	0,828	0,000	0,3610	VALID
X1.6	0,847	0,000	0,3610	VALID
Variabel X2 (Kualitas Layanan)				
X2.1	0,780	0,000	0,3610	VALID
X2.2	0,876	0,000	0,3610	VALID
X2.3	0,815	0,000	0,3610	VALID
X2.4	0,846	0,000	0,3610	VALID
X2.5	0,861	0,000	0,3610	VALID
X2.6	0,878	0,000	0,3610	VALID

X2.7	0,744	0,000	0,3610	VALID
X2.8	0,749	0,000	0,3610	VALID
X2.9	0,877	0,000	0,3610	VALID
X2.10	0,713	0,000	0,3610	VALID
X2.11	0,568	0,000	0,3610	VALID
Variabel Y (Kepuasan Konsumen)				
Y1.1	0,710	0,000	0,3610	VALID
Y1.2	0,711	0,000	0,3610	VALID
Y1.3	0,698	0,000	0,3610	VALID
Y1.4	0,793	0,000	0,3610	VALID
Y1.5	0,916	0,000	0,3610	VALID
Y1.6	0,895	0,000	0,3610	VALID
Y1.7	0,845	0,000	0,3610	VALID
Y1.8	0,886	0,000	0,3610	VALID
Y1.9	0,857	0,000	0,3610	VALID
Y1.10	0,806	0,000	0,3610	VALID

Sumber: Hasil *output spss16.0* (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel yaitu 0,3610. Sesuai dengan ketentuan yaitu apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka indikator dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini memakai aplikasi statistic yaitu *SPSS 16.0 for windows*, dengan ketentuan yaitu jika nilai yang dihasilkan *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $>$  0,700 maka variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Item	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
X1	0,918	0,700	Reliabel
X2	0,937	0,700	Reliabel
Y	0,944	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil *output spss 16.0* (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ )  $>$  0,700. Dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner atau angket yang dipakai dalam penelitian sudah reliabel dan layak untuk mengumpulkan data.

## Teknik Analisis Data

### a. Uji Multikolinieritas

Ghozali (2016) menerangkan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar bebas.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2016) uji ini digunakan untuk menguji suatu model regresi apakah ada terjadi perbedaan variansi dari residual sebuah pengamatan ke pengamatan lainnya.

### c. Uji Normalitas

Ghozali (2016) uji ini digunakan untuk menguji kenormalan distribusi residual. Untuk mengetahui normalitas data bisa memakai analisis grafik dan uji statistic.

### d. Uji Autokorelasi

Ghozali (2016) uji digunakan untuk menguji model regresi adanya korelasi antara kekeliruan pengganggu pada periode-t dengan kekeliruan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

## Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ialah analisis regresi berganda. Analisis ini dipakai untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa. Riduwan dalam Mar'ati (2016) analisis regresi linier berganda ialah alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk menandakan ada tidaknya hubungan fungsi atau kausal antara dua variabel bebas atau lebih dan satu variabel terikat. Persamaan umum regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y : Kepuasan Mahasiswa

a : Kostanta dari persamaan regresi

b1 : Koefisien regresi dari harga

b2 : Koefisien regresi dari kualitas layanan

X1 : Variabel Harga

X2 : Variabel Kualitas Layanan

e : error

## Uji Hipotesis

### a. Uji T (Parsial)

Ghozali (2016) diterapkan untuk mengetahui seberapa jauh dampak satu variabel independen terhadap variabel dependen.

### b. Uji F (Simultan)

Ghozali (2016) diterapkan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berdampak terhadap variabel dependen.

## Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Diterapkan untuk mengetahui persentase sumbangan dampak variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai ( $R^2$ ) yakni satu dan nol, berarti nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kesanggupan variabel-variabel independen dalam menjelaskan ragam variabel dependen sangat terbatas. Tetapi nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi ragam variabel dependen.

$$0 \leq R^2 \leq 1$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Adapun sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi di Kabupaten Deli Serdang yang menggunakan *GoRide* Gojek. Responden yang digunakan dalam penelitian ini

berjumlah 100 orang. Dan berdasarkan jumlah data dari 100 orang tersebut dinyatakan jenis kelamin, dan frekuensi penggunaan.

