

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Aplikasi, Dan Jumlah Armada
Terhadap Keputusan Konsumen
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)**

¹Muhammad Nur Muzakki

²Muhammad Mansur

³Muhammad Khoirul Anwaruddin Broto Suharto

Email : nurmuzakki11@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

Abstract

This Study Aims To Determine The Effect Of Service Quality, The Effect Of Ease Of Application, And The Effect Of Fleet Numbers Partially And Simultaneously On Consumer Decisions In Choosing Online Motorcycle Taxi Services (Studies On Grabbike Consumers At Islamic University Of Malang. Population And Sample Are Grabbike Consumers At Islamic University Of Malang Data Analysis In This Study Uses SPSS Version 20. The Technique Of Sampling In This Study Uses Quantitative Methods, Quantitative Data Itself Is Data Measured In A Numerical Scale (Numbers), Which Can Be Divided Into Interval Data And Ratio Data. Regression Coefficient And Simultaneous Service Quality, Ease Of Application, And Number Of Fleets Have A Positive Effect On Consumer Decision.

Keywords: The Influence Of Service Quality, The Effect Of Ease Of Application, The Influence Of The Number Of Fleets.

Latar Belakang

Jasa transportasi menjadi sarana yang dibutuhkan pada era kehidupan masyarakat saat ini, karena dengan transportasi dapat memperlancar aktivitas sehari-harinya. Pada saat ini transportasi dibutuhkan dalam berbagai aktivitas seperti bersekolah, bekerja, bepergian ataupun aktivitas sehari-hari lainnya. Jasa Ojek telah ada di masyarakat Indonesia sejak lama, dan sekarang fenomena mengenai transportasi ojek online yang menjadi terkenal yaitu Grab. Melalui ponsel smartphone kita Grab dapat di pesan, hampir mencapai puluhan ribu Grab tersebar di Kota-Kota besar di seluruh Indonesia, salah satunya di Kota Malang.

PT. Grab Indonesia belakangan ini mulai memiliki kompetitor namun merek Grab telah dikenal dalam masyarakat luas. Di Malang sendiri perusahaan ojek online sudah mulai bermunculan dan telah aktif beroperasi tentunya dengan memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda, contohnya pesaing terkuatnya yaitu Go-Jek. Meskipun Go-Jek dan Grab dalam pelayanan jasanya memiliki banyak kesamaan, namun Grab saat ini memiliki jenis layanan yang lebih beragam, serta lebih ekonomisnya harga yang ditawarkan.

Sadar dengan minat pasar yang tinggi akan penggunaan dari layanan ojek online para pengusaha ojek online terus meningkatkan layanan dan jumlah armada ojek online tersebut, hal ini nyatanya disambut sangat baik oleh masyarakat Indonesia khususnya Kota Malang. Kehadiran Grab menurut masyarakat dianggap sebagai bentuk alternatif dalam penggunaan jasa transportasi online, terutama Grab yang menawarkan bermacam keunggulan fasilitas untuk mempermudah akses bagi pengguna layanan tersebut. Namun, hadirnya ojek online memunculkan permasalahan di masyarakat. Konflik atau masalah muncul sebagai akibat dari kehadiran Grab sebagai salah satu inovasi pangkalan ojek trendi.

Alasan mengapa orang saat ini lebih suka menggunakan jasa layanan Grab sebagai ojek online yaitu penilaian masyarakat yang menyatakan bahwa ojek online lebih praktis serta efisien daripada ojek klasik, pengguna bisa memesan melalui via internet tanpa harus langsung turun ke lapangan untuk mencari ojek.

Faktor yang menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan terhadap produk jasa transportasi adalah pelayanan. Dengan didukung dari peneliti terdahulu maupun peneliti lainnya bahwa kualitas layanan mendapatkan hubungan yang positif (+) dengan tingkat kepercayaan. Kaitannya dengan hal tersebut karena Grab menggunakan driver sebagai frontend employee yang bertatap muka langsung dengan konsumen, sehingga layanan yang diberikan oleh driver menentukan kualitas layanan dari Perusahaan itu sendiri. Dari penelitian ini dapat bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan aplikasi, dan jumlah armada terhadap keputusan konsumen Grab Mahasiswa Universitas Islam.

