



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH *ELECTRONIC QUALITY SERVICE* DAN  
*ELECTRONIC TRUST* TERHADAP *COSTUMER*  
*SATISFACTION* PADA JASA OJEK MOTOR BERBASIS  
*ONLINE PT.GO-JEK* DI KELURAHAN ULUJAMI,  
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI  
Dwi Istiyana  
1502025072

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2019



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH *ELECTRONIC QUALITY SERVICE* DAN  
*ELECTRONIC TRUST* TERHADAP *COSTUMER*  
*SATISFACTION* PADA JASA OJEK MOTOR BERBASIS  
*ONLINE PT.GO-JEK* DI KELURAHAN ULUJAMI,  
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI  
Dwi Istiyana  
1502025072

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2019

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH *ELECTRONIC QUALITY SERVICE* DAN *ELECTRONIC TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA JASA OJEK MOTOR BERBASIS *ONLINE* PT. GO-JEK DI KELURAHAN ULUJAMI, JAKARTA SELATAN”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 8 Agustus 2019  
Yang Menyatakan,



(Dwi Istiyana)  
NIM 1502025072

## PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH *ELECTRONIK QUALITY SERVICE* DAN *ELECTRONIC TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA JASA OJEK MOTOR BERBASIS *ONLINE* PT.GO-JEK DI KELURAHAN ULUJAMI, JAKARTA SELATAN**


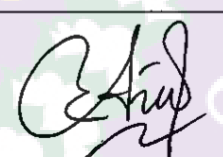
NAMA : **DWI ISTIYANA**

NIM : **1502025072**

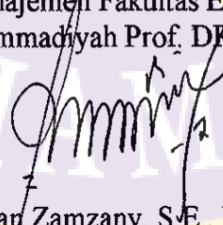
PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

TAHUN AKADEMIK : **2019**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Dr. Bambang Dwi Hartono, M.Si.	
Pembimbing II	Edi Setiawan, S.E.,MM	

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

  
Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Hal :

**PENGARUH ELECTRONIC QUALITY SERVICE DAN *ELECTRONIK TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA JASA OJEK MOTOR BERBASIS *ONLINE* PT. GO-JEK DI KELURAHAN ULUJAMI, JAKARTA SELATAN.**

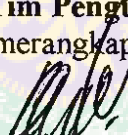
Yang disusun oleh :  
Dwi Istiyana  
1502025072

telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

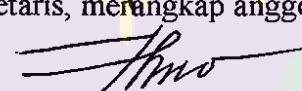
Pada tanggal :08 Agustus 2019

**Tim Penguji :**

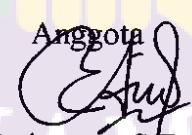
Ketua, merangkap anggota :

  
(Dr. Budi Permana Yusuf., S.E., MM)

Sekretaris, merangkap anggota :

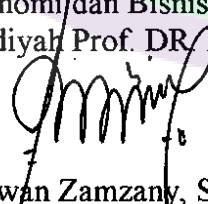
  
(Yusdi Daulay., S.E., MM)

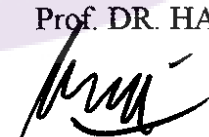
Anggota

  
(Edi Setiawan., S.E., MM)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen      Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas      Universitas Muhammadiyah  
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA      Prof. DR. HAMKA

  
(Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.)

  
(Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Istiyana  
NIM : 1502025072  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH *ELECTRONIC QUALITY SERVICE* DAN *ELECTRONIC TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA *JASA OJEK MOTOR BERBASIS ONLINE PT. GO-JEK* DI KELURAHAN ULUJAMI, JAKARTA SELATAN.”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 08 Agustus 2019  
Yang menyatakan



(Dwi Istiyana)



## ABSTRAK

**Dwi Istiyana (1502025072)**

**PENGARUH *ELECTRONIC QUALITY SERVICE* DAN *ELECTRONIC TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA JASA OJEK MOTOR BERBASIS *ONLINE* PT. GO-JEK DI KELURAHAN ULUJAMI, JAKARTA SELATAN.**

*Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.*

Kata kunci : *Electronic Quality Service, Electronic Trust, Customer Satisfaction*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Electronic Quality Service* dan *Electronic Trust* terhadap *Customer Satisfaction*. Sumber data penelitian yang digunakan yaitu data primer yang berasal dari sampel berjumlah 105 responden dan data sekunder yang diperoleh melalui buku-buku atau literature yang berkaitan dengan penelitian ini. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengolahan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis linier berganda, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Kemudian data diproses menggunakan analisis regresi linier berganda dengan diolah menggunakan SPSS 20. Hasil penelitian dengan taraf signifikansi 5% menemukan bahwa: (1) kualitas pelayanan elektronik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, (2) kepercayaan elektronik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan (3) kualitas pelayanan elektronik dan kepercayaan elektronik secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## ABSTRAK

**Dwi Istiyana (1502025072)**

**THE EFFECT OF ELECTRONIC QUALITY SERVICE AND ELECTRONIC TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION IN ONLINE OJEK MOTOR SERVICES PT. GO-JEK IN KELURAHAN ULUJAMI, JAKARTA SELATAN.**

Sripsi Program study management. Faculty of Economics and Business of the University of Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. 2019. Jakarta

Keyword : *Electronic Quality Service, Electronic Trust, Customer Satisfaction*

This research aims to know the effect of Electronic Quality Service and Electronic Trust on Customer Satisfaction. The source of research data used is primary data derived from a sample of 105 respondents and secondary data obtained through books or literature related to this study. The sampling method in this study is the purposive sampling method. The data analysis processing technique used is descriptive analysis, multiple linear analysis, classic assumption test, correlation coefficient analysis, coefficient of determination and hypothesis testing.