Tabel 4.1 Tabel Karakteristik Responden

Karakteristik		Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	24	24%
	Perempuan	76	76%
Frekuensi Pengguna	2 Kali	29	29%
	5 Kali	14	14%
	Lebih dari 5 Kali	57	57%

Sumber: data primer diolah peneliti

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa pada karateristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan berjumlah 76% (76 orang), sedangkan jenis kelamain laki-laki berjumlah 24% (24 orang). Dan pada frekuensi penggunaan *GoRide* didomonasi oleh pengguna yang memakai lebih dari 5 kali berjumlah 57% (57 orang), kemudian yang memakai 2 kali berjumlah 29% (29 orang), dan yang memakai 5 kali berjumlah 14% (14 orang). Jumlah responden 100 orang yang beragam dari berbagai perguruan tinggi di Kabupaten Deli Serdang (Universitas Negeri Medan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Universitas Medan Area, Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia).

### Uji Asumsi Klasik Uji Multikolinieritas

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
(Constant)	2.788	2.046		1.363	.176		
Total_X1	.311	.129	.203	2.407	.018	.476	2.100
Total_X2	.647	.082	.661	7.842	.000	.476	2.100

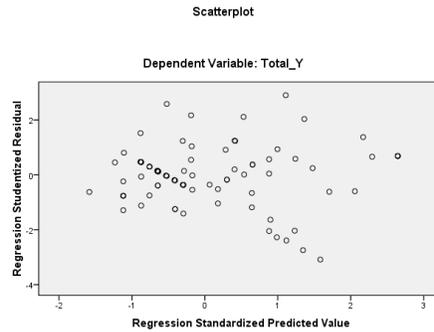
a. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber: Hasil *output spss 16.0* (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen (X) mempunyai nilai tolerance sebesar  $0,476 > 0,1$  dan nilai VIF sebesar  $2,100 < 10$ , maka hal ini dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau bebas multikolinieritas. Maka semua variabel independen (X) bisa digunakan dalam penelitian.

## Uji Heteroskedastisita

Gambar 1.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil *output spss 16.0* (data diolah)

Dapat disimpulkan dari hasil pengujian diatas bahwa model regresi dapat dan layak dipakai, karena titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan sumbu Y.

## Uji Normalitas

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90832457
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.112
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		1.195
Asymp. Sig. (2-tailed)		.115

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil *output spss 16.0* (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai *Asym.sig* dari *Unstandardized Residual* sebesar  $0,115 > 0,05$ , maka persamaan regresi linier berganda memenuhi asumsi normalitas dan dapat digunakan dalam penelitian.

## Uji Autokorelasi

Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.920 <sup>a</sup>	.672	.665	1.928	1.739

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber: Hasil *output spss 16.0* (data diolah)

Berdasarkan hasil dari tabel diatas "*Model Summary*" diketahui nilai *Durbin Watson* sebesar 1,739, lalu akan dibandingkan dengan nilai tabel *Durbin Watson*. Maka ditemukan nilai *dL* sebesar 1,633 dan *dU* sebesar 1,715. Nilai *Durbin Watson* (*d*) 1,739 basar dari *dU* 1,715 dan kecil dari  $4 - dU$  ( $4 - 1,715$ ) sebesar 2,285. Maka persamaannya adalah  $1,715 < 1,739 < 2,285$ .

## Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 4.10 Hasil Uji Persamaan Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,788	2,046		1,363	,176		
	Total_X1	,311	,129	,203	2,407	,018	,476	2,100
	Total_X2	,647	,082	,661	7,842	,000	,476	2,100

a. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber: Hasil output SPSS 16.0 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,788 + 0,311 + 0,647 + e$$

Dimana:

Y : Kepuasan Mahasiswa

a : 2,788

b1 : 0,311

b2 : 0,647

X1: Harga

X2: Kualitas Layanan

e : error

## Uji Hipotesis

### Uji T (Parsial)

Tabel 4.11 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,788	2,046		1,363	,176		
	Total_X1	,311	,129	,203	2,407	,018	,476	2,100
	Total_X2	,647	,082	,661	7,842	,000	,476	2,100

a. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber: Hasil output SPSS 16.0 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat nilai t hitung untuk variabel harga sebesar 2,407 > t tabel sebesar 1,984 dan didukung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,018 < 0,05. Maka hipotesis diterima, harga (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa (Y).

