

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI JAKARTA

Alfonsus B. Say¹, Yasman I Gulo²

Program Studi Ekonomi Pembangunan, STIE Unisadhuguna Jakarta Selatan
alfons.bsay@ubs-usg.ac.id, guloyasman2@gmail.com

Abstrak

Gojek merupakan perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi pertama di Indonesia. Keberhasilan bentuk layanan transportasi berbasis aplikasi membuat Gojek meningkatkan kualitas layanan, citra merek, dan kepercayaan merek untuk membuat konsumen menggunakan layanan Gojek dalam bentuk Go-Ride, Go-Food, Go-Send, Go-toko, go-med berulang kali. Membuat konsumen mengambil keputusan untuk menggunakan kembali layanan Gojek sebagai pilihan utama konsumen sangat penting untuk mencapai kesuksesan perusahaan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan terbentuk karena kualitas layanan yang diberikan perusahaan dapat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode Framework PIECES dalam menganalisis data, penggunaan metode framework PIECES sangat cocok dalam menganalisis setiap variabel sistem yang diteliti karena dapat memberikan hasil yang nyata terhadap efektifitas sistem yang digunakan oleh perusahaan.

Kata kunci: Harga, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

Abstract

Gojek is the first application-based transportation service company in Indonesia. The success of the application-based form of transportation services makes Gojek improve in terms of service quality, brand image, and brand trust to make consumers use Gojek's services in the form of Go-Ride, Go-Food, Go-Send, Go-shop, go-med repeatedly. Making consumers make decisions to reuse Gojek services as the main choice of consumers is very important to achieve the company's success. Customer satisfaction and loyalty is formed because the quality of service provided by the company can be in accordance with the needs and desires of customers. This study uses the PIECES Framework method in analyzing data, the use of the PIECES framework method is very suitable in analyzing each system variable being studied because it can provide real results on the effectiveness of the system used by the company.

Keywords: Price, Service Quality and Customer Satisfaction

Pendahuluan

Transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan pada zaman sekarang, masyarakat membutuhkan jasa transportasi yang praktis dan cepat akibat semakin tingginya kemacetan lalu lintas di kota besar seperti Jakarta (Fatimah, 2019). Pangsa pasar Gojek pesaing semakin ketat termasuk Grab, antara Gojek dan Grab pangsa pasarnya sangat tinggi. Kesuksesan aplikasi Gojek sebagai market leader transportasi berbasis aplikasi di Indonesia memancing munculnya para pelaku usaha sejenis (Kusumah, 2020). Beberapa perusahaan yang menjadi pesaing Gojek di Indonesia salah satu nya adalah Grab, Maxim, Ojek, dan Uber. Untuk menjaga posisinya sebagai market leader tentu Gojek harus menerapkan strategi-strategi yang tepat (Madaniyah, n.d.).

Aplikasi Gojek hingga bulan juni 2021 telah diunduh lebih dari 190 juta kali, kondisi ini memberikan kontribusi pada PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia sekitar Rp 249 Triliun pada tahun 2021. Kontribusi ekonomi ini meningkat 60% dibandingkan tahun 2021. dan konsumen 86% Gojek merupakan konsumen yang loyal meskipun tanpa promo.

Aplikasi Gojek pertama kali diluncurkan pada Januari 2015 di Indonesia, dan kini telah berkembang menjadi Super App terdepan di Asia Tenggara, menawarkan berbagai layanan mulai dari transportasi dan pembayaran digital, pesan-antar makanan, logistik, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya (Fransisca, 2016). Dan dipimpin dalam naungan Daniem Makarim. Gojek merupakan salah satu penyedia layanan jasa transportasi On-line khususnya sepeda motor.

Metode

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode kuantitatif adalah ilmu yang berkaitan dengan tata cara (metode) pengumpulan data, analisa data, dan interpretasi hasil analisis untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Penelitian ini akan melakukan survey dengan menggunakan alat kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data dan hasil itulah akan diolah dengan software SPSS versi 26.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya (Sugiyono, Sulistyorini, & Rusilowati, 2017:80) menurut (Wibowo, 2014) populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, serta benda-benda yang karakteristiknya hendak di teliti. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah anak muda yang mulai umur >18 tahun yang pernah melakukan pembelian di Tokopedia.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, untuk menghitung jumlah sampel menggunakan rumus Malhotra. Menurut Malhotra, ukuran sampel dapat ditentukan cara mengalikan jumlah

variabel atau jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian dengan 5 atau 5 X jumlah variabel/indikator yang digunakan. Berdasarkan panduan tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu minimal 100 sampel ($15 \text{ indikator} \times 5 = 100$). Peneliti menyebarkan kuesioner lebih dari 100 sampel namun yang mengisi kuesioner *on-line* melebihi minimal sampel, sehingga peneliti ini mengambil 100 sampel dalam penelitian ini.