Then the data is processed using multiple linear regression analysis by processing using SPSS 20. The results of the study with a significance level of 5% found that: (1) electronic service quality has a positive effect on customer satisfaction, (2) electronic trust has a positive effect on customer satisfaction, and (3 ) the quality of electronic services and electronic trust together have a positive and significant effect on customer satisfaction.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim*

*Assalamu'alaikum Warahmahtullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillah Rabbil 'alamin, Wa shallallahu wa sallam 'ala Nabiyyina Muhammadin, Wa 'ala alihi wa shahbihi ajma'in, Amma ba'du.*

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat Iman, Islam, serta Ikhsan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Electronic Quality Service* dan *Elektronic Trust* terhadap *Customer Satisfaction* pada jasa ojek motor berbasis online PT. Go-Jek di Kelurahan Ulujami, Jakarta Selatan.”**

Skripsi ini penulis sajikan dalam rangka memenuhi salah satu syarat di dalam menyelesaikan program Strata Satu untuk Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis melibatkan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil, maka penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Nuryadi Wijiharjono, SE, MM., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

4. Bapak Faisal Ridwan Zamzany, SE., MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Jakarta.
5. Bapak Edi Setiawan, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing sementara proposal skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Jakarta.
6. Bapak Dr. Bambang Dwi Hartono, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Jakarta.
7. Bapak Edi Setiawan, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Jakarta.
8. Orangtua tercinta, Bapak Komsun dan Ibu Iin Sutinah serta kaka tersayang, Indah Kusuma Ningtyas., S.E. serta semua sanak saudara tersayang, yang selalu mendo'akan, membimbing, memberikan segala bentuk kasih sayang yang tidak dapat digantikan oleh apapun yang ada di dunia serta memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Lusiana Pratiwi, Nellyana dan Moh. Arifuddin yang selalu membantu dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.

11. Anita Tri Agustin, Della Rustami, Dinda Nurul Lina, dan Nayatul Fadillah yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam mengerjakan skripsi.

12. Teman-teman seperjuangan kelas 1A Manajemen (2015) yang telah memberikan semangat kepada saya dalam menjalankan kegiatan perkuliahan sehari-hari.

13. Semua orang – orang terdekat saya yang tidak bisa saya lupakan jasanya untuk membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini.

14. Semua rekan mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA angkatan 2015 yang telah membantu saya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang berguna untuk perbaikan proposal skripsi ini. Penulis berharap semoga proposal skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi pihak yang membutuhkan pada umumnya.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Jakarta, 08 Agustus 2019



(Dwi Istiyana)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPETINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI/INTISARI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1.Latar Belakang Masalah .....	1
1.2.Permasalahan .....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	8
1.2.3 Perumusan Masalah .....	8
1.3.Tujuan Penelitian .....	8
1.4.Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Gambaran Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Telaah Pustaka .....	18
2.2.1. Pengertian Manajemen .....	18
2.2.2. Pengertian Pemasaran .....	19
2.2.3. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	20
2.2.4. Pengertian Marketing 4.0 .....	21
2.2.5. Pengertian Jasa .....	23

2.2.5.1. <i>Karakteristik Jasa</i> .....	23
2.2.6. <i>Pengertian Kualitas Pelayanan Elektronik</i> .....	24
2.2.6.1. <i>Dimensi Kualitas Pelayanan Elektronik</i> .....	26
2.2.6.2. <i>Indikator Kualitas Pelayanan Elektronik</i> .....	27
2.2.7. <i>Pengertian Kepercayaan Elektronik</i> .....	27
2.2.7.1. <i>Dimensi Kepercayaan Elektronik</i> .....	29
2.2.7.2. <i>Indikator Kepercayaan Elektronik</i> .....	30
2.2.8. <i>Kepuasan Pelanggan</i> .....	31
2.2.8.1. <i>Pengukur Kepuasan Pelanggan</i> .....	32
2.2.8.2. <i>Indikator Kepuasan Pelanggan</i> .....	35
2.3. <i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i> .....	37
2.3.1. <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap     Kepuasan Pelanggan</i> .....	37
2.3.2. <i>Pengaruh Kepercayaan Elektronik Terhadap Kepuasan     Pelanggan</i> .....	37
2.3.3. <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik dan Kepercayaan     Elektronik Terhadap Kepuasan Pelanggan</i> .....	38
2.4. <i>Rumusan Hipotesis</i> .....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. <i>Metode Penelitian</i> .....	41
3.2. <i>Operasionalisasi Variabel</i> .....	42
3.3. <i>Populasi dan Sampel</i> .....	46
3.3.1. <i>Populasi</i> .....	46
3.3.2. <i>Sampel</i> .....	46
3.4. <i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	47
3.4.1. <i>Tempat dan Waktu Penelitian</i> .....	47
3.4.2. <i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	48
3.5. <i>Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data</i> .....	49
3.5.1 <i>Uji Validitas dan Reabilitas</i> .....	49
3.5.1.1. <i>Uji Validitas Data</i> .....	49
3.5.1.2. <i>Uji Reliabilitas</i> .....	50
3.5.2 <i>Analisis Statistik Deskriptif</i> .....	51

