

IMPLEMENTASI METODE WEBQUAL PADA KUALITAS PELAYANAN WEBSITE GRAB

I Dewa Nyoman Usadha ⁽¹⁾, Ayu Suda Sucandrawati ⁽²⁾

Email ; mahausadha888@gmail.com,

ayusucandra89@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahendradatta Bali

Abstrak

Penerapan teknologi dan informasi melalui internet menyebabkan perubahan dalam strategi bisnis belakangan. Penelitian ini mengambil implementasi metode webqual pada Kualitas pelayanan website Grab. Populasi dalam penelitian ini adalah mengambil populasi berdasarkan jumlah pengguna *website* Grab pada tahun 2022 yang dimana setiap bulannya terdapat 50 orang, jadi total keseluruhan di tahun 2022 sebanyak 600 orang. Penulis mengambil jumlah sampel sebanyak 120 orang atau 20% dari jumlah populasi yaitu 600 orang. Metodologi penelitian ini menggunakan penelitian ini melalui analisis distribusi frekwensi dan Instrumen Rata-Rata Skor Pada Skala Linkert

Hasil temuan penelitian ini adalah Kualitas layanan *website* grab dengan 3 dimensi metode *webqual* yaitu *Usability*, *Information Quality*, dan *Interaction Quality* berpengaruh positif dan signifikan yang memiliki skor rata-rata 3,34 (sangat puas). Tanggapan balik (*feedback*) mengenai *website* grab kepada pihak grab menghasilkan rata-rata tanggapan yang positif. Tanggapan konsumen terhadap *website* grab juga menghasilkan tanggapan yang positif dan *Website* Grab dalam memenuhi kebutuhan konsumen menghasilkan tanggapan yang positif.

Kata Kunci; Webqual, Kualitas Pelayanan.

Abstract

The application of technology and information via the internet has caused changes in recent business strategies. This research takes the implementation of the webqual method on the service quality of the Grab website. The population in this research is taken based on the number of Grab website users in 2022, where every month there are 50 people, so the total in 2022 will be 600 people. The author took a sample of 120 people or 20% of the total population, namely 600 people. This research uses the methodology of this research through frequency distribution analysis and the Average Score Instrument on the Linkert Scale

The findings of this research are that the quality of the Grab website service with the 3 dimensions of the WebQual method, namely Usability, Information Quality and Interaction Quality, has a positive and significant effect, which has an average score of 3.34 (very satisfied). Feedback regarding the Grab website to Grab parties produces an average of positive responses. Consumer responses to the Grab website also produce positive responses and the Grab Website in meeting consumer needs produces positive responses.

Keywords; Webqual, Service Quality.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi beberapa tahun terakhir yang begitu cepat, membuat berbagai peluang bisnis melalui teknologi semakin menjanjikan. Manusia menciptakan teknologi untuk mendorong/mendukung kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun perusahaan sehingga lebih efektif dan efisien (Ahmad, 2015). Penerapan teknologi dan informasi menyebabkan perubahan dalam kebiasaan atau habit yang baru pada bidang bisnis. Seperti pemanfaatan media perdagangan perusahaan jasa menggunakan media internet yang saat ini tidak sulit dijangkau oleh semua kalangan.

Dampak utama dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam bisnis adalah tingginya volume penggunaan internet. Di dunia pertumbuhan pengguna internet dari tahun ke tahun mengalami kenaikan hingga 200 juta pengguna dari tahun 2015 lalu ini menurut laporan *State of Connectivity: A Report on Global Internet Access* yang dibuat oleh Facebook yang berarti sekarang ada sekitar 3,4 miliar pengguna internet di dunia. Dilihat dari total populasi manusia yang mencapai 7,4 miliar, artinya internet sudah hampir digunakan oleh 50 persen penduduk Bumi.

Pertumbuhan Teknologi Informasi (TI) yang berkembang pesat menyebabkan munculnya berbagai *website* dan menjadikan *website* sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari sebuah organisasi atau perusahaan dalam hal layanan bagi penggunanya. Bagi perusahaan, *website* menjadi hal yang penting

sebagai *platforms* informasi kepada penggunanya dalam menyampaikan berbagai informasi mengenai perusahaan (*profil company*) sampai layanan konsumen. Dengan terus meningkatnya pengguna internet, hal ini mengindikasikan semakin intensnya aktivitas *online*. Salah satu yang saat ini menjadi *trend* adalah penyedia jasa transportasi *online*.