Penentuan sampel dalam penelitian ini, menggunakan metode pemilihan sampel nonprobability sampling, dimana teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Jaya, 2020). Mengingat jumlah pengguna Gojek banyak dan karena keterbatasan waktu maka penarikan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling*, Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Maulana, 2018). Dalam penelitian ini, untuk menghitung jumlah sampel menggunakan rumus Malhotra. Menurut Malhotra, ukuran sampel dapat ditentukan cara mengalikan jumlah variabel atau jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian dengan 5 atau 5 X jumlah variabel/indikator yang digunakan. Berdasarkan panduan tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu minimal 225 sampel ($15 \text{ indikator} \times 15 = 225$). Peneliti menyebarkan kuesioner lebih dari 100 sampel namun yang mengisi kuesioner online melebihi minimal sampel, sehingga peneliti ini mengambil 225 sampel dalam penelitian ini. Adapun kriteria yang dapat dijadikan sampel adalah pengguna Gojek yang pernah menggunakan Aplikasi Gojek.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner (daftar pertanyaan), buku dan jurnal-jurnal. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ Pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Skala pengukuran yang digunakan dalam instrument ini adalah skala likert modifikasi. Skala modifikasi merupakan skala yang menghilangkan kelemahan yang terdapat di skala Likert yang menggunakan peringkat 4 angka dalam penilaian. Dalam skala likert modifikasi secara umum menggunakan peringkat 4 dalam penilaian

Hasil dan Pembahasan

Harga

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk dan jasa, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen.

Menurut (Kotler, 2012b) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut (Komara & Sudarma, 2016) harga merupakan faktor yang utama dalam setiap penjualan suatu barang atau jasa tertentu. Harga jual suatu barang ditentukan oleh ongkos produksi yang dikeluarkan ditambah dengan prosentase keuntungan yang diinginkan.

Menurut (Tjiptono, 2019) pengertian harga adalah sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.

Kualitas Layanan

Pengertian kualitas layanan atau kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut (Azlansyah, Yusrizal, & Mesra, 2018) Service Quality sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima/peroleh

Menurut (Triana, Pranasari, & Marichs, 2017) Kualitas layanan adalah sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan konsumen.

Menurut (Kotler, 2012b) kualitas layanan adalah keseluruhan fitur dan sifat produksi atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan adalah perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan atau konsumen akan kecewa dan bila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan atau konsumen akan puas dan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan atau konsumen merasa sangat puas.

Menurut (Kotler, 2012) Mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan konsumen atas produk tersebut.

Menurut (Tjiptono, 2008) Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai

Menurut (Amanah, 2010) Kepuasan konsumen itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dikonsumsi.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya item-item kuesioner yang diuji. Dengan kriteria pengukuran, apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.

Tabel.1. Hasil Uji Validitas Harga

Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Jakarta

Pernyataan	Harga (X1)		
	r Hitung	r tabel n=100	Keterangan
1	0,758	0,195	Valid
2	0,179	0,195	Valid
3	0,857	0,195	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Table 1 tersebut di atas, seluruh butir instrument dinyatakan valid, hal tersebut dapat dibuktikan dari r hitung yang lebih besar dari r table.

Tabel.2. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Kualitas Layanan X2		
	r hitug	r tabel n = 100	Keterangan
1	0,677	0,195	Valid
2	0,713	0,195	Valid
3	0,772	0,195	Valid
4	0,787	0,195	Valid
5	0,743	0,195	Valid
6	0,735	0,195	Valid
7	0,743	0,195	Valid
8	0,734	0,195	Valid
9	0,728	0,195	Valid
10	0,751	0,195	Valid
11	0,768	0,195	Valid
12	0,711	0,195	Valid
13	0,775	0,195	Valid
14	0,722	0,195	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk masing-masing pernyataan pada variabel Kualitas Layanan (X₂) seluruh instrumen dapat dikatakan valid, karena nilai r_{hitung} yang dihasilkan jauh lebih besar dari pada nilai r_{tabel} yang ada untuk $n = 100$ (Seratus) yaitu 0,195.

