

# Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Grab dan Gojek di Masa Pandemi Covid-19

## Analysis of Customer Satisfaction Levels with Grab and Gojek Services during the Covid-19 Pandemic

Jacqueline Waworundeng\*<sup>1</sup>, Green Sandag<sup>2</sup>, Stevanlee Valentino Ngeloh<sup>3</sup>, Arlius Lalong<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup>Informatika; <sup>3,4</sup>Sistem Informasi - Fakultas Ilmu Komputer - Universitas Klabat

Jl. Arnold Mononutu, Airmadidi – Minahasa Utara, Sulawesi Utara

e-mail: <sup>1</sup>jacqueline.morlav@unklab.ac.id, <sup>2</sup>greensandag@unklab.ac.id,

<sup>3</sup>s21610406@student.unklab.ac.id, <sup>4</sup>10913721@student.unklab.ac.id

### Abstrak

*Dalam situasi wabah pandemi Covid-19, penulis tertarik untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Grab dan Gojek. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui manakah layanan yang lebih efektif dan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Grab dan Gojek. Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden mahasiswa Universitas Klabat yang pernah menggunakan aplikasi Grab dan Gojek dengan layanan Grab Food, Grab Express, GoFood dan GoSend pada periode Desember 2020 sampai Februari 2021. Metode analisis yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Hasil analisis layanan Grab dan Gojek terkait variabel reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles terhadap tingkat kepuasan pelanggan, menunjukkan indikator-indikator dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel sesuai dengan kuesioner yang dijalankan. Uji validitas dan reliabilitas menggunakan software IBM SPSS 25. Pada hasil pengukuran untuk semua variabel yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible untuk layanan Grab dengan nilai rata-rata 4.11, dinyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan “puas”. Sedangkan pada hasil pengukuran variabel yang sama untuk layanan Gojek dengan nilai rata-rata 4.37, dinyatakan tingkat kepuasan pelanggan “sangat puas”.*

**Kata kunci-** Kepuasan Pelanggan, Covid 19, Grab, GoJek, Universitas Klabat

### Abstract

*In the current situation of the Covid-19 pandemic outbreak, the author interested in analyzing the level of customer satisfaction with Grab and Gojek. The purpose of this analysis is to find out which services are more effective and to determine the level of customer satisfaction with Grab and Gojek services. This research was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents of Klabat University students who have used the Grab and Gojek applications with specified services, namely Grab Food, Grab Express, GoFood and GoSend in the periode December 2020 to February 2021. The analytical method use is descriptive qualitative. The results of the analysis carried out on the variable reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles for Grab and Gojek on the level of customer satisfaction, show that the indicators in this study are valid and reliable in accordance with the questionnaire. IBM SPSS 25 software is used in testing the validity and reliability. In the measurement results of all the variables of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible in Grab services show the average value of 4.11, it is stated that the level of customer satisfaction is defined as satisfied. Whereas in the measurement results in Gojek services show the average value of 4.37, it is stated that the level of customer satisfaction is defined as very satisfied.*

**Keywords-** Customer Satisfaction, Covid 19, Grab, Go-Jek, Universitas Klabat

## 1. PENDAHULUAN

Peningkatan permintaan jasa transportasi membuat berbagai pengusaha jasa transportasi melakukan berbagai cara untuk meningkatkan pelayanan mereka agar dapat menarik lebih banyak konsumen, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi dengan menyediakan *super app* dengan berbagai fitur seperti layanan transportasi, antar barang atau dokumen, pesan makanan, belanja kebutuhan harian, dan layanan lain dalam satu platform [1].

Para penyedia jasa transportasi menggunakan teknologi untuk membuat jasa transportasi online yang disebut ojek online. Ojek online dapat diakses menggunakan suatu aplikasi seperti Gojek dan Grab. Dua perusahaan ojek online tersebut banyak digunakan di Asia Tenggara [2]. Berdasarkan survei *Spire Research and Consulting* pada 2019 mendapati bahwa konsumen lebih banyak menggunakan layanan Grab dibandingkan Gojek [3]. Selain menyediakan jasa transportasi, terdapat juga layanan pesan antar makanan dan barang. Dengan mobilitas masyarakat yang dibatasi saat pandemi Covid-19, memicu perubahan perilaku konsumen dengan peningkatan transaksi layanan pesan antar makanan dan barang [4].