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat nilai t hitung untuk variabel kualitas layanan sebesar 7,842 > t tabel sebesar 1,984 dan didukung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka hipotesis diterima, kualitas layanan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa (Y).

### Uji F (Simultan)

Tabel 4.12 Hasil uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	738,471	2	369,236	99,343	,000 <sup>b</sup>
	Residual	360,529	97	3,717		
	Total	1099,000	99			

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1  
b. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber: Hasil output SPSS 16.0 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 99,343 > F tabel sebesar 3,09. Dengan demikian hipotesis diterima, harga (X1) an kualitas layanan (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (Y).

## Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>a</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.820 <sup>a</sup>	.672	.665	1.928	1.739

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber: Hasil output SPSS 16.0 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien detrminasi terdapat pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,665. Hal ini berarti kemampuan variabel harga dan kualitas layanan dalam menjelaskan variabel kepuasan mahasiswa atau konsumen adalah sebesar 66,5% sisanya 33,5% dijelaskan variabel lain yang tida dibahas dan dijelaskan dalam penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna *GoRide* Gojek di Kabupaten Deli Serdang

Hasil perhitungan pada uji t menunjukan nilai koefisien harga 0,311 dengan nilai t hitung 2,407 dan tingkat signifikansi 0,018. Dari hal ini maka diketahui bahwa harga ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa ( $Y$ ), dan dengan ini maka  $H_1$  dapat diterima.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa (konsumen) adalah harga. Menurut Kotler dalam Anggriana dkk, (2017) Harga (*price*) ialah sejumlah uang yang dikasih/diberikan oleh konsumen untuk menerima profit dari memiliki atau memakai suatu produk atau jasa. Harga merupakan sesuatu yang bisa dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu barang atau jasa oleh para konsumen. Mahal atau murahnya suatu harga itu bersifat relatif, perusahaan harus selalu meninjau harga yang ditetapkan oleh para kompetitor mereka supaya harga yang telah ditetapkan tidak terlalu mahal atau terlalu murah.

Pada tingkat harga tertentu, apabila manfaat yang didapatkan meningkat maka nilainya juga akan meningkat. Menurut Sawstha dalam Mar'ati (2016) menerangkan bahwa jumlah uang (ditambah beberapa barang jika mungkin) yang diperlukan supaya menerima sejumlah kombinasi dari barang dan beserta dengan pelayanannya.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mar'ati (2016) tentang "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa transportasi Ojek *Online* (Studi Pada konsumen Gojek di Surabaya)". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### 2. Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna *GoRide* Gojek di Kabupaten Deli Serdang

Hasil perhitungan pada uji t menunjukan nilai koefisien kualitas layanan 0,647 dengan nilai t hitung 7,842 dan tingkat signifikansi 0,000. Dari hal ini maka diketahui bahwa kualitas layanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa ( $Y$ ), dan dengan ini maka  $H_2$  diterima.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa (konsumen). Pada prinsipnya, (Tjiptono, 2018) kualitas layanan berkonsentrasi pada upaya pemenuhan keperluan dan harapan konsumen serta kecermatan penyampaiannya untuk mengimbangi kemauan konsumen. (Lovelock dalam Utami, 2017) kualitas layanan ialah perspektif konsumen dalam jangka panjang dan yakni evaluasi kognitif dari transfer jasa.

Meskipun layanan/jasa adalah suatu barang yang tidak bisa dilihat tetapi bisa dirasakan langsung melalui pengalaman seseorang atau konsumen. Kualitas layanan dapat mempengaruhi konsumen, kepuasan konsumen akan tercapai apabila terjadinya interaksi antara konsumen dengan perusahaan. Sejalan dengan konsep kepuasan konsumen, apabila hasil dan kinerja yang diterima oleh konsumen sesuai dengan apa yang telah diharapkan oleh konsumen maka konsumen akan merasa puas.