Tabel.3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	Kepuasan Pelanggan (Y)		
	r hitung	r tabel n = 100	Keterangan
1	0,887	0,195	Valid
2	0,900	0,195	Valid
3	0,899	0,195	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 26)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk masing-masing pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) seluruh instrumen dapat dikatakan valid, karena nilai r_{hitung} yang dihasilkan jauh lebih besar dari pada nilai r_{tabel} yang ada untuk $n = 100$ (Seratus) yaitu 0,195.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Harga

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	4

Sumber : Hasil Olahan Data (SPSS Versi 26)

Berdasarkan tabel diatas, untuk uji reabilitas variabel Harga (X_1) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,813 sehingga dapat disimpulkan instrumen penelitian mengenai variabel Harga (X_1) adalah Reliable dengan kriteria sangat tinggi.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	15

Sumber : Hasil Olahan Data (SPSS Versi 26)

Berdasarkan tabel diatas, untuk uji reabilitas variabel Kualitas Layanan (X_2) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,769 sehingga dapat disimpulkan instrumen penelitian mengenai variabel Kualitas Layanan (X_2) adalah Reliable dengan kriteria tinggi.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	4

Sumber : Hasil Olahan Data (SPSS Versi 26)

Berdasarkan tabel diatas, untuk uji reabilitas variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,861 sehingga dapat disimpulkan instrumen penelitian mengenai variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah Reliable dengan kriteria sangat tinggi.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.08993135
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.057
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Olahan Data (SPSS Versi 26)

Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Jakarta

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi (2-tailed) sebesar 0.51, dapat diartikan bahwa nilai signifikansi (2-tailed) alat ukur tersebut berada di atas 0.05 sehingga data dikatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.137	.923		.149	.882		
	harga	.356	.112	.312	3.168	.002	.333	2.999
	kualitas layanan	.140	.025	.554	5.624	.000	.333	2.999
a. Dependent Variable: kepuasan Pelanggan								

Sumber : Hasil Olahan Data (SPSS Versi 26)

Uji Linier Berganda

Tabel 9 Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.137	.923		.149	.882
	harga	.356	.112	.312	3.168	.002
	kualitas layanan	.140	.025	.554	5.624	.000

Sumber : Hasil Olahan Data (SPSS Versi 26)

Persamaan regresi linier bergandanya sebagai berikut:

$Y' = 15.226 + 0.430 X_1 + 0.830 X_2 + e$. Dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta intersep sebesar 0,137 menyatakan bahwa jika variabel Harga (X_1) dan variabel Kualitas Layanan (X_2) nol maka nilai kepuasan pelanggan adalah 0,137.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel Harga (X_1) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0.356. Hal ini berarti jika Harga (X_1) naik 1 satuan akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.356, dengan asumsi variabel Kualitas Layanan (X_2) dan konstanta dianggap konstan.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Layanan (X_2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0.140. Hal ini berarti jika variabel Kualitas Layanan (X_2) naik 1 satuan akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.140, dengan asumsi variabel harga (X_1) dianggap konstan.

Uji t

1) Harga (X₁) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)

Jika diperhatikan hasil tabel *coefficients* di atas dengan menggunakan perhitungan analisis SPSS Versi 26, maka nilai t_{hitung} untuk variabel X₁ (Harga) sebesar 3.168 sedangkan nilai t_{tabel} untuk $n = 100$ sebesar 0,195. Jadi $1,638 > 0,195$, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Harga (X₁) berkorelasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

2) Hubungan Variabel Kualitas Layanan (X₂) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)

Jika diperhatikan hasil tabel *coefficients* di atas dengan menggunakan perhitungan analisis SPSS Versi 26, maka nilai t_{hitung} untuk variabel X₂ (Kualitas Layanan) sebesar 5,624, sedangkan nilai t_{tabel} untuk $n = 100$ sebesar 0,195. Jadi, $5,624 > 0,195$, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Layanan (X₂) berkorelasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji F

Tabel 10. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	257.303	2	128.651	106.109	.003 ^b
	Residual	117.607	97	1.212		
	Total	374.910	99			

Sumber: Hasil Olah data SPSS (2022)

Dari hasil uji F atau f_{hitung} didapat nilai f_{hitung} sebesar 106.109 dimana lebih besar dari nilai f_{tabel} untuk $n = 100$ sebesar 3.087 atau $106.109 > 3.087$ dengan tingkat signifikan sebesar 0,003 karena $0,003 < 0,05$, maka dapat dikatakan Harga (X₁) dan Kualitas Layanan (X₂) secara bersama-sama mampu menjelaskan Kepuasan Pelanggan (Y).