Kualitas layanan terhadap konsumen sangat menentukan dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan sangat terkait. Seperti dalam beberapa penelitian [5-9], menyajikan tentang pengaruh kualitas layanan dan jasa transportasi online terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan [10] didefinisikan: “*Satisfaction is customer’s evaluation of a product or service itself in terms whether that product or service has made their needs and expectations is assumed to result in dissatisfaction with the product or service*”. Ada 5 dimensi terkait dengan kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles*. *Reliability* menyangkut kemampuan pelayanan yang andal dan akurat sesuai yang dijanjikan; *Responsiveness* terkait dengan kemauan untuk membantu dan segera melayani pelanggan; *Assurance* berhubungan dengan keramahan, pengetahuan, dan kemampuan karyawan agar menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan; *Empathy* merupakan perhatian kepada pelanggan seperti kemampuan mendengarkan, menyesuaikan serta fleksibilitas dalam menyampaikan jasa sesuai permintaan konsumen; *Tangibles* menyangkut penampilan perusahaan, peralatan, pegawai dan hal fisik lainnya.

Sebagai contoh, penyedia layanan yang langsung berinteraksi dengan pelanggan dalam hal ini *driver* Grab dan Gojek harus dapat mengantar pesanan makanan atau barang sesuai permintaan konsumen serta menjaga konsistensi pelanggan. Ketika keinginan terpenuhi, maka akan terjadi kepuasan konsumen terhadap layanan tersebut [10]. Kepuasan konsumen sangat penting bagi suatu perusahaan karena dapat menjaga keberadaan, kelangsungan, juga perkembangan perusahaan kedepannya. Kepuasan konsumen adalah evaluasi terhadap suatu layanan atau barang yang dibeli memberikan hasil yang setidaknya sama atau melebihi dari apa yang diharapkan pelanggan [11].

Dalam layanan yang ditawarkan oleh Grab dan Gojek, terdapat beberapa masalah dalam pemesanan, seperti makanan atau barang yang diantar tidak sesuai pesanan dan proses pengantaran yang terlalu lama atau melebihi waktu yang tertulis dalam aplikasi. Oleh karena itu, penulis menganalisis apakah layanan Grab dan Gojek telah memberikan kepuasan sesuai harapan konsumen ataukah belum sesuai.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dilakukan penelitian untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Grab dan Gojek, yang diawali dengan membagikan kuesioner kepada pengguna layanan Grab dan Gojek. Dari kuesioner, akan dikaji dan diketahui efektifitas layanan dari Grab dan Gojek untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dalam proses pemesanan makanan maupun barang di tengah situasi pandemi Covid-19.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif [12]. Metode ini mendeskripsikan suatu pengamatan fenomena dan substansinya berdasarkan analisis terhadap data yang diperoleh. Analisis data dilakukan dengan Microsoft Excel dan IBM SPSS 25.

### 2.1 Populasi

Populasi merupakan jumlah daerah yang didalamnya ada objek ataupun subjek atau kualitas yang karakteristik ditetapkan oleh peneliti dan digunakan untuk dipelajari dan disimpulkan dalam penelitian [13]. Populasi yang diambil adalah mahasiswa yang berkuliah di Universitas Klabat yang merupakan pengguna Grab dan Gojek khususnya layanan GrabFood, GrabExpress, GoFood dan GoSend.

### 2.2 Sampel

Sampel adalah jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini sampel yang diambil mengacu pada rumus (1) dari Slovin [14].

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \dots \dots \dots (1)$$

$$e = 10\% = 0,1$$

$$e^2 = 0.01$$

$$N = 2791$$

$$n = \text{Jumlah Sampel}$$

$$n = 2791/1+2791(0.01)$$

$$n = 2791/11$$

$$n = 90,9(\text{Responden})$$

$$n = 91 \text{ orang Responden}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Sampel yang diambil dari penelitian ini 10%

Dari rumus ini diambil populasi dari 2791 orang dan jumlah sampel yang akan digunakan 100 orang responden.