3.5.3 Analisis Model Regresi Linier Berganda .....	53
3.5.3.1. Model Regresi Linier Berganda .....	53
3.5.3.2. Uji Asumsi Klasik .....	54
3.5.4 Analisis Korelasi .....	57
3.5.5 Koefisien Determinasi .....	58
3.5.6 Uji Hipotesis .....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	61
4.1.1. Lokasi Penelitian .....	61
4.1.2. Sejarah Singkat Go-Jek .....	61
4.1.3. Visi PT. Go-Jek .....	62
4.1.4. Misi PT. Go-Jek .....	62
4.1.5. Pilar PT. Go-Jek .....	63
4.2. Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan .....	63
4.2.1. Karakteristik Responden .....	63
4.2.2. Analisis Per Variabel .....	66
4.2.2.1. Kualitas Pelayanan Elektronik ( $X_1$ ) .....	66
4.2.2.2. Kepercayaan Elektronik ( $X_2$ ) .....	74
4.2.2.3. Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) .....	82
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	90
4.3.1. Uji Validitas Kuesioner .....	90
4.3.2. Uji Reliabilitas Kuesioner .....	92
4.3.3. Analisis Statistik Deskriptif .....	93
4.3.4. Analisis Model Regresi Linier Berganda .....	94
4.3.4.1. Model Regresi Linier Berganda .....	94
4.3.4.2. Uji Asumsi Klasik .....	96
4.3.4.2.1. Uji Normalitas .....	96
4.3.4.2.2. Uji Multikolinearitas .....	98
4.3.4.2.3. Uji Heteroskedastisitas .....	99
4.3.4.2.4. Uji Autokorelasi .....	100
4.3.5. Analisis Korelasi .....	101



4.3.5.1. Analisis Korelasi Parsial .....	101
4.3.5.2. Analisis Korelasi Simultan .....	102
4.3.6. Analisis Koefisien Determinasi .....	103
4.3.7. Uji Hipotesis .....	104
4.3.7.1. Uji Statistik <i>t</i> .....	104
4.3.7.2. Uji Statistik <i>f</i> .....	106
4.4. Pembahasan .....	107
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan .....	110
5.2. Saran .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	115
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	14
2.	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	43
3.	Alternatif Jawaban Menurut Skala Likert .....	49
4.	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	51
5.	Interval Koefisien Tingkat Hubungan Linier .....	58
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	64
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	64
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
10.	Go-Jek memiliki mitra <i>driver</i> yang tersebar luas di seluruh Indonesia sehingga sistem Go-Jek dalam menentukan pengemudi sangat cepat dan dekat dengan lokasi pemesanan .....	66
11.	Pemesanan ojek motor berbasis online milik Go-Jek sangat cepat dalam menentukan lokasi tujuan ataupun mendapatkan pengemudi sehingga saya tidak menunggu terlalu lama .....	67
12.	Kemudahan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek .....	68
13.	Go-Jek memiliki sistem GPS yang akurat dalam pemesanan lokasi sesuai dengan tujuan .....	68
14.	Tidak terdapat hambatan pada aplikasi Go-Jek saat melakukan pemesanan.....	69
15.	Go-Jek memiliki sistem yang sesuai dengan rute tempuh yang diminta .....	70
16.	Menurut saya, aplikasi Go-Jek memberikan layanan jasa ojek motor berbasis online yang dapat dipercaya .....	70
17.	Sistem Go-Jek memenuhi janji dalam hal pengurangan biaya perjalanan pada saat terdapat promo di acara-acara tertentu .....	71
18.	Selama saya menggunakan Go-Jek, data pribadi saya terlindungi .	72
19.	Selama saya menggunakan Go-Jek, data transaksi setiap perjalanan terlindungi .....	72
20.	Indikator Kualitas Pelayanan Elektronik ( $X_1$ ) .....	73