Grab adalah salah satu layanan penyedia transportasi berbasis *online*. Indonesia menjadi pasar yang menggiatkan bagi para penyedia layanan transportasi berbasis aplikasi. Tak terkecuali bagi Grab (dahulu GrabTaxi), *startup* asal Malaysia yang mulai melebarkan sayapnya ke seluruh penjuru Asia Tenggara. Perusahaan Grab Indonesia memiliki layanan website yang berfungsi sebagai media untuk memberikan informasi bagi konsumennya mengenai jasa apa yang mereka jual. Dan dari website ini pihak Grab akan memperoleh *feedback* secara tidak langsung. Berdasarkan data *Top Brand Index* (TBI), Grab Indonesia termasuk berada di urutan ke-2 TOP dalam kategori jasa transportasi *online* yaitu sebesar 14,7%. Dan terlepas dari penghargaan diatas, kualitas layanan website grab ini bisa diukur dengan berbagai metode, salah satunya dengan metode Webqual, yaitu melakukan teknik pengukuran berdasarkan persepsi pengguna akhir.

KAJIAN TEORI

Website adalah **serangkaian halaman web berisi informasi yang terhubung satu sama lain dan diakses melalui internet**. Pada era digital saat ini, website telah menjadi salah satu

elemen penting di dalam kehidupan manusia. Bagi pengunjung, website memberikan akses yang mudah dan cepat untuk mencari informasi, membeli produk, atau mendapat pengalaman baru. Sedangkan bagi pelaku bisnis, website dapat meningkatkan branding perusahaan serta memfasilitasi penjualan produk secara online.

Website adalah **sebuah halaman atau sekumpulan halaman web yang saling terhubung dan dapat diakses dari seluruh dunia, selama terkoneksi ke jaringan internet.** Setiap halaman website memiliki alamat unik yang dikenal sebagai URL (*Uniform Resource Locator*). Situs web dapat berisi berbagai jenis informasi, misalnya teks, gambar, video, dan audio. Selain itu, website juga bisa memuat fitur interaktif seperti form kontak, komentar, atau chatting.

Website terdiri dari dua elemen utama, yakni *client-side* dan *server-side*. *Client-side* website adalah bagian situs yang terlihat oleh pengguna melalui browser, seperti Google Chrome atau Internet Explorer. Bagian ini tersusun atas HTML, CSS, dan JavaScript untuk merancang dan menampilkan halaman web. Sebaliknya, *server-side* website adalah bagian website yang tersembunyi oleh pengguna, dan berisi file dan data yang diolah oleh web server. Bagian *server-side* ini terdiri dari bahasa pemrograman, seperti PHP, Python, atau Ruby on Rails. Website pertama di dunia diluncurkan pada tahun 1991 oleh ahli komputer asal Inggris bernama Sir Timothy John “Tim” Berners-Lee. Awalnya, tujuan Tim dalam

merancang website adalah untuk memfasilitasi pertukaran dan pembaruan informasi antar sesama peneliti di tempat kerjanya.

Webqual ini merupakan metode yang telah dikembangkan dari *Servqual* yang disusun oleh Parasuraman. *Servqual* banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. Kualitas layanan website grab merupakan menjadi perhatian khusus dalam memberikan kualitas layanan yang lebih maksimal dari pihak Grab kepada konsumen atau pengguna website Grab. Dari hasil beberapa tanggapan konsumen tentang website Grab yang masih merasakan susahnyanya menggunakan website Grab dan jumlah pengunjung yang menurun karena adanya beberapa keluhan yang masih dirasakan oleh konsumen, dalam memenuhi kebutuhannya yang menggunakan jasa layanan *website* Grab, maka pihak Grab harus memperbaiki layanan *website* tersebut.

Menurut Pujawan (2011:97) kualitas pelayanan adalah sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual layanan yang terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima). Karena layanan yang dirasakan memiliki dampak terhadap tanggapan konsumen

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan metode penelitian untuk mengumpulkan data. Metode penelitian yang akan digunakan

adalah metode deskriptif untuk mendeskripsikan fenomena sosial. Artinya tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan sifat penelitian tertentu. Menurut Sugiyono (2015:14) pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang berlandaskan *filsafat positivisme* untuk dengan mempelajari populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara acak dengan cara mengumpulkan data menggunakan alat dan menganalisis data *statistic*. Pemilihan sampel penelitian ini dilakukan dengan teknik *Qouta Sampling* yang dilakukan untuk mengidentifikasi sampel populasi dengan karakteristik tertentu mencapai jumlah yang diinginkan (kouta). Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner.