### 2.3 Lokasi dan Waktu Pengumpulan Data

Lokasi yang dipilih yaitu di Universitas Klabat terhadap 100 mahasiswa yang merupakan responden kuesioner. Waktu pengumpulan data melalui kuisisioner dimulai dari bulan Desember 2020 sampai bulan Februari 2021.

### 2.4 Instrumen Pengumpulan Data

#### 2.4.1 Data

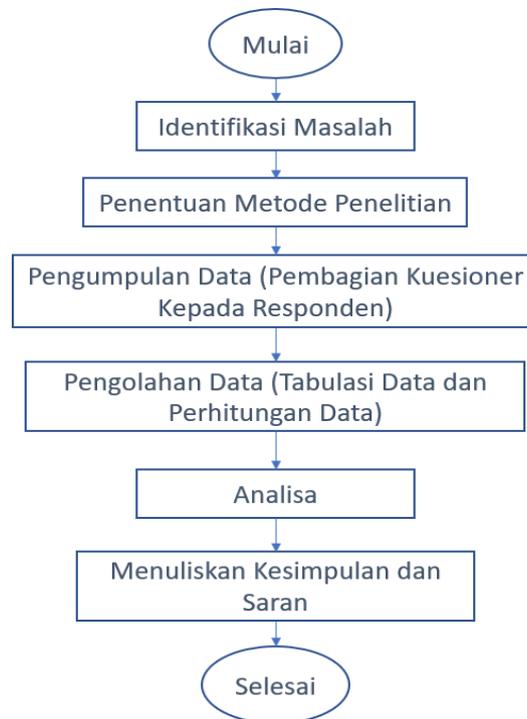
Data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari objek yang diteliti [15], yaitu berdasarkan kuesioner Google Form yang dibagikan kepada pengguna aplikasi Grab dan Gojek, khususnya layanan GrabFood, GrabExpress, GoFood dan GoSend. Pertanyaan kuisisioner disusun berdasarkan variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles*.

#### 2.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui pembagian kuesioner Google Form kepada 100 responden mahasiswa Universitas Klabat yang merupakan pengguna layanan GrabFood, GrabExpress, GoFood, dan GoSend pada periode

### 2.5 Desain Penelitian

Desain penelitian menjelaskan tata cara dalam melakukan penelitian. Gambar 1 menunjukkan desain penelitian.



Gambar 1 Desain Alur Penelitian

Berdasarkan Gambar 1, berikut ini merupakan tahapan yang dilakukan dalam penelitian:

1. Identifikasi masalah. Peneliti mengidentifikasi masalah yang ada serta peluang untuk melakukan penelitian. Peneliti mencari informasi melalui referensi terkait dan observasi untuk mengetahui masalah yang dihadapi pelanggan ketika menggunakan aplikasi atau layanan Grab dan Gojek agar dapat menentukan metode penelitian.
2. Penentuan metode penelitian. Berdasarkan masalah yang ditemukan, peneliti memilih metode untuk penyelesaian masalah. Metode yang dipilih yaitu *service quality* karena metode ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan.
3. Pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada pengguna aplikasi Grab dan Gojek, terutama layanan GrabFood, GrabExpress, GoFood, dan GoSend.
4. Pengolahan data. Setelah data yang dibutuhkan didapatkan, tahap berikutnya adalah melakukan pengolahan data berupa tabulasi data dan menghitung data.
5. Analisa. Tahapan selanjutnya yaitu analisis untuk mengukur seberapa besar kepuasan pelanggan berdasarkan hasil dan perhitungan data kuesioner.
6. Menuliskan kesimpulan dan saran. Berdasarkan analisa data maka ditarik kesimpulan dan saran sebagai hasil penelitian.

## 2.6 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur untuk mengumpulkan data yaitu dengan membagikan kuesioner melalui Google Form. Berikut adalah tahapan dilakukan untuk pengumpulan data:

1. Tahap pertama peneliti menyusun kuesioner yang sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Selanjutnya kuesioner dibagikan kepada responden yang merupakan pengguna aplikasi Grab dan Gojek.
3. Hasil kuesioner dikumpulkan dan datanya diolah untuk mendapatkan informasi mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan Grab dan Gojek.
4. Peneliti melakukan analisis dan menyimpulkan hasilnya.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Demografi Responden

Dalam penelitian ini diambil 100 responden mahasiswa Universitas Klabat yang merupakan pengguna layanan Grab dan Gojek pada periode waktu bulan Desember 2020 sampai Februari 2021. Responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, fakultas, layanan yang digunakan dan intensitas penggunaan layanan seperti ditunjukkan pada Tabel 1 sampai Tabel 4.