Kualitas layanan juga menjadi faktor kunci untuk mencapai kesuksesan perusahaan. Baik atau buruknya kualitas layanan barang atau jasa tergantung kepada produsen dalam memenuhi harapan

konsumen. Kualitas layanan yang baik bisa menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan. Kualitas layanan dikatakan memuaskan jika penyedia barang atau jasa mampu memenuhi harapan bahkan melebihi harapan konsumen dengan baik. Konsumen yang tidak puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut dan dapat memperbaiki citra yang kuat bagi perusahaan di mata konsumen.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lubis Adelina (2017) tentang “Pengaruh harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Car pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area”. Hasil penelitian bahwa variabel harga dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **3. Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna *GoRide Gojek* di Kabupaten Deli Serdang**

Hasil dari perhitungan berdasarkan tabel ANOVA, menunjukkan F hitung sebesar 99,343 dengan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Maka diketahui bahwa harga (X1) dan kualitas layanan (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa (Y).

Berdasarkan pemaparan diatas bahwa variabel harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide Gojek* di Kabupaten Deli Serdang.

Dari dua variabel independen tersebut bahwa variabel harga mempunyai peran lebih kecil yaitu dengan koefisien sebesar 0,311 mempengaruhi kepuasan mahasiswa sedangkan variabel kualitas layanan mempunyai peran yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa yaitu dengan koefisien sebesar 0,647.

Jika konsumen merasa puas pada harga dan kualitas layanan yang diberikan maka konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap barang/jasa. Konsumen yang puas juga akan memberikan komentar yang bagus terhadap barang/jasa yang ditawarkan dan akan merekomendasikan kepada orang lain. Tetapi, kalau konsumen tidak merasa puas terhadap barang/jasa yang ditawarkan maka konsumen akan merasa kecewa dan juga akan menceritakan kepada orang lain. Maka ini akan berdampak kepada calon konsumen sehingga mereka akan memilih pilihan mereka kepada penyedia jasa lain yang serupa dan dianggap mampu memenuhi keinginan dan kepuasan mereka.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggraini Rina, dkk (2017) tentang “Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek *Online* “Om-Jek” Jember”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, kualitas layanan masing-masing berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Mar’ati (2016) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa transportasi Ojek *Online* (Studi Pada konsumen Gojek di Surabaya)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Variabel harga (X1) dengan taraf signifikansi  $0,018 < 0,05$ , maka dikatakan bahwa variabel harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide Gojek* di Kabupaten Deli Serdang.
2. Variabel kualitas layanan (X2) dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dikatakan bahwa variabel kualitas layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *GoRide Gojek* di Kabupaten Deli Serdang. Dan variabel kualitas layanan (X2) memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan mahasiswa.
3. Variabel harga (X1) dan kualitas layanan (X2) dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel ( $99,343 > 3,09$ ), maka variabel harga (X1) dan kualitas layanan (X2) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel kepuasan mahasiswa (Y) pengguna *GoRide Gojek* di Kabupaten Deli Serdang.