Koefisien Determinasi

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.610	.318	2.91320

a. Predictors: (Constant), X₂, X₁

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah data SPSS (2022)

Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Jakarta

Berdasarkan pada tabel tersebut di atas yakni Model *Summary* yang menghasilkan nilai *R Square* sebesar 0.610, artinya bahwa Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 61,0% sedangkan sisanya sebesar 39,0% adalah faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian penelitian hasil dari harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna terhadap Aplikasi Gojek di Kota Jakarta adalah sebagai berikut Nilai sig.< 0,05 Nilai t hitung > nilai t tabel $T_{tabel} = t (a/2:n-k-1) a = 5\% = t (0,05/2: 100-1-1) = 0,025 : 98 = 1.66055$ Variabel X1 Terhadap Y Nilai signif. 0,01 < 0,05 T hitung > T tabel $1.98447 > 1.66055$ Interpretasinya tabel 31 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan t hitung $1.98447 >$ nilai t tabel 1.66055 maka H_0 dan H_a di terima. Artinya terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial

Untuk hasil penelitian pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Kota Jakarta adalah sebagai berikut Nilai sig.< 0,05 Nilai t hitung > nilai t tabel $T_{tabel} = t (a/2:n-k-1) a = 5\% = t (0,05/2: 100-1-1) = 0,025 : 98 = 1.66055$ Variabel X2 Terhadap Y Nilai signif. 0,01 < 0,05 T hitung > T tabel $1.98447 > 1.66055$ Interpretasinya tabel 32 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan t hitung $1.98447 >$ nilai t tabel 1.66055 maka H_0 dan H_a di terima. Artinya terdapat kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

Selanjutnya untuk pengaruh harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut X1 dan X2 terhadap Y Nilai sig.< 0,05 Nilai F hitung > nilai F tabel Nilai F tabel = 3.09 Nilai signif. 0,003 < 0,005 Nilai F hitung $106.109 > F_{tabel} 3.09$ Interpretasinya dari tabel 27 dapat diketahui nilai signifikansi untuk Harga (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $0,003 < 0,05$ dan F hitung $106.109 > F_{tabel} 3.09$. Hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat harga (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Dita. (2010). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop cabang HM Yamin Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis*, 2(1), 71–87.
- AZLANSYAH, AZLANSYAH, Yusrizal, Yusrizal, & Mesra, Trisna. (2018). *KUALITAS PELAYANAN PAPA IBAM PIZZA DUMAI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. Sekolah Tinggi Teknologi Dumai.
- Fatimah, Siti. (2019). *Pengantar Transportasi*. Myria Publisher.
- Fransisca, Yunike Hari. (2016). *Peran corporate secretary dalam aktivitas investor relations di pt global mediacom tbk periode 2015-2016*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Jaya, I. Made Laut Mertha. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Komara, Bintang, & Sudarma, Ade. (2016). Analisis penentuan harga pokok produksi dengan metode full costing sebagai dasar penetapan harga jual pada cv salwa meubel. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi (Jurnal Akuntansi, Pajak Dan Manajemen)*, 5(9), 18–29.
- Kotler, Philip. (2012a). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.
- Kotler, Philip. (2012b). *Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Pearson Education International*.
- Kusumah, Anto Gana. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan GO-JEK di Jakarta/Anto Gana Kusumah/24179063/Pembimbing: Tumpal JR Sitinjak*.
- Madaniyah, Nurul Fajri Fitri. (n.d.). *PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM STRATEGI PEMASARAN PADA PT. GOJEK INDONESIA*.
- Maulana, Hariska. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Gojek bagi Mahasiswa di Kota Medan. 2018*.
- Sugiyono, Tri, Sulistyorini, Sri, & Rusilowati, Ani. (2017). Pengembangan perangkat pembelajaran ipa bervisi sets dengan metode outdoor learning untuk menanamkan nilai karakter bangsa. *Journal of Primary Education*, 6(1), 8–20.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi pemasaran*.

Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Jakarta

Trianah, Lilik, Pranitasari, Diah, & Marichs, Siti Zahrani. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(01), 105–122.

Wibowo, Edwin Agung. (2014). Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. *Equilibiria*, 1(1).