

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keamanan, Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Ojek Online di Bandar Lampung

*The Effect of Service Quality and Security on Consumer Satisfaction of Online Ojek Users in Bandar Lampung*

M. Ramanda Fichan<sup>1</sup>, Vonny Tiara Narundana<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

Email: m.ramanda.18011205@student.ubl.ac.id<sup>1</sup>, vonny.tiara@ubl.ac.id<sup>2</sup>

### Abstract

*Online motorcycle taxi services have decreased passenger numbers due to lack of service and safety to passengers. This research aims to find out the magnitude of the influence of service quality and consumer safety on the satisfaction of online motorcycle taxi consumers in Bandar Lampung. This type of research is used to analyze data and information obtained from research using descriptive research with a quantitative approach. The sample consisted of 100 online motorcycle taxi users in Bandar Lampung. The data is obtained from the koesioner using a likert. The data analysis in this study used multiple linear analysis with the SPSS 25 application. Based on the results of research and data analysis showed that the quality of service and consumer security simultaneously affect consumer satisfaction by 63.3%. The test results of each variable showed that the quality of service significantly affected consumer satisfaction by 61.8% and consumer safety significantly affected consumer satisfaction by 64.1%. By increasing the factors related to online motorcycle taxi companies will increase the satisfaction of online motorcycle taxi users in Bandar Lampung.*

**Keywords:** Service Quality and Security, Consumer Satisfaction, Online Ojek Users

### Abstrak

Layanan ojek online mengalami penurunan jumlah penumpang karena kurangnya pelayanan dan keamanan terhadap penumpang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan keamanan konsumen terhadap kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dan informasi yang diperoleh dari Penelitian menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel terdiri dari 100 Pengguna ojek online di Bandar Lampung. Data tersebut diperoleh dari koesioner dengan menggunakan sekala likert. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda dengan aplikasi SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keamanan konsumen secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 63,3%. hasil pengujian masing-masing variabel menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 61,8% dan keamanan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 64,1%. dengan meningkatkan faktor yang berkaitan pada perusahaan ojek online akan meningkatkan kepuasan peangguna ojek online di Bandar Lampung.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan dan Keamanan, Kepuasan Konsumen, Pengguna Ojek Online

### PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas layanan bertujuan untuk menciptakan atau

meningkatkan rasa percaya dan konsumsi kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang maksimal akan menunjukkan seberapa baik kualitas pelayanan di mata konsumen dan juga nilai positif dari konsumen tersebut. Jika pelayanan yang diperoleh melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai kualitas pelayanan yang sempurna. Dalam hal ini transportasi online, baik dengan ojek online maupun mobil online, tetap menjadi alternatif utama bagi para pekerja.

Dari segi keamanan transportasi ojek online ini meliputi identitas dari kendaraan dan identitas pengemudi (driver) ojek online. Aspek keselamatan sepeda motor juga sangat rentan karena tidak ada wadah tertutup yang melindungi pengendara sepeda motor dan penumpang dari hal-hal yang tidak diinginkan. payung hukum, tidak akan ada satupun dari perusahaan asuransi yang mau melindungi keselamatan pengemudi dan penumpang angkutan sepeda motor, berbeda dengan jenis angkutan umum lainnya yang legal, jadi jika mendapat kecelakaan, maka garansi di bawah formulir kompensasi asuransi kecelakaan dapat diterima segera.

Sejalan dengan hal tersebut diatas cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik. Konsumen akan senang jika apa yang diinginkan sesuai dengan yang diharapkan. Kepuasan konsumen juga dapat membantu sebuah perusahaan bertahan dalam jangka panjang. Untuk memberi solusi dalam permasalahan ini di butuhkan sebuah strategi untuk mengetahui kepuasan terhadap mutu kualitas pelayanan ojek online serta mengetahui tingkat keamanan pengguna ojek online.

## TINJAUAN PUSTAKA

Transportasi online sudah menjadi sebuah moda alternatif yang diinginkan masyarakat setelah sebelumnya masyarakat harus menggunakan transportasi konvensional yang menuai beberapa masalah seperti minimnya keamanan dan kenyamanan ketika menggunakan bus umum yang seringkali sudah tidak layak beroperasi maupun faktor-faktor lainnya (Wijaya, 2016). Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan.