Tabel 1 Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Perempuan	51	51%
Pria	49	49%
<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>100%</i>

Tabel 2 Fakultas

Fakultas	Jumlah Responden	Presentase
Fakultas Ilmu Komputer (FIK)	80	80%
Unklab Bussiness School (UBS)	13	13%
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP)	4	4%
Fakultas Keperawatan (FKEP)	2	2%
Fakultas Filsafat	1	1%
<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>100%</i>

Tabel 3 Layanan yang digunakan

Layanan yang digunakan	Jumlah Responden	Presentase
GrabFood	66	66%
GrabExpress	4	4%
GoFood	26	26%
GoSend	4	4%
<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>100%</i>

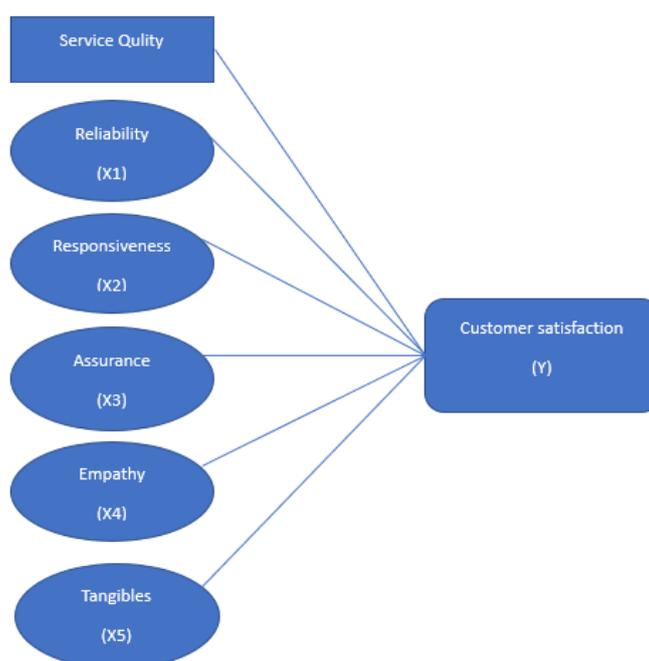
Tabel 4 Frekuensi penggunaan layanan

Berapa kali menggunakan layanan tersebut	Jumah Responden	Presentase
1-3 kali	62	62%
4-8 kali	16	16%
Lebih dari 8 kali	22	22%
<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>100%</i>

Tabel 1 menunjukkan jumlah responden perempuan (51%) lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah responden pria (49%). Tabel 2 menunjukkan jumlah responden dari mahasiswa berdasarkan fakultas. Responden mahasiswa FIK 80%, responden mahasiswa UBS 13%, responden mahasiswa FKIP 4%, responden mahasiswa FKEP 2%, responden mahasiswa Filsafat 1%. Tabel 3 menunjukkan jumlah responden pengguna layanan yang sebagian besar menggunakan layanan GrabFood dengan 66% responden, responden GrabExpress 4%, responden GoFood 26%, dan responden GoSend 4%. Tabel 4 menunjukkan seberapa sering responden menggunakan layanan tersebut pada masa pandemi pada periode waktu dari Desember 2020 sampai Februari 2021. Frekuensi penggunaan layanan 1-3 kali mendapatkan paling banyak yaitu 62% responden, 4-8 kali 16% responden, lebih dari 8 kali 22% responden.

### 3.2 Hubungan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan

Gambar 2 menjelaskan hubungan antara kepuasan pelanggan/*customer satisfaction* (Y) terhadap kualitas layanan yang dipengaruhi oleh variabel *reliability* (X1), *responsiveness* (X2), *assurance* (X3), *emphaty* (X4), *tangibles* (X5).



