PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGATERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Tahun 2021)

Yolanda Frisia Sibarani[1] dan Joan Yuliana Hutapea[2]
Email: yolandafrisia@gmail.com

ABSTRACT*. This study was conducted to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction for Gojek application users in 2021. The method of this study is a quantitative study, using questionnaire as the instruments. The sampling techniques is a non-probability sampling, the population in this study are the customers who uses Gojek application, with the number of samples 200. Which was taken on certain period of time. The analysis used is descriptive statistical analysis, correlation coefficient test, coefficient of determination test, F significant test, t significant test and multiple linear regression analysis. The results showed that partially there was a positive and significant effect between service quality on customer satisfaction, as well as price on customer satisfaction and simultaneously found a significant and positive effect between service quality and price on customer satisfaction.*
Keywords*: Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Gojek*

PENDAHULUAN

Pada zaman teknologi industri 4.0 seperti sekarang ini, kebutuhan bisa didapatkan dengan mudah hanya dengan menggunakan perangkat elektronik atau aplikasi tertentu, didukung oleh sistem informasi dan teknologi yang semakin berkembang. Banyak perubahan-perubahan baru yang sudah menjadi suatu kebiasaan sehari-hari di kalangan masyarakat. Sebagai salah satu contohnya, yaitu aplikasi ojek online yang tentunya sudah banyak dikenal dan digunakan oleh masyarakat luas dan oleh karena itu, hal ini menimbulkan ketatnya persaingan antara ojek online semakin kencang. Sehingga perusahaan harus terus mengembangkan kemampuan dan keterampilan baik di bidang mitra maupun aplikasinya. Untuk aplikasi online berbasis transportasi sendiri, memiliki banyak pesaing seperti Gojek, *Grab*, dan juga *Uber*. Namun hingga saat ini, hanya Gojek dan *Grab* yang bertahan di Indonesia.

Pada awalnya, aplikasi ojek online hanya berguna sebagai aplikasi untuk memesan transportasi online seperti ojek ataupun *taxi* berpenumpang 4-6 orang. Namun, seiring berjalannya waktu, kegunaan dari aplikasi tersebut juga banyak mengalami perkembangan. Dari yang sebatas untuk memesan transportasi, sekarang dapat digunakan untuk memesan makanan, jasa kecantikan dan bersih-bersih, mengantar barang, membayar kebutuhan pribadi seperti bayar listrik, air, dan lain sebagainya. Terutama selama masa pandemi *Covid-19*, ojek online sekarang menjadi andalan utama untuk membeli segala kebutuhan rumah tangga dalam rangka

mencegah persebaran virus *Covid-19* ke dalam jangka yang lebih luas seperti yang telah diberitakan dalam *website* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia paragraf 4 (Nino, 2020). Didukung dengan fasilitas dompet *digital* seperti *Gopay* dan *Ovo*, pelanggan dapat melakukan transaksi, dari mana saja dan kapan saja.

Dalam situasi ini, kelebihan maupun kekurangan dari setiap *platform* akan sangat mempengaruhi minat pelanggan. Banyak faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pelanggan. Di antaranya ialah dari segi harga dan bagaimana kualitas jasa yang diberikan oleh driver kepada pelanggan. Harga yang ditawarkan oleh setiap *platform* akan menjadi suatu pertimbangan bagi pelanggan. Sering sekali didapati pelanggan membandingkan harga di aplikasi *Grab* dan Gojek sebelum memesan sesuatu. Ini terjadi karena harga adalah suatu faktor yang kuat dalam mempengaruhi minat dan kepuasan pelanggan. Tidak dapat dipungkiri lagi pelanggan akan cenderung memilih sesuatu yang ramah di kantong.