Selain itu kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja tidak sesuai harapan, pelanggan tidak puas. Namun jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang. Menurut Tjiptono (2014), kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli sehubungan dengan

kesetaraan atau disonansi antara hasil yang diperoleh dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan terdiri dari penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono,2011), penelitian deskriptif adalah suatu statistik yang digunakan untuk menggambarkan objek yang diteliti berdasarkan sampel atau data populasi atau untuk memberikan gambaran umum tentangnya. Penelitian kuantitatif juga digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisa data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Untuk memperoleh data primer tersebut, penulis melakukan *survey* ke orang dengan menggunakan kuesioner yang disebar oleh pengguna ojek online di Bandar Lampung. Data sekunder adalah energi yang dihasilkan secara tidak langsung. Untuk data sekunder, penulis memperoleh informasi dari penelitian sebelumnya.

Dalam penelitian ini, kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efektif jika peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan apa yang diharapkan responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada Responden secara langsung atau dikirim melalui penelitian ini tepat dan difokuskan pada analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa tukang ojek online bagi konsumen Bandar Lampung. Kemudian peneliti mengumpulkan data-data dan kegiatan yang sudah dilakukan oleh peneliti dari buku literatur, jurnal ilmiah, serta situs internet yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

Setelah didapatkan data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk menguji data-data yang digunakan dalam penelitian ini apakah telah memenuhi asumsi klasik, yaitu data terdistribusi normal, tidak terjadi gejala multikolinearitas dan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Untuk melakukan pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program komputer SPSS 25.

## Hasil Dan Pembahasan

Kemajuan ojek sepeda motor berbasis online saat ini, dapat dikatakan lebih maju karena telah terintegrasi dengan kemajuan teknologi menggunakan aplikasi pada smartphone yang memudahkan pengguna layanan panggilan pengendara sepeda motor dan mobil tidak hanya sebagai alat transportasi orang atau barang, tetapi juga dapat digunakan untuk membeli barang bahkan memesan makanan.

Penelitian ini ditunjukkan kepada pengguna ojek online yang berada di Bandar Lampung. Sampel yang dipilih dengan menggunakan metode non probability sampling, yaitu purposive sampling. Dalam hal ini karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin dapat dikelompokkan pada Tabel berikut:

Table 1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Pria	57	57%
2.	Wanita	43	43%
	Jumlah Responden	100	100%

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat bahwa responden Pria sebanyak 57 orang atau 57%, dan responden Wanita sebanyak 43 orang atau 43% dari 100 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh Pria. Yang kedua karakteristik berdasarkan usia untuk mengetahui rentan usia dari Responden kelamin dapat dikelompokkan pada Tabel berikut:

Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	15-25	74	74%
2.	25-35	7	7%
3.	35-45	11	11%
4.	45-60	8	8%
	Jumlah Responden	100	100%

Berdasarkan Tabel diatas karakteristik responden dilihat dari usia saat ini, usia 15-25 tahun berjumlah 74 orang dengan persentase sebesar 74%, responden yang berumur 25-35 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 7%, responden yang berumur 35-45 tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 11% dan responden yang berumur 45-60 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 8%.

Koefisien determinan ( $R^2$ ) memungkinkan untuk mengukur sejauh mana kapasitas model untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas berpengaruh sangat kuat terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika  $R^2$  kecil, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sangat lemah. Koefisien determinasi menunjukkan kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

Seberapa jauh variabel kualitas pelayanan menjelaskan variabel kepuasan konsumen dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R Square) pada tabel berikut.

Table 4.6 Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786a	.618	.614	1.102
a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan				

Tabel di atas diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0.618 artinya sebesar 61,8% variasi perubahan variabel terikat kepuasan konsumen mampu dijelaskan oleh variabel bebas kualitas pelayanan sedangkan sisanya 39,2% lagi dijelaskan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Seberapa jauh variabel keamanan konsumen menjelaskan variabel kepuasan konsumen dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R Square) pada tabel berikut.

Table 4.7 Uji Koefisien Determinasi Keamanan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.607a	.369	.363	1.415
a. Predictors: (Constant), keamanan konsumen				

Tabel di atas diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0.369 artinya sebesar 36,9% variasi perubahan variabel terikat kepuasan konsumen mampu dijelaskan oleh variabel bebas keamanan konsumen sedangkan sisanya 64,1% lagi dijelaskan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Seberapa jauh variabel kualitas pelayanan dan keamanan konsumen menjelaskan variabel kepuasan konsumen dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R Square) pada tabel berikut.