Gambar 2 Hubungan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan

Berikut ini merupakan penjelasan dari variabel yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan:

- Reliability* (X1): Pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap driver dan pengguna, dan pelayanan yang diberikan driver kepada pengguna.
- Responsiveness* (X2): Kesiapan driver dari Grab dan Gojek untuk menjawab pertanyaan dan keinginan pelanggan.
- Assurance* (X3): Pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan driver dalam melayani pelanggan agar mendapat kepercayaan dari pelanggan.
- Emphaty* (X4): Memberikan perhatian terhadap setiap pelanggan.
- Tangibles* (X5): Penampilan fisik seperti sepeda motor dan driver yang sesuai dengan apa yang tertulis di aplikasi.

### 3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Referensi [16] menjelaskan tentang validitas dan reliabilitas sebagai berikut:

1. Validitas digunakan dalam pengukuran valid tidaknya sebuah kuesioner. Koefisien validitas menyatakan tingkat kemampuan instrumen untuk mengungkap data atau informasi dari variabel yang diukur. Kuesioner disebut valid jika pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkap sesuatu yang akan diukur melalui kuesioner tersebut.
2. Reliabilitas adalah mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner disebut reliabel atau handal jika jawaban dari responden terhadap pertanyaan adalah konsisten.

#### 3.3.1 Uji Validitas

Berdasarkan kuesioner dari responden, untuk uji validitas diambil 30 responden dari total 100 responden untuk di uji. Setelah itu dicoba uji validitas kembali terhadap informasi yang diperoleh. Uji validitas dicoba untuk mengenali valid atau tidak valid. *Pearson Correlation* [17] adalah pengukuran kekuatan hubungan linier antara dua variabel. Dua variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) digunakan untuk mencari hubungan antar keduanya. Biasanya variabel terikat menggunakan notasi Y dan variabel bebas notasi X. Variabel bebas ini merupakan pemberian dari hasil suatu pengamatan sehingga variabel bebas tersebut tidak lagi random atau acak. Ini berguna untuk mencari relasi antara dua variabel dan *item* dinyatakan valid jika nilai referensi tabel lebih dari 0.361. *Item* yang dimaksud dalam hal ini adalah pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang terkait dengan variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangibles*.

Tabel 5 Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	Tabel	Keterangan
Reliability (X1)	X1.1	0.689	0.361	Valid
	X1.2	0.780	0.361	Valid
	X1.3	0.717	0.361	Valid
	X1.4	0.810	0.361	Valid
Responsiveness (X2)	X2.1	0.685	0.361	Valid
	X2.2	0.786	0.361	Valid
Assurance (X3)	X3.1	0.768	0.361	Valid
	X3.2	0.612	0.361	Valid
Emphaty (X4)	X4.1	0.692	0.361	Valid
	X4.2	0.503	0.361	Valid
	X4.3	0.801	0.361	Valid
Tangibles (X5)	X5.1	0.792	0.361	Valid
	X5.2	0.826	0.361	Valid

Pengujian validitas pada riset ini dicoba dengan menghitung korelasi tiap skor dari riset untuk menentukan nilai yang dihitung dari nilai  $r$  tabel 5% dari jumlah responden dengan nilai  $n = 30$  responden dari nilai tabel (0.361) yang memiliki nilai *Pearson Correlation* yang tinggi dan semua item dinyatakan Valid.

#### 3.3.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan pengujian validitas, uji reliabilitas diambil 30 responden, selanjutnya melakukan pengujian reliabilitas untuk mengetahui item dalam pertanyaan apakah *reliable* atau tidak *reliable*.

Tabel 6 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
<i>Reliability</i> (X1)	0.839	4	<i>Reliable</i>
<i>Responsiveness</i> (X2)	0.854	2	<i>Reliable</i>
<i>Assurance</i> (X3)	0.582	2	<i>Reliable</i>
<i>Emphaty</i> (X4)	0.780	3	<i>Reliable</i>
<i>Tangibles</i> (X5)	0.847	2	<i>Reliable</i>

*Cronbach's Alpha* merupakan sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu. Semua item dinyatakan valid jika *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.361. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*.

Dari hasil uji pada Tabel 6, uji reliabilitas didapatkan variable *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* mendapatkan *Cronbach's Alpha* tinggi, yaitu lebih dari nilai signifikansi 0.361.