Selain faktor harga, kualitas pelayanan juga merupakan hal penting bagi pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Jika pelanggan sudah mulai puas dan nyaman dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan, pelanggan akan lebih setia dan loyal kepada *brand* atau *platform* tersebut. Terutama apabila layanan jasa dan harga yang diberikan seimbang. Di samping kedua faktor di atas, faktor pendamping lainnya seperti promo-promo yang diberikan juga akan mempengaruhi minat beli pelanggan. Setiap pelanggan pastinya berharap mendapatkan pelayanan terbaik, baik dari segi terjaganya kualitas dan kondisi pesanan, barang, maupun pelanggan yang diantar, komunikasi, perilaku/sikap, ketepatan waktu, pencarian lokasi, ketepatan jumlah pembayaran, dsb.

Dari penjelasan sebelumnya dapat diketahui faktor-faktor yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan, namun apa jadinya bila salah satu faktor tersebut tidak terpenuhi? Misalnya harga yang terlampau tinggi, kualitas pelayanan yang buruk, dan lain sebagainya. Pelanggan akan mulai beralih mencari kepuasan di *platform* lainnya dan perlahan-lahan meninggalkan *platform* lama andalannya. Didorong oleh ketatnya persaingan, Gojek terus mengembangkan fitur-fitur tambahan pada aplikasi nya agar dapat mempermudah pelanggan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berkenaan dengan hal tersebut, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan?

TINJAUAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh pelanggan. Pemberi layanan harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya karena terdapat ungkapan yang menyatakan bahwa "Pembeli adalah Raja". Menurut Zahara, Andreansyah, dan Relawati dalam penelitian Familiar dan Ida Maftukhah (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang sempurna adalah ketika *output* melebihi ekspektasi pelanggan dan sebaliknya apabila *output* yang diterima tidak

lebih dari cukup maka kualitas pelayanan dianggap buruk. Didukung dengan pernyataan Fandy Tjiptono (2012), pelayanan dikatakan berkualitas apabila sudah mencapai tingkat keunggulan yang diharapkan dan memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Rahmadani, Suardana, dan Samudra, kepuasan pelanggan dipengaruhi secara langsung oleh kualitas pelayanan. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan menurut Tjipto dan Chandra (2011) adalah keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), mpati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*).

Harga

Secara umum, harga adalah sejumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh suatu barang atau jasa dengan nilai tertentu. Bagi Nirwana (2012), harga merupakan biaya yang diberikan dari produsen kepada pelanggan. Sedangkan menurut Morissan (2010), harga merujuk kepada sesuatu yang harus dibebankan pelanggan saat membeli suatu barang atau jasa yang pada umumnya menggunakan uang. Harga adalah total uang yang dibutuhkan sebagai alat tukar barang dan jasa, maka dari itu suatu harga harus dikaitkan dengan berbagai barang dan/atau jasa (Fajar Laksana 2008:105).

Berdasarkan pengertian Kotler dan Armstrong (2008), indikator yang dapat digunakan untuk mengukur harga adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan sebuah perasaan senang atau tidak senang yang dirasakan oleh pelanggan setelah menerima suatu barang atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan pelanggan diartikan sebagai reaksi atau keadaan emosional yang didapat setelah penggunaan seperti kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan, atau kesenangan adalah bentuk kepuasan. Reaksi yang dikeluarkan oleh pelanggan setelah menggunakan suatu barang atau jasa dapat berupa kesenangan, kemarahan, kepuasan ataupun ketidakpuasan.

Sikap yang diambil berdasarkan hal-hal yang pernah dialami juga merupakan pengertian dari kepuasan. Kepuasan dapat ditentukan berdasarkan pengalaman yang pernah dialami pelanggan. Usaha dapat terus berlangsung jika pelanggan puas. (Tjiptono dan Chandra, 2016:74). Menurut Cravens (1999), indikator yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan adalah sistem pengiriman, performa produk atau jasa, citra, hubungan harga-nilai, kinerja atau prestasi karyawan, persaingan.