Table 4.8 Uji Koefisien Determinasi Keamanan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795a	.633	.625	1.08536

a. Predictors: (Constant), keamanan konsumen, kualiaty pelayanan

Berdasarkan tabel 13 menunjukkan bahwa terdapat nilai R Square sebesar 0,633 pada pedoman interpretasi angka ini menunjukkan bahwa kolerasi atau hubungan antara kepuasan konsumen dengan kedua variabel independen ( kualitas pelayanan dan keamanan konsumen) adalah kuat. Pada penelitian ini nilai koefisien R<sup>2</sup> dengan melihat nilai R Square sebesar 0,63,3 atau 63,3%. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kontribusi variabel independen (kualitas pelayanan dan keamanan konsumen) yakni sebesar 63,3%. Hal tersebut menggambarkan persentase kualitas pelayanan dan keamanan konsumen adalah kuat. Sedangkan sisanya 37,7% dipengaruhi faktor lainnya Maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut membuktikan bahwa dengan adanya variabel kualiaty pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Koefisien linier berganda kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,204. Berarti setiap terjadi kenaikan 1 dari variabel kualitas pelayanan (X1), maka kepuasan konsumen ojek online akan mengalami kenaikan sebesar 0,204. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, yakni semakin naik nilai variabel kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan konsumen. Hasil perhitungan uji t pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa t hitung > t tabel yaitu 8.342 > 1,984 dengan nilai signifikasinya 0,000 < 0,05 artinya secara parsial kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa keamanan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut membuktikan bahwa dengan adanya variabel keamanan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Koefisien linier berganda keamanan konsumen (X2) sebesar 0,296. Berarti setiap terjadi kenaikan 1 dari variabel keamanan konsumen (X2) maka kepuasan konsumen ojek online akan mengalami kenaikan sebesar 0,296. Koefisien bernilai yang positif artinya terjadi pengaruh positif antara keamanan konsumen dan kepuasan konsumen, yakni semakin naik variabel keamanan konsumen maka semakin meningkat kepuasan konsumen. Hasil Pengujian X2 Hasil perhitungan uji t pada variabel insentif menunjukkan t hitung

$t > t$  tabel yaitu  $1.993 > 1,984$  dengan nilai signifikasinya  $0,049 > 0,05$  artinya secara parsial keamanan konsumen ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung. Hasil ini menunjukkan bahwa keamanan konsumen mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa “Kualitas Pelayanan dan Keamanan Konsumen berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Konsumen”. Hasil ini dapat diketahui dengan melihat nilai  $f$  hitung sebesar 83.503 dengan tingkat signifikansi 0,000. terlihat  $df_1 = k-1 = 2$  dengan  $df_2 = n-k = 100-3=97$  dengan derajat kebebasan 0,05 diperoleh  $f$  tabel 3.090. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa  $f$  hitung  $> f$  tabel ( $83.503 > 3.090$ ) probabilitas  $0,000 < 0,05$ , jadi kesimpulannya kualitas pelayanan, dan keamanan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung. Maka dari itu  $H_3$  diterima. Selanjutnya berdasarkan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa. nilai koefisien  $R^2$  dengan melihat nilai  $R$  Square sebesar 0,63,3 atau 63,3%. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kontribusi variabel independen (kualitas pelayanan dan keamanan konsumen) yakni sebesar 63,3%. Hal tersebut menggambarkan persentase kualitas pelayanan dan keamanan konsumen adalah kuat. Sedangkan sisanya 37,7% dipengaruhi faktor lainnya Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas pelayanan dan keamanan konsumen terhadap kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pealyanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung, kualitas pelayanan menjadi alasan konsumen menjadi pengguna apliaksi ojek online dikarenakan memiliki pelayanan yang memuaskan artinya bahwa dengan adanya variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung.
2. Keamanan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung, keamanan konsumen juga menjadi alasan konsumen memilih aplikasi ojek online konsumen juga merasa aman saat menggunakan jasa ojek online. artinya bahwa dengan adanya variabel keamanan konsumen mempengaruhi kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung.