Malang, serta menganalisis variabel (kualitas pelayanan, kemudahan aplikasi, dan jumlah armada) yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen Grab Mahasiswa Universitas Islam Malang.

Faktor yang menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan terhadap produk jasa transportasi adalah pelayanan. Hal ini didukung oleh peneliti lain bahwa kualitas layanan terdapat hubungan yang *positif* dengan tingkat kepercayaan. Kaitannya dengan hal tersebut karena Grab menggunakan *driver* sebagai *frontend employee* yang berhadapan dengan konsumen, sehingga layanan yang diberikan oleh *driver* menentukan kualitas layanan dari Grab itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan aplikasi, dan jumlah armada terhadap keputusan konsumen Grab Mahasiswa Universitas Islam Malang, serta menganalisis variabel (kualitas pelayanan, kemudahan aplikasi, dan jumlah armada) yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen Grab Mahasiswa Universitas Islam Malang.

Rumusan Masalah Dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas layanan, kemudahan aplikasi dan jumlah armada berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa ojek *online* pada konsumen Grab di Universitas Islam Malang. Dari rumusan masalah ini penelitian mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan aplikasi dan jumlah armada

terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa transportasi ojek *online* pada konsumen Grab di Universitas Islam Malang.

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini bagi perusahaan yaitu diharapkan mampu menjadi dasar pertimbangan perusahaan dan bagi pihak lain dapat dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

Kerangka Teoritis Dan Pengembangan Hipotesis

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan disebut dengan Kualitas pelayanan. Definisi diatas dapat dikatakan bahwa jika kualitas layanan bergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam merealisasikan permintaan konsumen secara konsisten. Kualitas yang baik berhubungan dengan kepuasan konsumen, begitu pula timbal balik konsumen pada perusahaan. Seiring berjalannya waktu, perusahaan dapat lebih memahami keinginan konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen dengan memaksimalkan pengalaman ramah konsumen dan meminimalkan pengalaman pelanggan. Kurang menyenangkan.

Kemudahan Aplikasi

Harlan (2014:39). Kemudahan Penggunaan diartikan sebagai seorang akan bebas dari usaha jika menggunakan sistem tertentu. Oleh karena itu seseorang yang percaya bahwa sebuah teknologi mudah digunakan, maka orang tersebut akan menggunakannya. Sehingga variabel kemudahan mengindikasikan sebuah sistem dibuat tidak untuk mempersulit pemakainya, melainkan dibuat dengan tujuan memberikan kemudahan.

Jogiyanto (2007:115), “Kemudahan Penggunaan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha”. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah diaplikasikan, maka mereka akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi rumit untuk diaplikasikan, maka mereka tidak akan menggunakannya.

Jumlah Armada

Menurut Munawar (2005:45), Jumlah armada yang benar setelah persyaratan sulit yang dapat dilakukan adalah kuantitas lebih dekat dengan ukuran permintaan. Ketidakpastian dikarenakan pergerakan populasi sepanjang waktu yang tidak merata, misalnya selama periode puncak dengan permintaan tinggi dan dalam periode permintaan rendah.

Adapun dasar-dasar perhitungan meliputi aspek-aspek berikut , pertama Faktor Muat (load faktor), perbandingan antara kapasitas tersedia dan kapasitas terjual dalam satu perjalanan dalam satuan persen (%), kedua Kapasitas kendaraan adalah daya