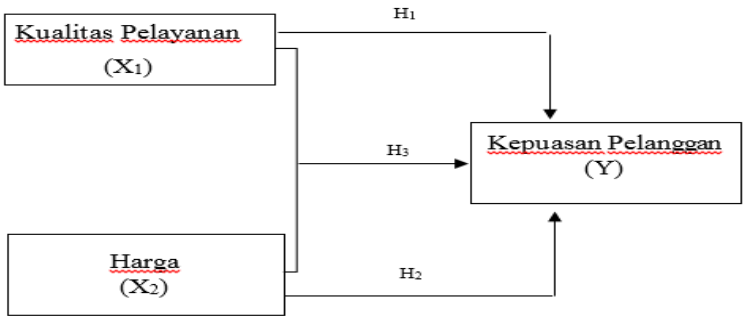
PENELITIAN TERDAHULU

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang membahas topik serupa dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

No	Peneliti & Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	(Putri, Tumbel, & Djemly, 2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Matahari Department Store Di Mantos 2	Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2	(Nisa, Nuringwahyu, & Krisdianto, 2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Begitu juga harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti dengan hasil uji F yaitu sebesar Sig. F 0,010 < 0,05 dengan $F_{hitung} > F_{tabel} = 4.826 > 3.09$
3	(Fadila & Manurung, 2021)	Pengaruh Harga, Lokasi, Kualiatas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Bakso Mekar Asih Desa Binjai Baru Kabupaten Batu Bata	Harga (X1), Lokasi (X2), Kualitas Produk (X3) dan Kualitas Pelayanan (X4) berpengaruh signifikan secara simultan Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan hasil uji hipotesis dengan uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 27,375 > 2,47 dan Probabilitas Sig. (0,000) < α (0,05). Sementara itu, Variabel Harga (X1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel Lokasi (X2) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel Kualitas Produk (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel Kualitas Pelayanan (X4) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
4	(Prayogo &	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek	Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpeng

	Batubara, 2021)	Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah	aruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelang gan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persepsi harga berpengaruh signi fikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,42,9 atau sebesar 42,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan) sebesar 42,9% sedangkan sisanya sebesar 57,1% dijelaskan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5	(Tawakkal, Suaib, & Zein, 2021)	Pengaruh Harga Dan Suasana Café Terha dap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Café Layar Gading Kota Sorong)	Harga berpengaruh positif terha dap kepuasan pelanggan. Suasana Café berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Harga dan Suasana Café berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

KERANGKA PENELITIAN



Berdasarkan pengertian di atas, berikut beberapa hipotesis dalam penelitian ini:

H1: kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H2: harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H3: kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik pengambilan data yaitu kuesioner untuk mengukur data variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian survei yang merupakan salah satu bagian dari pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik regresi linier berganda. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 200 responden. Sampel dalam penelitian ini berjumlah tak terbatas (*infinite population*), sehingga akan dibatasi dengan jangka waktu yang sudah ditetapkan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan instrument penelitian berupa kuesioner ke responden, Tahap pengujian awal, dengan menguji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, p-plot, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji koefisien determinasi, analisis regresi linear berganda (uji T), uji secara simultan (uji F).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Validitas dan Reliabilitas

Tabel hasil uji validitas Kualitas Pelayanan :

BUTIR HITUNG	r TABEL	r HITUNG	KETERANGAN
1	0.138	0.411	VALID
2		0.654	VALID
3		0.643	VALID
4		0.590	VALID
5		0.623	VALID
6		0.650	VALID
7		0.729	VALID
8		0.677	VALID
9		0.695	VALID
10		0.689	VALID

Tabel hasil uji validitas Harga :

BUTIR HITUNG	r TABEL	r HITUNG	KETERANGAN
1	0.138	0.680	VALID
2		0.722	VALID
3		0.613	VALID
4		0.706	VALID

Tabel hasil uji validitas Kepuasan Pelanggan :