3. Secara simultan kualitas pelayanan dan keamanan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ojek online di Bandar Lampung.

#### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan keamanan, terhadap kepuasan konsumen pengguna ojek online di bandar lampung yaitu:

1. Pada kualitas pelayanan pihak driver ojek online harus memberikan kesan positif saat bertemu dengan konsumen.
2. Pada keamanan konsumen driver ojek online menggunakan kelengkapan kendaraan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dan Driver ojek online mengemudi dengan hati-hati sehingga konsumen merasa nyaman dan aman saat di perjalanan.
3. Pada kepuasan konsumen hendaknya aplikasi ojek online memasang tarif yang jelas dan murah sesuai dengan tujuan konsumen karena harga menjadi salah satu peran penting konsumen memilih aplikasi ojek online.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alfonsius. (2020). Pelayanan Transportasi Online Di Era New. *Journal of Accounting & Management Innovation*, Vol.4 No.2, 2020, 91-100.
- Aprillia, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Volume 9 Issue 1 2021*, 243-255.
- Aditya. 2017. Ini Alasan Transportasi Online Lebih Digemari daripada Tradisional. Diakses.pada (<https://techno.okezone.com/read/2017/02/24/207/1627390/ini-alasan-transportasi-online-lebih-digemari-daripada-tradisional> [15/01/2020:21.55 WIB).
- Dunan, H., & Prasela, Y. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Baju Distro OTSKY Di Bandar Lampung.
- Dunan, Hendri. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Puskesmas Kampung Sawah Kecamatan Tanjung Karang Timur, Bandar Lampung."
- Fadillah, S. N., Barusman, A. R. P., & Alam, I. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Telkomsel Pada Merek Kartu As Di Bandar Lampung. *VISIONIST*, 8(2)
- Fitri, M. A. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online (Gojek) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Padang).

- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah Sartika Putri<sup>1\*</sup>, A. D. (2019). P Hukum Terhadap Keselamatan Dan Keamanan Pengemudi. Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia Volume 1, Nomor 3, Tahun 2019, 392-403
- Jaya, I. K. N. A., Dewi, I. A. U., & Mahendra, G. S. (2022). Implementation of Wireshark Application in Data Security Analysis on LMS Website. Journal of Computer Networks, Architecture and High Performance Computing, 4(1), 79-86. <https://doi.org/10.47709/cnahpc.v4i1.1345>
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Ed ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangifera, L., & Isa, M. 2017. Komitmen Dan Kinerja Driver Ojek Online Di Kota Surakarta. Riset Manajemen & Bisnis. Manajemen: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ranitaswari, P. A. (2018). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Kopi. Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri Vol. 6. No. 2. April 2018 (147-157), 147-157.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabet
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Saputra, Yovan Sawir dan Shinta, W., H. 2017. Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Ojek Online (Wajek) di Kota Batam. Journal of Applied Business Administration. 1(1):96-121.
- Sarwoto. 2011. Dasar- Dasar Organisasi Management. Jakarta:Ghalia. Silalahi, Ulber. 2012. Metode Penelitian Sosial. Bandung: Refika Aditama. Simamora, Henry. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: STIE TKPN. Sudjarwo & Basrowi.2009. Manajemen Penelitian Sosial. Bandung:CV Mandar Maju.
- Subarman, P. S., & Dunan, H. (2022). Pengaruh Faktor Sosial, Gaya Hidup, Dan Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian. SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi, 1(3), 405-424.
- Suwito, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv Global Ac Banjarbaru. KINDAI, 14(3).
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Bpfe.
- Tjiptono, Fandy dan Gergious Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Jakarta: Indeks.
- Undang-Undang No. 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan dalam Pasal 41

Warstek.com. (2018, 24 Mei). “Dampak Nyata Kehadiran GO-JEK Terhadap Perekonomian Nasional di Indonesia”. Diakses pada 24 Mei 2018, dari <https://warstek.com/2018/05/24/gojek/>.

Warstek.com. (2018, 24 Mei). “Dampak Nyata Kehadiran GO-JEK Terhadap Perekonomian Nasional di Indonesia”. Diakses pada 24 Mei 2018, dari <https://warstek.com/2018/05/24/gojek/>.

Yanti, P. F. (2021). Mengukur Kualitas Pelayanan pada Ojek Online di Masa Pandemi. Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar, 940-947.