### 3.4 Hasil Pengukuran

Berikut ini metode yang dipakai:

1. Kuantitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Penelitian kuantitatif deskriptif menggunakan pendekatan korelasi.
2. *Mean* adalah nilai rata-rata dari beberapa buah data
3. *Standar Deviation* merupakan variasi sebaran data. Semakin kecil nilai sebarannya berarti variasi nilai data makin sama. Jika sebarannya bernilai 0 maka nilai semua datanya adalah sama. Semakin besar nilai sebarannya berarti data semakin bervariasi [18].

Tabel 7 menunjukkan kriteria kepuasan pelanggan dengan rentang skor masing-masing. Skor tersebut akan digunakan dalam penilaian tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Grab maupun Gojek.

Tabel 7 Kriteria skor tingkat kepuasan

Kriteria	Skor Rata-Rata
Sangat Tidak Puas (STP)	1,00 – 1,80
Tidak Puas (TP)	1,81 – 2,60
Netral (N)	2,61 – 3,40
Puas (P)	3,41 – 4,20
Sangat Puas(SP)	4,21 – 5,00

#### 3.4.1 Metode Deskriptif Kuantitatif Grab

Dari Tabel 8, pada semua variabel Grab dengan nilai rata-rata (*mean*) =  $4.16 + 3.87 + 4.10 + 4.12 + 4.33 / 5 = 4.11$ , jadi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Grab dinyatakan PUAS dengan nilai rata-rata 4.11.

Tabel 8 Total nilai rata-rata Grab

Variabel	Mean	Total Skor Rata-Rata
<i>Reliability</i>	4.16	Puas
<i>Responsiveness</i>	3.87	Puas
<i>Assurance</i>	4.10	Puas
<i>Emphaty</i>	4.12	Puas
<i>Tangibles</i>	4.33	Sangat Puas

### 3.4.2 Metode Deskriptif Kuantitatif Gojek

Tabel 9 Total nilai rata-rata Gojek

Variabel	Mean	Total Skor Rata-Rata
<i>Reliability</i>	4.39	Sangat Puas
<i>Responsiveness</i>	4.11	Puas
<i>Assurance</i>	4.33	Sangat Puas
<i>Emphaty</i>	4.42	Sangat Puas
<i>Tangibles</i>	4.63	Sangat Puas

Dari Tabel 9 pada semua variabel Gojek dengan nilai rata-rata =  $4.39 + 4.11 + 4.33 + 4.42 + 4.63 / 5 = 4.37$ , jadi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Gojek dinyatakan SANGAT PUAS dengan nilai rata-rata 4.37.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap layanan Grab dan Gojek di masa pandemi Covid-19. Dari hasil yang diperoleh didapati bahwa pengguna layanan Gojek memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi dibandingkan dengan pengguna layanan Grab. Hasil yang diperoleh tersebut dapat menjadi masukan bagi pihak Grab maupun Gojek untuk dapat memperbaiki dan meningkatkan layanan masing-masing untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan lebih maksimal.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari semua variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan Grab dinyatakan “puas” dengan nilai rata-rata 4.11.
2. Dari semua variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan Gojek dinyatakan “sangat puas” dengan nilai rata-rata 4.37.
3. Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan Gojek pada level “sangat puas”, lebih tinggi dibandingkan dengan Grab pada level “puas”.

## 5. SARAN

Berikut saran bagi pengembangan penelitian selanjutnya:

1. Menambahkan variabel untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan misalnya penggunaan promosi, fasilitas, dan lainnya agar bisa mengetahui faktor lain yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.
2. Menggunakan lebih dari 100 responden dengan jumlah yang seimbang untuk pengguna Grab maupun Gojek, dengan periode waktu yang berbeda untuk dapat dianalisis perbandingannya.
3. Melakukan analisis perbandingan terhadap layanan lainnya yang disediakan oleh Grab maupun Gojek.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Redaksi, “Grab renggut penghargaan best everyday app di ajang selular award 2021”, Selular.ID, Jul. 2021. Accessed: Nov. 17, 2021. [Online]. Available: <https://shorturl.at/prJOV>
- [2] R. Franedy, “Siapa penguasa sejati pasar ojol RI, Grab atau Gojek?”, CNBC Indonesia, Des. 2019. Accessed: Nov. 17, 2021. [Online]. Available: [shorturl.at/jlsL0](https://shorturl.at/jlsL0)
- [3] E. Sutriyanto, “Survei: Tahun lalu konsumen lebih banyak gunakan Grab dibandingkan Gojek”, Tribunnews, Jan, 2019. Accessed: Nov. 17, 2021. [Online]. Available: [shorturl.at/chtuU](https://shorturl.at/chtuU)
- [4] E. Suryowati “Selama Pandemi, Permintaan Layanan Antar Barang dan Makanan Meningkat”, Jawapos, Oct. 2020. Accessed: Nov. 17, 2021. [Online]. Available: [shorturl.at/iyOS7](https://shorturl.at/iyOS7)
- [5] A. Zahra, “Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online (studi pada pelanggan Gojek di kota Yogyakarta)”, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta. 2017. Accessed: Nov. 17, 2021. [Online]. Available: <https://eprints.uny.ac.id/53306/>
- [6] S. N. Amna A, “Analisis efektivitas sales promotion pada gojek dan grab serta pengaruhnya terhadap keputusan pengguna transportasi online di kota Makassar”, UIN Alauddin Makassar, 2018. Accessed: Nov. 17, 2021. [Online]. Available: [shorturl.at/jstR3](https://shorturl.at/jstR3)
- [7] W.S Taslim, “Analisis preferensi konsumen terhadap jasa angkutan online di Pontianak (Studi kasus: Gojek vs Grab)”. Obis Jurnal Ekonomi dan Bisnis.Vol. 3 No. 1, September 2020. [Online]. Available: <https://jurnal.polteq.ac.id/index.php/obis/article/view/52>
- [8] R. Gultom dan S. Normi, “Analisis kepuasan pengguna jasa transportasi taksi berbasis aplikasi online untuk meningkatkan loyalitas pengguna (studi pada Gojek dan Grab di kota Medan)”, Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix vol. 3 no. 1 2020. [Online]. Available: <http://methonomi.net/index.php/jm/article/view/128>
- [9] R, Rifaldi., K. Kadunci., S. Sulistyowati., “Pengaruh kualitas pelayanan transportasi online gojek terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa/i administrasi niaga Politeknik Negeri Jakarta. Epigram, Vol. 13, no. 2. 2016.
- [10] V.A Zeithaml, M.J Bitner, D.D Gremler, “Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm”, International Edition, 3th Editon. New York : Mc Graw Hill Companies. Inc. 2003.
- [11] J. F. Engel, R. D. Blackwell and F. X. Budyanto, Perilaku Konsumen Jilid 1, Jakarta: Jakarta: Binarupa Aksara, Nomor 1 1994
- [12] Basri, H. (2014). Using qualitative research in accounting and management studies: not a new agenda. Journal of US-China Public Administration, October 2014, Vol.11, No.10, 831-838. DOI: 10.17265/1548-6591/2014.10.003

- 
- [13] A. Hidayat, "Populasi dan Sampel. Pengertian Populasi Adalah?," *Uji Statistik*, Oct. 14, 2012. <https://www.statistikian.com/2012/10/pengertian-populasi-dan-sampel.html> (accessed Oct. 17, 2020).
- [14] A. Hidayat, "Cara Hitung Rumus Slovin Besar Sampel - Uji Statistik", 2017. Accessed Oct. 17, 2020). [Online]. Available: <https://www.statistikian.com/2017/12/hitung-rumus-slovin-sampel.html>.
- [15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, no,1 2015
- [16] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit: Universitas Diponegoro. 2016
- [17] D. Nettleton, *Pearson Correlation - Selection of Variables and Factor Derivation*. Sciencedirect, 2014. Accessed: Des, 11, 2021. [Online]. Available: <https://www.sciencedirect.com/topics/computer-science/pearson-correlation>
- [18] M. Hargrave, "Standard Deviation", *Investopedia*, March, 2022. Accessed: April, 2022. [Online]. Available: <https://www.investopedia.com/terms/s/standarddeviation.asp>