BUTIR HITUNG	r TABEL	r HITUNG	KETERANGAN
1	0.138	0.652	VALID
2		0.806	VALID

3	0.785	VALID
4	0.702	VALID
5	0.630	VALID
6	0.755	VALID
7	0.636	VALID

Tabel hasil uji reliabilitas:

VARIABEL	NILAI ALPHA CORNBACH	STANDARD ALPHA CRONBACH'S	KETERANGAN
Kualitas Pelayanan	0.837		RELIABEL
Harga	0.615	0.6	RELIABEL
Kepuasan Pelanggan	0.833		RELIABEL

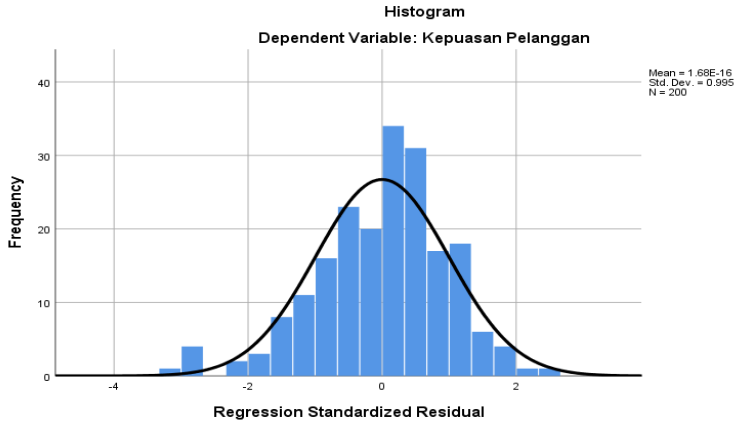
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	200	3.00	5.00	4.7050	.47867
X1.2	200	1.00	5.00	4.1700	.72368
X1.3	200	2.00	5.00	4.2950	.63244
X1.4	200	2.00	5.00	4.4700	.60906
X1.5	200	2.00	5.00	3.8850	.82777
X1.6	200	2.00	5.00	4.2600	.82206
X1.7	200	2.00	5.00	4.2750	.70131
X1.8	200	1.00	5.00	4.3200	.71425
X1.9	200	2.00	5.00	4.2700	.72090
X1.10	200	2.00	5.00	3.8700	.88715
X2.1	200	1.00	5.00	3.9950	.78617
X2.2	200	1.00	5.00	4.2900	.69881
X2.3	200	1.00	5.00	4.1450	.93184
X2.4	200	2.00	5.00	4.2550	.67249
Y.1	200	3.00	5.00	4.4900	.61791
Y.2	200	2.00	5.00	4.2950	.61634
Y.3	200	2.00	5.00	4.2100	.66188
Y.4	200	2.00	5.00	4.1950	.67770
Y.5	200	2.00	5.00	4.2700	.66279
Y.6	200	2.00	5.00	4.3550	.60896
Y.7	200	1.00	5.00	4.4750	.71550
Valid N (listwise)	200				

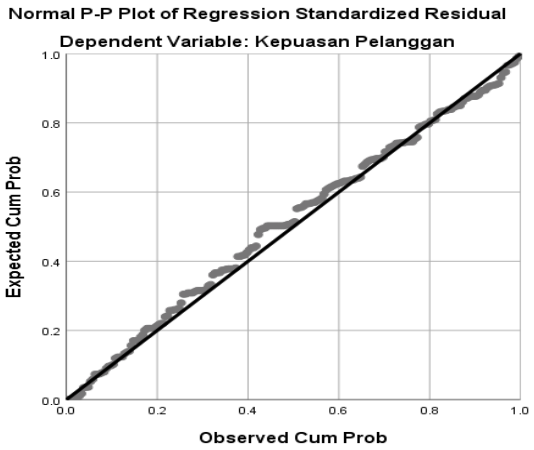
Berdasarkan data yang diperoleh, tabel di atas adalah hasil uji statistik deskriptif pada penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik



Dari gambar di atas, dapat diketahui bahwa diagram berada di dalam garis kurva dan dapat dikatakan telah lolos uji normalitas.