21.	Saya percaya Go-Jek menetapkan tarif pada saat memesan layanan sesuai dengan harga yang diterapkan .....	74
22.	Saya bersedia membayar terlebih dahulu dengan Go-Pay walaupun belum mendapatkan pengemudi atau belum sampai ke tujuan .....	75
23.	Percaya pengemudi yang akan mengantar saya sesuai dengan tujuan yang tercantum saat pemesanan .....	76
24.	Saya percaya untuk menyerahkan data pribadi saya (KTP) yang diminta oleh Go-Jek dalam memenuhi permintaan .....	76
25.	Saya percaya data personal akan dijamin oleh Go-Jek secara keseluruhan .....	77
26.	Saya percaya bahwa Go-Jek akan melindungi privasi setiap pelanggan .....	78
27.	Saya percaya bahwa Go-Jek akan selalu memenuhi janji yang diberikan .....	78
28.	Saya percaya bahwa para pengemudi yang di <i>recruit</i> oleh PT. Go-Jek adalah pengemudi motor yang profesional dalam bidangnya serta memiliki kelengkapan surat dalam berkendara ....	79
29.	Pelayanan yang diberikan Go-Jek selalu sesuai dengan platform/visi .....	80
30.	Saya percaya bahwa Go-Jek akan menjamin keamanan pelanggannya untuk tiba sampai tujuan .....	80
31.	Indikator Kepercayaan Elektronik ( $X_2$ ) .....	81
32.	Saya selalu memakai kembali layanan jasa ojek motor berbasis online milik PT. Go-Jek karena pelayanannya yang baik dan berkualitas .....	82
33.	Saya tidak akan beralih ke perusahaan pesaing Go-Jek walaupun perusahaan tersebut menawarkan promo yang sangat menarik .....	83
34.	Saya puas dengan empati yang ditunjukkan oleh pengemudi Go-Jek ketika terdapat masalah saat pemesanan .....	84
35.	Saya puas dengan tanggapan dan solusi dari PT. Go-Jek ketika terdapat masalah pada akun saya .....	84
36.	Acara yang pernah diadakan oleh Go-Jek sangat kreatif dan menghibur .....	85
37.	Saya merasa bangga menggunakan aplikasi Go-Jek karena memudahkan dan buatan dalam negeri .....	86
38.	Saya mendukung keberadaan ojek motor berbasis online PT. Go-Jek di DKI Jakarta tepatnya Kelurahan Ulujami, Jakarta Selatan .....	86

39.	Saya puas dengan inovasi yang dilakukan PT. Go-Jek dalam pembaruan sistem layanan ojek motor berbasis online .....	87
40.	Saya menganjurkan orang terdekat untuk menggunakan aplikasi Go-Jek sebagai alat transportasi karena aman dan mudah .....	88
41.	Saya membagikan aplikasi Go-Jek kepada orang lain melalui media sosial karena kualitas pelayanan elektronik yang dimiliki PT. Go-Jek sangat bagus .....	88
42.	Indikator Kepuasan Pelanggan (Y) .....	89
43.	Uji Validitas Variabel $X_1$ (Kualitas Pelayanan Elektronik) .....	91
44.	Uji Validitas Variabel $X_2$ (Kepercayaan Elektronik) .....	91
45.	Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) .....	92
46.	Hasil Uji Reliabilitas .....	92
47.	Analisis Deskriptif Statistik .....	93
48.	Regresi Linier Berganda .....	95
49.	Uji Normalitas .....	96
50.	Uji Multikolinieritas .....	98
51.	Hasil Uji Autokorelasi .....	100
52.	Koefisien Korelasi Parsial .....	101
53.	Koefisien Korelasi Parsial .....	102
54.	Hasil Koefisien Korelasi Berganda .....	103
55.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). .....	104
56.	Uji Statistik t (parsial) .....	105
57.	Uji Statistik F (simultan) .....	106

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Grafik Pesanan dan Pengguna Transportasi <i>Online</i> .....	4
2.	Customer Path Sebelum Terdapat Media Sosial .....	22
3.	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	39
4.	Garis Kontinum .....	52
5.	<i>Normal P-Plot of Regression Standarized Residual Normal P-Plot of Regression Standarized Residual</i> .....	97
6.	<i>Scatterplot</i> .....	99

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner .....	1/30
2.	Data Kuesioner 2019: Karakteristik Responden .....	6/30
3.	Tabulasi Data Kuesioner 2019: Pernyataan Responden .....	9/30
4.	Hasil Output Uji Validitas SPSS 2.0 .....	18/30
5.	Uji Reliabilitas Output SPSS 2.0 .....	21/30
6.	Uji Deskriptif Statistik .....	22/30
7.	Analisis Model Regresi Linier Berganda .....	22/30
8.	Uji Asumsi Klasik.....	22/30
9.	Analisis Korelasi .....	25/30
10.	Analisis Koefisien Determinasi.....	26/30
11.	Hasil Uji Statistik .....	26/30
12.	Tabel r (df=101-134) .....	27/30
13.	Tabel t (df=80-120) .....	28/30
14.	Tabel f (df= 91-130) .....	29/30
15.	Surat Tugas .....	30/30



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan sebuah negara berkembang yang kondisi perekonomiannya saat ini dalam fase baik. Maka dari itu menurut Wimboh Santoso selaku Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengatakan bahwa tahun 2018 adalah saat yang tepat bagi dunia usaha untuk memajukan bisnisnya. Wimboh juga menuturkan, pada tahun lalu pertumbuhan ekonomi Indonesia pada saat itu hanya mencapai 5,07% padahal nilai inflasi indeks harga konsumen (IHK) mencapai titik terendah dalam sejarah yaitu 3,18%. Menurutnya, kedua indikator tersebut merupakan kunci bagi Indonesia dapat mencatatkan pertumbuhan ekonomi yang lebih pesat. Peralpnya, inflasi sudah dalam kondisi yang rendah sehingga dapat mendorong pertumbuhan. (Kompas.com, 2018).