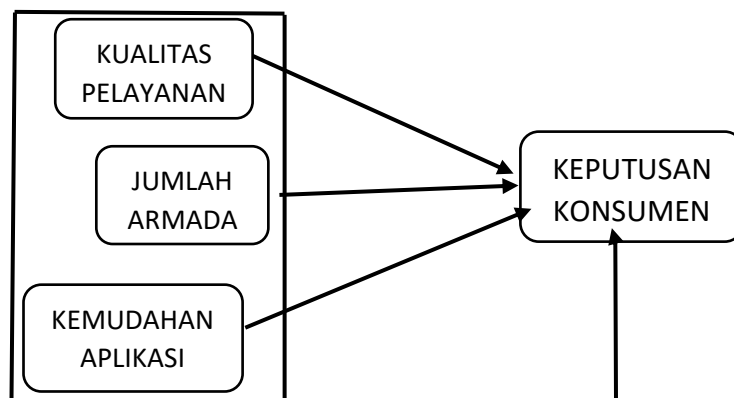
tampung beban pada setiap kendaraan yang beroperasi. Kapasitas tampung kendaraan tiap jenis angkutan yang beroperasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan fase dalam proses keputusan pembelian sebelum memberikan tindakan pasca pembelian. Konsumen dihadapkan beberapa jenis alternatif yang ada saat memasuki tahap pengambilan keputusan pembelian sebelumnya, sehingga akan mengambil langkah untuk memutuskan menggunakan produk atas dasar pilihan yang ditunjukkan. Menurut Kotler & Armstrong (2016:177), “Consumer behavior is the study of how individual, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants.” Kesimpulan dalam pernyataan tersebut ialah bagaimana tindakan individu, kelompok, maupun organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan memenuhi barang, jasa, ide atau pengalaman dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Hal inilah yang disebut keputusan pembelian.

Sebuah Keputusan pembelian tidak terpisahkan dari sifat konsumen (perilaku konsumen) yang berbeda dalam melakukan pembelian. Kotler & Armstrong (2016:188), menyatakan keputusan pembelian memiliki dimensi diantaranya: Pilihan Produk, Pilihan Merk, Pilihan Penyalur, Waktu Pembelian, Jumlah Pembelian, Metode Pembayaran.

Kerangka Konseptual



Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : kualitas layanan, kemudahan aplikasi dan jumlah armada berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen.

H2 : kualitas layanan, kemudahan aplikasi dan jumlah armada berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen.

Metodologi Penelitian

Jenis, Waktu Dan Lokasi Penelitian

Penelitian merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menemukan jawaban-jawaban atas banyak pernyataan yang timbul, dan jenis penelitian sendiri berfungsi untuk memberi batasan atas penelitian yang dilakukan. Dan penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Dengan tiga variabel independen dan satu variabel dependen, yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, kemudahan aplikasi dan jumlah armada, dan variabel dependen yaitu keputusan konsumen. Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Malang, Jl. Mayjen Haryono Gg. 10 Kelurahan No. 193, Dinoyo, Kota Malang pada bulan April sampai dengan bulan Juni 2019.

Populasi Dan Sampel

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen GrabBike mahasiswa Universitas Islam Malang. Untuk teknik pengambilan sampel yaitu dengan *Accidental Sampling*, menurut sugiyono (2016:38) *Accidental Sampling* adalah “teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan menjadi sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

Definisi Operasional Variabel

Sesuai dengan pokok masalah penelitian, maka berikut adalah variabel yang digunakan dalam penelitian yang meliputi :

Kualitas Layanan

Untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen diperlukan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan sendiri adalah proses dari pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen yang dalam bentuk cara melayani dengan sebaik-baiknya sehingga timbul kepuasan dari konsumen. Indikator antara lain :

- Pegawai jasa ojek online ramah ketika memberikan pelayanan.
- Pegawai jasa ojek online merespon konsumen yang membutuhkan dengan cepat.
- Pegawai jasa ojek online tanggap menanggapi ketika ada keluhan konsumen.
- Pegawai jasa ojek online memiliki kepedulian kepada konsumen.

Kemudahan Aplikasi

Harlan (2014:39). Kemudahan Penggunaan diartikan sebagai seorang akan bebas dari usaha jika menggunakan sistem tertentu. Oleh karena itu seseorang yang percaya bahwa sebuah teknologi mudah digunakan, maka orang tersebut akan menggunakannya. Sehingga variabel kemudahan mengindikasikan sebuah sistem dibuat tidak untuk mempersulit pemakainya, melainkan dibuat dengan tujuan memberikan kemudahan.

Jogiyanto (2007:115), “Kemudahan Penggunaan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha”.

Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah diaplikasikan, maka mereka akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi rumit untuk diaplikasikan, maka mereka tidak akan menggunakannya. Indikator yang digunakan berupa:

- a. *Costummer* dapat mengunduh aplikasi dengan mudah.
- b. *Costummer* dapat menggunakan aplikasi dengan mudah.
- c. *Costummer* mendapatkan panduan penggunaan aplikasi.
- d. *Costummer* tidak merasa kesulitan dalam menggunakan aplikasi.

Jumlah Armada

Menurut Munawar (2005:45), Jumlah armada yang benar setelah persyaratan sulit yang dapat dilakukan adalah kuantitas lebih dekat dengan ukuran permintaan. Ketidakpastian dikarenakan pergerakan populasi sepanjang waktu yang tidak merata, misalnya selama periode puncak dengan permintaan tinggi dan dalam periode permintaan rendah. Indikator yang digunakan berupa :

- a. Jumlah armada yang beroperasi.
- b. Jumlah armada yang dapat ditemukan.
- c. Jumlah armada yang tanggap beroperasi.
- d. Jumlah armada yang loyalitas.

Keputusan Konsumen

Keputusan konsumen Merupakan bentuk tindakan dari konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk atau jasa demi memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Keputusan konsumen juga bisa diartikan sebagai proses penyelesaian suatu masalah dilanjutkan dengan tindakan nyata. Indikator yang digunakan berupa :

- a. Menggunakan jasa ojek online adalah keputusan yang tepat.
- b. Lebih memilih jasa ojek online dari pada jasa yang lain.
- c. *Costummer* mengutamakan menggunakan jasa ojek online.
- d. Menggunakan jasa ojek online lebih dari satu kali.

Hasil

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Layanan	X1.1	0,802	0,2335	Valid
	X1.2	0,66	0,2335	
	X1.3	0,723	0,2335	
	X1.4	0,762	0,2335	
Kemudahan Aplikasi	X2.1	0,808	0,2335	Valid
	X2.2	0,757	0,2335	
	X2.3	0,728	0,2335	
	X2.4	0,701	0,2335	
Jumlah Armada	X3.1	0,734	0,2335	Valid
	X3.2	0,774	0,2335	
	X3.3	0,751	0,2335	
	X3.4	0,753	0,2335	
Keputusan Konsumen	Y.1	0,833	0,2335	Valid
	Y.2	0,792	0,2335	
	Y.3	0,851	0,2335	
	Y.4	0,693	0,2335	

Berdasarkan nilai diatas dapat disimpulkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data instrumen label kualitas layanan, kemudahan aplikasi, jumlah armada dan keputusan konsumen dari penelitian ini adalah valid.

Tabel 2 Uji Realibilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
1	Kualitas layanan	0,719	Reliabel
2	Kemudahan aplikasi	0,734	Reliabel
3	Jumlah armada	0,744	Reliabel
4	Keputusan konsumen	0,804	Reliabel

Berdasarkan Tabel diatas terbukti bahwa *Cronbach's Alpha* $> 0,06$ maka dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur yang dipercaya.

Tabel 3 Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	275.658	3	91.886	33.763	.000 ^a
	Residual	182.342	67	2.722		
	Total	458.000	70			

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diartikan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 33.763 dengan tingkat signifikansi dari hasil uji F sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ maka secara simultan Kualitas Layanan, Kemudaha Aplikasi, dan Jumlah Armada memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen.

Tabel 4 Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.723	1.917		-.899	.372
	x1	.391	.146	.292	2.686	.009
	x2	.372	.136	.303	2.735	.008
	x3	.336	.137	.288	2.457	.017

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan memberitahukan angka t_{hitung} sebanyak 2,686 dan angka signifikansi sebanyak 0,009 angka signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga terdapat pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap keputusan konsumen (Y) Signifikan.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kemudahan aplikasi memberitahukan angka t_{hitung} sebanyak 2,735 dan angka signifikansi sebanyak 0,008 angka signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga terdapat pengaruh kemudahan aplikasi (X2) terhadap keputusan konsumen (Y) Signifikan.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel jumlah armada meberitahukan angka t_{hitung} sebanyak 2,457 dan angka signifikansi sebanyak 0,017 angka signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga terdapat pengaruh jumlah armada (X3) terhadap keputusan konsumen (Y) Signifikan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis menguji hubungan Kualitas Layanan, Kemudahan Aplikasi, dan Jumlah Armada terhadap Keputusan