## Saran

1. Sebaiknya Gojek mempertahankan harga yang telah ditetapkan agar konsumen tidak beralih menggunakan aplikasi transportasi ojek *online* sejenis dan tetap menggunakan aplikasi Gojek sebagai opsi utama konsumen.
2. Kualitas layanan dapat ditingkatkan melalui bentuk dimensi-dimensi utama kualitas layanan:
  - a. Efisiensi layanan yaitu kemudahan dan kecepatan dalam mengakses aplikasi. Sebaiknya Gojek meningkatkan lagi kemudahan dalam penggunaannya agar konsumen semakin mudah menggunakannya.
  - b. Pemenuhan (*fullfilment*) yaitu segala macam transaksi barang/jasa yang dapat dilakukan memenuhi sesuai harapan. Untuk meningkatkan kemudahan dalam transaksi barang/jasa pada penggunaan *GoRide* Gojek, sebaiknya Gojek memberikan pelayanan yang ramah dengan fasilitas pendukung yang memenuhi standar dan selalu menangani keluhan konsumen dengan baik.
  - c. Ketersediaan Sistem adalah segala macam teknik yang tersedia dapat dilakukan dengan mudah. Agar semua dapat dilakukan dengan mudah sebaiknya gojek meningkat dalam memberikan perhatian yang baik dalam mengkonfirmasi orderan konsumen dengan cepat dan baik agar dapat dipercaya konsumen.
  - d. Keamanan adalah dimana perusahaan memberikan keamanan dan jaminan terhadap data pribadi konsumennya. Sebaiknya Gojek meningkatkan dan menjamin keamanan data pribadi dari konsumen dengan menyamarkan nomor telepon konsumen agar tidak adanya kebocoran data pribadi konsumen dan mengubah fitur telepon biasa yang memakai pulsa dan beralaih ke telepon menggunakan internet.
3. Peneliti menyarankan agar meningkatkan pelayanan yang prima seperti menawarkan konsumen *GoRide* memberikan jas hujan pada saat cuaca sedang hujan/gerimis, berseragam standar sesuai SOP seperti jaket, helm,dll dan mengemudi kendaraan dengan terukur serta keadaan kendaraan yang prima.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, Nur, dkk. 2019. *The Effect of Service And Quality on Customer Satisfaction Online Transportation Services. Journal of Research in Business, Economic, and Education*
- Anggriana Rina, dkk. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek *Online* “OM-JEK” Jember. JSMBI (Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia)
- Baihaqi, M. Agung. 2018. Pengaruh Promosi dan kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Kartu Halo Telkomsel Graha Merah Putih di Kota Medan. Skripsi
- Ghozali, Dr. H. Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete, Penerbit: Universitas Diponegoro
- Hendra, dkk, 2018. *The Effect of E-Service Quality and E-Recovery Service Quality on E-Loyalty throught E-Satisfaction on E-Commerce in Indonesia. The International of Business & Management*
- Indrawan, Dr. Rully dan Yaniawati Dr. R. Poppy. 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan, Penerbit: PT Refika Aditama
- Kosasih, Fransiscus. 2018. Pengaruh Biaya Promosi Penjualan Terhadap Penjualan Pajero Sport di PT Sumatera Berlian Motors Medan. Skripsi
- Lie, Darwin, dkk. 2019. *Analysis of Meditation Effect of Consumer Satisfaction On The Effect of Services Quality, Price And Consumer Trust on Comsumer Loyalty. International Journal of Scientific & Technology Research*
- Lubis Adelina. 2017. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Car Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

- Lumintang Intan Sintya, 2018 dkk. *The Influence of Price and Service Quality on Customer Satisfaction of Gojek online Transportation Services in Studies FEB UNSRAT Manado.*
- Mar'ati Choirul Nafisa. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek di Surabaya).
- Nasution, Satria Mirsya Affandy. 2017. *The Effect of Price and services Quality on Customer Satisfaction and Loyalty Customer Waroeng Steak and Shake Medan. Proceedings of the 7<sup>th</sup> Annual International Conference (AIC) Syiah Kuala University and the 6<sup>th</sup> International Conference on Multidisciplinary Research (ICMR) in Conjunction with the International Conference on Electrical ENgineering and Informatics (ICELTICs) 2017, October 18 – 20, 2017, Banda Aceh Indonesia*
- Nugraha, Agung. 2017. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan (Studi Pada Mie Sedaap). Skripsi
- Rares dan Jorie, 2015. *The effect of The Price, Promotion, Location, Brand Image, and Quality Product Toward The Purchase Decision of Consumer at Bengkel Gaoel Store Manado Town Square.* Jurnal EMBA Vol.3 No.2 Juni 2015, Hal.592 – 604
- Rizan, dkk. 2015. *The Influence of Price and Service Quality of Brand Image and Its Impact on Customer Satisfaction Gojek (Students Study on A State University of Jakarta).* Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)
- Sumber: [forlap.ristekdikti.go.id](http://forlap.ristekdikti.go.id) diakses pada tanggal 19 November 2019
- Sumber: [www.cnbcindonesia.com/tech/20190829164341-37-95735/tarif-baru-ojol-berlaku-di-seluruh-ri](http://www.cnbcindonesia.com/tech/20190829164341-37-95735/tarif-baru-ojol-berlaku-di-seluruh-ri)
- Tjiptono, Fandy. 2018. Pemasaran Jasa, Penerbit: C.V Andy Offset
- Utami, Whidya Christina. 2017. Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, Penerbit: Salemba Empat
- Wardani, Tri Ulfa. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). Skripsi