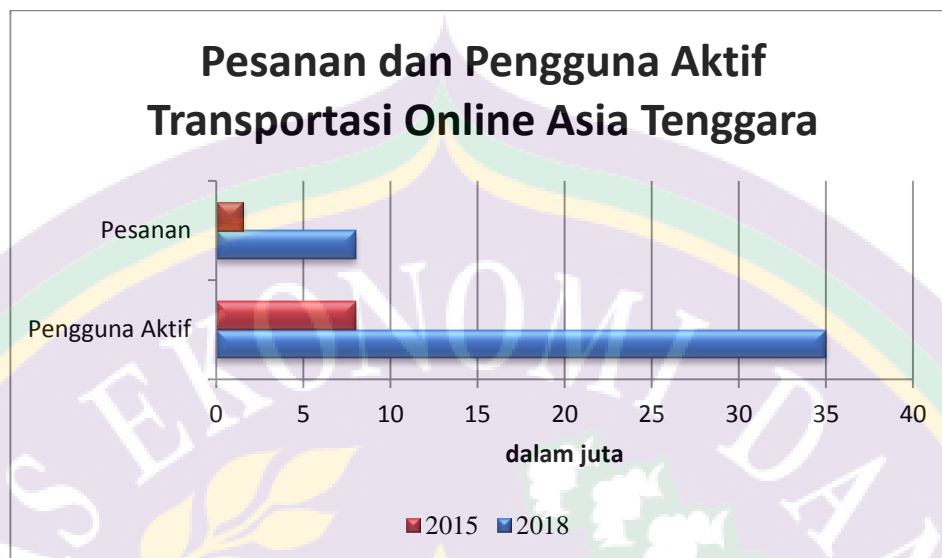
Salah satu bisnis yang selalu ada pelanggan yaitu jasa angkutan umum sebab transportasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Hampir semua aspek kehidupan akan berhubungan dengan transportasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), transportasi merupakan perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat yang lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Zaman sekarang, transportasi bukan hanya dari pihak pemerintah namun pihak swasta juga ikut terlibat didalamnya. Oleh karena itu, jumlah transportasi dari tahun ke tahun semakin bertambah banyak tak terkecuali transportasi darat

sehingga menyebabkan kemacetan. Motor merupakan transportasi yang sangat efektif dan efisien dalam masalah kemacetan karena desainnya yang ramping sehingga dapat melewati kemacetan dan melewati jalan sangat kecil yang tidak dapat dilewati oleh kendaraan darat lainnya. Penelitian yang dilakukan pada kalangan mahasiswa ITB menghasilkan, moda transportasi angkutan pribadi khususnya sepeda motor dianggap paling efektif dalam memenuhi kebutuhannya untuk mencapai kampus, meskipun biaya perjalanan yang dikeluarkan lebih mahal dari pada menggunakan angkutan umum. Oleh karena itu, transportasi ojek banyak diminati oleh masyarakat kebanyakan. (Nugrayolanda, 2016).

Selain itu, perkembangan teknologi juga dari tahun ke tahun semakin canggih sehingga jaman sekarang semua aspek kehidupan manusia berhubungan erat dengan teknologi. Menurut Setiyanto (2016: 150) Pemanfaatan teknologi bukan hanya di bidang komunikasi saja tetapi teknologi dimanfaatkan pada bidang pendidikan, ekonomi, pertanian, keamanan, transportasi dan lain-lain. Menurut Cronin *dalam* Rachman dan Napitipulu (2003), pemanfaatan internet sebagai media dalam melakukan kegiatan bisnis diyakini tidak hanya memberikan manfaat strategis, tetapi juga dapat meningkatkan efisiensi dalam operasional serta profit. Pengguna internet mengalami pertumbuhan yang pesat di seluruh dunia. Khusus di Indonesia, pengguna internet mengalami peningkatan dalam 15 tahun terakhir yaitu dari 2 juta pengguna Tahun 2000 menjadi 78 juta pengguna internet pada Tahun 2015 (internetworldstats 2016). Penggunaan internet dalam kegiatan bisnis juga mengalami perkembangan yang pesat yang ditunjukkan oleh peningkatan jumlah *e-commerce* baik dalam bentuk toko online maupun bisnis

berbasis internet lainnya. Potensi pasar *e-commerce* di Indonesia mengalami perkembangan dari Rp. 8,325 trilyun pada Tahun 2011 menjadi Rp. 100 trilyun pada Tahun 2015 (BPS 2016). (Rachman dan Napitipulu, 2016). Oleh sebab itu, memiliki jiwa pebisnis mengantarkan Nadiem Makarim mendirikan PT. Go-Jek Indonesia dimana PT. Go-Jek Indonesia adalah sebuah perusahaan yang menggabungkan perkembangan teknologi dengan transportasi. Penyedia jasa transportasi ojek ini berkembang pesat setelah meluncurkan aplikasi di ponsel pada awal 2015. ([Tribunnews.com](http://Tribunnews.com), 2015). Pengamat transportasi dari Masyarakat Transportasi Indonesia (MTI) Djoko Setijowarno menilai adalah hal positif bila sudah ada pemerintah daerah ikut menata ojek online (ojol) sebab terlambatnya upaya pemerintah untuk segera merevitalisasi kendaraan angkutan umum menjadi celah pengusaha untuk memanfaatkan transportasi sebagai peluang usaha yang memberikan inovasi, sarana dan fasilitas yang dapat digunakan oleh konsumen maupun perusahaan dalam memasarkan atau menarik minat konsumen salah satunya yaitu memanfaatkan aplikasi transportasi berbasis *online*. ([Antaraneews.com](http://Antaraneews.com), 2018).