P-Plot



Dari gambar di atas, didapati bahwa titik plot masih berada di antara garis diagonal. Maka dari itu, data dikatakan terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

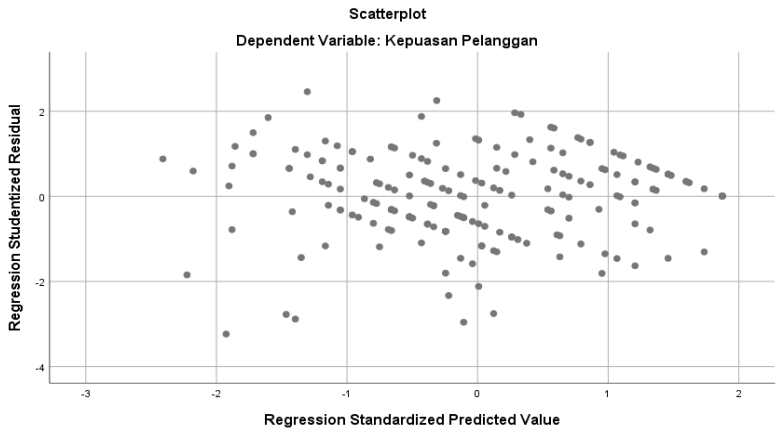
Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	0.774	1.292
	Harga	0.774	1.292

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, dapat diambil kesimpulan yaitu variabel kualitas pelayanan dan harga mendapat jumlah Tolerance senilai 0.774 > 0.10 dan VIF senilai 1.292 < 10. Maka dari itu dapat disimpulkan uji diterima dan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar di atas menunjukkan bahwa titik plot tersebar tidak membentuk pola maka uji diterima bahwa data terdistribusi normal.

Uji Koefisien Determinasi

Dari tabel di atas, ditunjukkan adanya hubungan yang positif antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Dapat dilihat dari nilai r = 0.777. Dan R Square sebanyak 0.604 yang berarti Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777[a]	0.604	0.600	2.04189

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan mempengaruhi sebesar 60.4% dan 39.6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.955	1.472		3.365	.001
	Kualitas Pelayanan	.347	.036	.493	9.677	.000
	Harga	.635	.079	.410	8.045	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari uji koefisien determinasi ini diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 4.955 + 0{,}347X1 + 0{,}635X2$$

Kualitas Pelayanan memperoleh nilai koefisien beta sebesar 0,347 yang menunjukan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Begitu juga dengan Harga dengan nilai koefisien beta nya sebesar 0,635 yang menunjukan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan.

Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1251.824	2	625.912	150.123	.000[b]
	Residual	821.356	197	4.169		
	Total	2073.180	199			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Dilihat dari tabel di atas, tingkat signifikansi sebesar 0.000 yaitu lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Maka dari itu, H3 diterima yaitu variabel X1 dan X2 berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Berdasarkan hipotesis (H1) dimana mengatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis (H1) dapat diterima. Dibuktikan oleh hasil penelitian yang menunjukkan nilai 9.677 > 0.675 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan nilai sig 0.00 < 0.05. Maka dari itu berarti, semakin meningkatnya kualitas pelayanan kepada pelanggan, akan semakin tinggi juga tingkat kepuasan pelanggan. Begitu juga sebaliknya.
b. Berdasarkan hipotesis (H2) dimana mengatakan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga sesuai dengan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa harga cukup berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis (H2) dapat diterima. Dibuktikan oleh hasil penelitian yang menunjukkan nilai 8.045 > 0.675 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). dengan nilai sig 0.00 < 0.05.
c. Berdasarkan hipotesis (H3) dimana mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, oleh karena itu hipotesis (H3) dapat diterima. Dibuktikan oleh hasil penelitian yang menunjukkan nilai 150.123 > 3.04 ($f_{hitung} > f_{tabel}$) dengan nilai sig 0.00 < 0.05. Dapat disimpulkan, kualitas pelayanan dan harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan Gojek.
d. Berdasarkan hasil dalam tabel koefisien determinasi, variabel Kualitas Pelayanan dan Harga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 60.4% dan 39.6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Saran