Konsumen, berdasarkan hasil pengujian yang telah dilaksanakan kualitas layanan, kemudahan aplikasi, dan jumlah armada secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan konsumen GrabBike. Hal ini menunjukkan faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh yang dapat menimbulkan naiknya jumlah konsumen jasa GrabBike dan juga menjadi faktor penting bagi PT. Grab Indonesia dalam meningkatkan jumlah konsumen sekaligus untuk memenangkan dalam persaingan pasar. Jumlah konsumen yang memutuskan menggunakan jasa GrabBike menjadi faktor yang mempengaruhi terjadinya perubahan aktifitas dan situasi pada jasa GrabBike sebab proses pengambilan keputusan tidak serta merta dilakukan secara instan namun melalui pemilihan dan evaluasi atas beberapa pertimbangan berdasarkan pengetahuan sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli produk atau jasa.

Berdasarkan dari hasil penelitian memberitahukan untuk hasil hipotesis menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kualitas layanan, kemudahan aplikasi, dan jumlah armada secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan konsumen jasa GrabBike adapun perinciannya adalah sebagai berikut.

Pertama uji hipotesis menunjukkan positif maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan terhadap keputusan konsumen.

Kedua uji hipotesis menunjukkan positif maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan aplikasi terhadap keputusan konsumen.

Ketiga uji hipotesis menunjukkan positif maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara jumlah armada terhadap keputusan konsumen.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini terdapat pengaruh secara simultan variabel kualitas layanan, kemudahan aplikasi dan jumlah armada terhadap keputusan konsumen dan yang kedua secara parsial kualitas layanan, kemudahan aplikasi dan jumlah armada terhadap keputusan konsumen.

Daftar Pustaka

- Amalia, D. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Rental Mobil CV. Ilham Motor Gandu Mlarak Ponorogo*. Al Tijarah. Vol.1, No.1, 97-114.
- Aptaguna, A., Pitaloka, E. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. Widyakala pp 49-56.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Fermansah, B., Susanta, H., Widiartanto. 2015. *Pengaruh Tarif Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penumpang Dalam Memilih Jasa Transportasi PO. Sumber Alam*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM Program SPSS 23* (edisi ke 8) Cetakan VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harlan, D. 2014. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Beli Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM di Kota Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hair, J. 2006. *Multivariate Data Analysis*. Edisi 5. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan. 2008. *Marketing*. Media Utama, Yogyakarta.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi 1. Cetakan ke-12. Yogyakarta : BPFE.
- Jogiyanto. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi 2007. BPFE. Yogyakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 4, Penerbi PT. Erlangga. Jakarta.
- Mar'ati, Nafisa Choirul., Sudarwanto, T. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online studi pada konsumen go-jek surabaya*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Malhotra. 2005. *Riset Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 4. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Munawar. 2005. *Dasar-Dasar Teknik Transportasi*. Penerbit Beta Offset, Yogyakarta.
- Mutaqin, A. 2006. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Nusantara, Reva Anggun., Sumaryanto., dan Suddin, A. 2018. *Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Persepsi Reputasi Terhadap Loyalitas Menggunakan Jasa Ojek Online*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Vol. 18, No.3, 473-478.
- Puriani, Dewa Ayu Putu Mega., Suardana, I Wayan., Dewi, Luh Gede Leli Kusuma. 2017. *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Memilih Taksi Blue Bird di Bali*. Jurnal IPTA. Vol. 5, No.1.
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Andy, Yogyakarta.
- Umar, H. 2003. *Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

¹Muhammad Nur Muzakki Adalah Alumni FEB Unisma

²Muhammad Mansur Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

³Muhammad Khoirul Anwaruddin Broto Suharto Adalah Dosen Tetap FEB Unisma