Lalu penggunaan transportasi *online* seiring tahun meningkat. Berikut adalah grafik pesanan dan penggunaan aktif transportasi *online* di kawasan Asia Tenggara.



**Gambar 1**

**Grafik Pesanan dan Pengguna Transportasi Online**

Sumber: Databoks, KataData Indonesia, 2018

Hal ini membuktikan bahwa pesanan menggunakan transportasi *online* di kawasan Asia Tenggara diperkirakan mencapai 8 juta/hari dimana pada tahun 2015 pesanan hanya mencapai 1,5 juta/hari. Begitu pula dengan penggunaan aktif transportasi *online* juga meningkat 4 kali yang pada tahun 2015 hanya 8 juta orang yang aktif menggunakan transportasi *online*, kini di tahun 2018 penggunaan transportasi *online* menjadi 35 juta pengguna aktif. Melalui *Gross Merchandise Value* (GMV), transportasi di kawasan Asia Tenggara mencapai US\$ 7,2 miliar, nilai tersebut terdiri atas US\$ 5,7 miliar layanan antar makanan dan US\$ miliar layanan transportasi *online*. GMV transportasi *online* tersebut diperkirakan melonjak menjadi US\$ 28 miliar pada 2025. GMV transportasi *online* di Indonesia mencapai US\$ 3,7 miliar pada 2018 dan akan melonjak menjadi US\$ 14 miliar pada 2025. Nilai pasar transportasi di tanah air merupakan yang terbesar dibanding negara-negara di kawasan Asia Tenggara karena disebabkan jumlah

penduduk yang besar serta pertumbuhan pengguna internet menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar ekonomi internet. (databoks.katadata.co.id, 2018).

Namun, banyak sekali perusahaan yang mendirikan jasa ojek motor berbasis *online* sehingga Go-Ride milik PT. Go-Jek Indonesia memiliki saingan yang kuat seperti PT. Grab Indonesia. Oleh karena itu PT. Go-Jek tetap berupaya agar selalu memberikan kepuasan terhadap jasa ojek motor mereka. Saat ini, PT. Go-Jek memiliki beberapa pelayanan yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggannya seperti: (1) Tampilan baru, kecepatan tampilan baru, dan kecepatan akses lebih cepat sehingga pengalaman pemesanan Go-Ride semakin cepat dan mudah dalam mendapatkan driver dengan beberapa klik saja., (2) Lebih dari 200 ribu *driver* yang dimiliki PT. Go-Jek Indonesia. Dengan jumlah mitra *driver* paling tinggi di Indonesia, *driver* Go-Jek siap mengantarkan konsumen kemanapun dan kapanpun, (3) Aman dan nyaman, *driver* Go-Ride akan selalu untuk memberikan keamanan dan kenyamanan selama berkendara, dan (4) Kemudahan pembayaran. Tidak perlu khawatir soal uang kembalian atau membawa uang tunai, dengan Go-Pay layanan berkendara semakin praktis. Top-Up saldo Go-Pay dengan mudah dan instan lewat ATM mobile banking dan internet banking. (go-jek.com, 2017). Namun, dalam beberapa hal terdapat masalah yang dapat membuat pelanggan tidak merasa nyaman yang akhirnya pelanggan tidak merasa puas lalu tidak ingin menggunakan jasa tersebut seperti sistem IT yang terkendala saat hujan, *driver* yang tidak ramah, dan yang terjadi baru-baru ini saldo Go-Pay terpotong tanpa ada kejelasan pemakaiannya dimana telah dikutip oleh portal berita *online*. Dalam berita tersebut, pihak Go-Jek pun

sudah menanggapi kasus dengan memberikan klarifikasi bahwa saldo Go-Pay terpotong karena telah digunakan untuk transaksi voucher *game online*. (Detik.com, 2019).