Berikut saran yang dapat diberikan terkait dengan penelitian ini, antara lain yaitu:

a. Secara keseluruhan nilai yang didapat pada variabel kualitas pelayanan cukup baik, namun jika dilihat dalam tabel statistik deskriptif didapati bahwa X1.10 dengan indikator daya tanggap mendapat nilai rata-rata terkecil yaitu sebesar 3.870 yang berarti pelanggan masih merasakan kualitas pelayanan yang kurang dari *driver* Gojek. Pertanyaan yang diberikan kepada pelanggan adalah mengenai pemberian solusi terhadap keluhan yang dialami pelanggan. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada PT. Gojek Indonesia agar memberikan pengarahan dan pengetahuan kepada *driver* terkait dengan

kondisi yang sedang dialami PT. Gojek agar driver dapat menjelaskan serta memberi pengertian dengan baik kepada pelanggan dan pelanggan pun tidak dikecewakan dengan keluhan yang tidak kunjung mendapat solusi.

b. Faktor lainnya yaitu Harga. Dari tabel deskriptif statistik dapat dilihat bahwa nilai rata-rata variabel harga dengan indikator keterjangkauan harga (X2.1) mendapat nilai yang cukup rendah yaitu sebesar 3.9950. Maka peneliti menyarankan sebaiknya PT. Gojek Indonesia dapat memberikan harga yang lebih relevan dan terjangkau di kalangan penggunanya agar tetap mempertahankan pengguna aplikasi Gojek. PT. Gojek Indonesia juga dapat memberikan promosi atau diskon tertentu secara berkala kepada para pelanggan supaya pengguna aplikasi tidak beralih ke aplikasi lainnya dan perusahaan tidak mengalami kerugian karena memberikan promosi secara terus-menerus.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMAHA*, 266-277.

Fadila, R., & Manurung, H. P. (2021). PENGARUH HARGA, LOKASI, KUALIATAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG BAKSO MEKAR ASIH DESA BINJAI BARU KABUPATEN BATU BATA. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains (MES)*, 18-25.

Familiar, K., & Maftukhah, I. (4(4)). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap. *Management Analysis Journal*, 348-354.

Gofur, A. (Vol. 4, No.1 Februari 2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 37 - 44.

Mar'ati, N. C., & Sudarwanto, T. (2016). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (STUDI PADA KONSUMEN GOJEK DI SURABAYA). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.

Nino. (2020, 10 17). *Universitas Indonesia*. Retrieved from Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia: https://www.feb.ui.ac.id/blog/2020/10/17/riset-ld-feb-ui-konsumen-semakin-bergantung-pada-aplikasi-gojek-selama-pandemi/

Nisa, N. M., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 56-63.

Prayogo, B., & Batubara, Z. K. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains (MES)*, 1-8.

Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. MATAHARI DEPARTMENT STORE DI MANTOS 2. *JURNAL EMBA : JURNAL RISET EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 1428-1438.

Rifaldi, Kadunci, & Sulistyowati. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI ONLINE GOJEK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MAHASISWA/I ADMINISTRASI NIAGA POLITEKNIK NEGERI JAKARTA. *EPIGRAM : Jurnal Penelitian dan Pengembangan Humaniora*, 121-128.

Tawakkal, E., Suaib, H., & Zein, E. M. (2021). PENGARUH HARGA DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Cafe Layar Gading Kota Sorong). *Jurnal PERKUSI: Pemasaran, Keuangan dan Sumber Daya Manusia*, 384-388.

Zahara, M., Andreansyah, N., & Relawati. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran KFC Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 42-50.