Menurut Yang & Fang *dalam* Berlianto (2004), Untuk berhasil dan bertahan dalam kompetisi yang sengit ini, penyedia layanan dalam jaringan (daring) harus memiliki keunggulan kompetitif dan memberikan kualitas layanan yang superior, yang lebih baik daripada layanan yang diberikan oleh pesaingnya. (Berlianto, 2016). Kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan setia dan enggan berpindah menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh para pesaing. Ini terbukti dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartono dan Nikijuluv pada pengunjung Mal Artha Gading dimana hasil kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian memiliki pengaruh yang cukup kuat. (Hartono dan Nikijuluv, 2017). Selain memberikan layanan yang baik, juga penting untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan karena kepercayaan merupakan faktor penting dalam interaksi bisnis-pelanggan dan merupakan aspek penting dalam perdagangan elektronik. (Grabner-Krauter & Faullant, 2016). Penelitian Ario et al. *dalam* Santika dan Pramudana (2016), menunjukkan bahwa peningkatan *e-service quality* (kualitas pelayanan elektronik) akan meningkatkan kepuasan pelanggan (*e-satisfaction*) dan meningkatkan loyalitas pelanggan (*e-loyalty*). (Santika dan Pramudana, 2018). Lalu penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dan Septiani (2017) menunjukkan variabel *electronic trust* (kepercayaan elektronik) mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, pentingnya mengetahui dan memahami variabel kualitas pelayanan elektronik dan kepercayaan elektronik



yang dilakukan PT. Go-Jek Indonesia tersebut, konsumen dapat merasa puas memakai jasa ojek motor Go-Ride dan akan terus-menerus menggunakan jasa-jasa lainnya yang ditawarkan oleh PT. Go-Jek Indonesia, seperti Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Box, Go-Tix, Go-Med, Go-Deals, Go-Food Festival, Go-Massage, Go-Clean, Go-Clam, Go-Auto, Go-Mart dan lain sebagainya.. Berdasarkan paparan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Electronic Quality Service dan Electronic Trust Terhadap Customer Satisfaction pada Jasa Ojek Motor Berbasis Online PT. Go-Jek di Kelurahan Ulujami”**.

## **1.2. Permasalahan**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis menguraikan identifikasi masalah antara lain :

1. Apakah Kualitas Pelayanan Elektronik berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa ojek motor berbasis online PT. Go-Jek di Kelurahan Ulujami?
2. Apakah Kepercayaan Elektronik berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa ojek motor berbasis online PT. Go-Jek di Kelurahan Ulujami?
3. Apakah Kualitas Pelayanan Elektronik dan Kepercayaan Elektronik berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa ojek motor berbasis online PT. Go-Jek di Kelurahan Ulujami?

### **1.2.2. Pembatasan Masalah**

Untuk tercapainya tujuan penelitian dengan hasil yang diharapkan dapat maksimal, maka penulis membatasi permasalahan pada ruang lingkup Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik dan Kepercayaan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa ojek motor berbasis online PT. Go-Jek di Kelurahan Ulujami.

### **1.2.3. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan permasalahannya adalah sebagai berikut :

“Adakah Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik dan Kepercayaan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa ojek motor berbasis online PT. Go-Jek di Kelurahan Ulujami”.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa ojek motor berbasis online PT. Go-Jek di Kelurahan Ulujami.
2. Mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kepercayaan Elektronik secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa ojek motor berbasis online PT. Go-Jek di Kelurahan Ulujami.
3. Mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik dan Kepercayaan Elektronik secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa ojek motor berbasis online PT. Go-Jek di Kelurahan Ulujami.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Bagi Dunia Akademik

Penelitian ini untuk pengembangan ilmu pengetahuan dengan cara menguji kebenaran suatu teori atau menciptakan teori baru.

##### 2. Manfaat Bagi Mahasiswa

Penelitian ini merupakan sarana untuk memperluas wawasan dan tambahan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran, dan juga agar penulis dapat membandingkan teori ilmu pengetahuan yang diperoleh selama kuliah dengan hasil yang dapat diperoleh melalui penelitian ini.

##### 3. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini berguna bagi perusahaan sebagai salah satu dasar pertimbangan pentingnya pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik dan Kepercayaan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa ojek motor berbasis online PT. Go-Jek di Kelurahan Ulujami.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin. (2016). *Internet banking service quality and itsimplication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. International Journal of Bank Marketing*, 34 (3), 280–306.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Alsa, Asmadi. (2007). *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Berlianto, Margaretha Pink. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan E-, Kepuasan E-, Kepercayaan E- Terhadap Kesetiaan E- Pada Gojek. Business Management Journal*. 13 (1).
- Buchory, Herry dan Saladin, Dajslim. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Buku Panduan Skripsi Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
- Fadillah, Dicky Kustrianto. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Nilai Pelanggan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Traveloka)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah. Jakarta. Skripsi.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21. Edisi Tujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovani, Apostolos, N., & Athanasopoulou, P. (2014). *Gaining Customer Loyalty in The E-Tailing Marketplace: The Role of E-Service Quality, E Satisfaction and E-Trust*. 9(3), 288-304.
- Hartono, Bambang Dwi dan Johny E. P. Nikijuluv. (2017). *Creating Consumer Purchase Decision: Analysis of Brand Image, Service Quality and Marketing Communication (A Case Study on Mal Artha Gading/MAG Jakarta. International Journal of Advanced Research (IJAR)*, 5 (3), 946 956.
- Hartono, Jogiyanto. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 6. Yogyakarta: BPFE.
- Hasan, Ali. (2009). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.

- Hery. (2013). *Cara Cepat dan Mudah Memahami Pengantar Manajemen*. Jakarta: Gaya Media.
- Jonathan, H. (2013). *Analisis Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction yang Berdampak pada Customer Loyalty PT Bayu Buana Travel Tbk. The Winners*, 14(2), 104-112.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Benyamin Molan & Bambang Sarwiji, Penerjemah). Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- \_\_\_\_\_. (2008). *Marketing Management*. Edisi 11. New Jersey: Prentice Hall Int'l.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan S. (2017). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary,. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Principles of Marketing*. Edisi 15. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller, K., Lane,. (2013). *Marketing Management*. Edisi 14. England: Pearson Education Limited.
- \_\_\_\_\_. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Pertama. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Mei-Hui Chen, Kune-Muh Tsai, Ying-Chiech Hsu dan Kuan-Yin Lee. (2013). *E service Quality Impact on Online Customer's Perceived Value and Loyalty. China-USA Business Review*. 12 (5), 473-485.
- Nugrayolanda, Febby. (2016). *Moda Transportasi yang Efektif dan Efisien bagi Mahasiswa ITB. Prosiding Temu Ilmiah IPLBI*. 197-202.
- Nurianda, Mellizya Pita. (2017). *Kualitas Layanan Elektronik di Perpustakaan Kampus B UNAIR Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Kualitas Layanan Elektronik Journal di Perpustakaan Kampus B UNAIR Surabaya)*.
- Prisanti, Mega D., Suyadi, Imam dan Arifin, Zainul,. (2017). *Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Satisfaction Serta Implikasinya Terhadap E-Customer Loyalty. Journal of Business Studies*, 2 (1), 19-38.

- Purnami, Ni Made dan Nurcaya, I Nyoman. (2015). *Pengaruh E-Trust, Perceived Usefulness dan E-Satisfaction Terhadap Online Repurchase Intention. Seminar Nasional Sains dan Teknologi (Sesnatek)*, 2-8.
- Rachman, Taufiq, Nur dan Napitipulu, Darmawan. (2016). *Model Kualita e-Service dengan Pendekatan Meta-Etnografi (E-Service Quality Model Using Meta-Ethnography Approach. IPTEK-KOM*, 18 (2), 81-97.
- Rangkuti, Fredy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Managemen Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, Stephens, P., dan Mary, Coulter. (2010). *Manajemen*. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga.
- Santika, I, Wayan dan Pramadana, Komang, A.G. (2018). *Peran Mediasi E Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel di Bali. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 1 (3), 278-289.
- Sasongko, Felita & Subagio, Hartono,. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet RIA. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1 (2), 1-7.
- Setiawan, E., & Septiani, S. (2018). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Moda Transportasi Grab di Tangerang Selatan. Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 2(1).
- Setiyanto, Danu Aris. (2016). *Sebuah Catatan Sosial Tentang Ilmu, Islam, dan Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Siswanto. (2009). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-20. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Suhaji, Indra Aditia. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD Pandan Wangi Semarang. Jurnal Widyamanggala*, 1-19.



- Susanto, Ady Susanto. (2018). *Pengaruh e-Satisfaction & e-Trust Konsumen Hotel Terhadap Online Repurchase Intention di Traveloka*. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6 (1), 54-65.
- Tiofilus, & Trisya, Liana,. (2016). *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Nilai Jasa yang Diterima dan Kepuasan Konsumen (Studi Empiris: Aplikasi GO-JEK)*. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5 (1), 33-44.
- Tjiptono, Fandi dan Chandra, Gregorius,. (2016). *Service Quality dan Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy et al., (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran*. Malang: Bayumedia.
- Zeithaml, Valerie, A., dan Bitner, Marry, J. (2010). *Service Marketing*. New York: McGraw Hill Inc.
- Antara News. (2018). *Nilai Positif Pemda Tata Ojol*. (diambil pada tanggal 27 November 2018, dari <https://www.antaranews.com/berita/729513/pengamat-nilai-positif-pemda-tata-ojol>).
- Detik.com. (2019). *“Saldo Go-Pay Terpotong Tanpa Ada Kejelasan Peruntukannya”*. (Diambil pada Tanggal 28 Januari 2019, dari [https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4360735/saldo-gopay-terpotong-tanpa-ada-kejelasan-peruntukannya?\\_ga=2.191391914.1863515589.15487396801716584109.150834202](https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4360735/saldo-gopay-terpotong-tanpa-ada-kejelasan-peruntukannya?_ga=2.191391914.1863515589.15487396801716584109.150834202)).
- Go-jek. (2017). *Go-Ride*. (Diambil pada tanggal 27 November 2018), dari <https://www.go-jek.com/go-ride/>.
- Katadata.co.id. (2018). *“Pesanan Transportasi Online di Kawasan Asia Tenggara Mencapai 8 Juta Kali/Hari”*. (Diambil pada tanggal 11 Desember 2018, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/12/07/pesanan-transportasi-online-di-kawasan-asia-tenggara-mencapai-8-juta-kalihari>).
- Tribun News. (2018). *Ini Cerita Nadiem Makarim Mendirikan Go-Jek*. (diambil pada tanggal 27 November 2018, dari <http://www.tribunnews.com/bisnis.2015/07/29/ini-cerita-nadiem-makarim-mendirikan-go-jek>).