TEKNIK ANALISIS DATA

Skala *Likert* umumnya digunakan untuk mengukur sikap atau respons seseorang terhadap suatu objek. Pengungkapan sikap dengan menggunakan skala Likert sangat populer di kalangan para ahlin psikologi sosial dan para peneliti. Skala Likert adalah sebuah tipe skala psikometri yang menggunakan angket dan menggunakan skala yang lebih luas dalam penelitian survei. Metode rating yang dijumlahkan (*summated rating*) populer juga dengan nama penskalaan model Likert.

Metode Likert merupakan metode penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respons sebagai dasar penentuan nilai skalanya. Dalam pendekatan ini tidak diperlukan adanya kelompok

panel penilai (*JudgingGroup*) dikarenakan nilai skala setiap pernyataan tidak akan ditentukan oleh derajat favorabelnya masing-masing, akan tetapi ditentukan oleh distribusi respons setuju atau tidak setuju dari sekelompok responden yang bertindak sebagai kelompok uji coba. Kelompok uji coba ini hendaknya memiliki karakteristik yang semirip mungkin dengan karakteristik individu yang hendak diungkap sikapnya oleh skala yang sedang disusun.

Pada metode ini penilaian akan kualitas layanan *website* Grab terhadap pengguna menggunakan kuesioner yang dirancang dengan skala likert dengan instrumen atau dimensi berdasarkan metode *webqual*. Metode *webqual* terdiri dari 3 dimensi yaitu dimensi *Usability* (kegunaan), *Information Quality* (Kualitas Informasi), dan *Service Interaction* (Interaksi Layanan). Skala pengukuran untuk tingkat kepuasan : 1 (Tidak puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), 4 (Sangat Puas).

Tabel .1
Interval Skala Likert

Sangat Puas	SP	$3,25 \leq X \leq 4$
Puas	P	$2,5 \leq X \leq 3,25$
Kurang Puas	KP	$1,75 \leq X \leq 2,5$
Tidak Puas	TP	$1 \leq X \leq 1,75$

Rumus :

$$RS = (m - n) / b$$

$$RS = (4 - 1) / 4$$

$$RS = 0,75$$

Keterangan :

$$RS = \text{Rentang Skala}$$

M = Angka tertinggi dalam pengukuran
n = Angka terendah dalam pengukuran
b = Banyaknya kelas / kategori yang di bentuk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis yang di dapatkan pada tahapan uji validitas, uji reliabilitas, distribusi kualitas layanan, dan instrumen rata-rata skor skala likert yang telah dilakukan, maka dimensi dari metode *webqual* ini yaitu *usability*, *Information quality*, dan *Interactoin quality* mempengaruhi kepuasan penggunaannya secara signifikan terhadap kepuasan pengguna, dilihat dari *feedback* yang diterima oleh pihak grab, tanggapan konsumen terhadap *Website* Grab dan pemenuhan dalam kebutuhan pengguna *website* Grab. Oleh sebab itu pembahasan tentang masing - masing dimensi metode *webqual* akan dibahas lebih lanjut, yaitu sebagai berikut .

Kualitas Layanan *Website* Grab (*Usability*)

Dari hasil analisis diatas menunjukan bahwa pada dimensi *usability* ini mempunyai hasil positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* Grab dengan menggunakan metode *webqual*, pertama bisa dilihat dari hasil distribusi frekuensi kualitas layanan *website* Grab yang dimana dari hasil kuesioner yang disebar ke 120 responden didapatkan hasil frekuensi yang memilih sangat puas yaitu sebanyak 52 dengan persentase 43,3% dan yang memilih atau menyatakan frekuensi puas yaitu sebanyak total 68 dengan persentase

56,7%. Jadi sebagian besar pengguna puas dengan kualitas layanan *website* grab pada dimensi (*usability*) yaitu 56,7% dari segi distribusi frekuensinya.

Selanjutnya yang kedua dilihat dari hasil instrumen rata-rata skor pada skala likert pada tingkat kepuasan konsumen dimensi *usability* dimana memiliki total rata-rata interval skor skala likert dengan jumlah 3,34 dengan responden yang valid sebanyak 30 dari total 120 responden, yang artinya 30 responden ini mewakili jawaban atau tanggapan dari total 120 responden tersebut. Dari masing-masing deskripsi indikator memiliki jumlah skor atau mean $3,25 \leq X \leq 4$ yang berarti bahwa pengguna *website* Grab ini sangat puas atas kualitas layanan *website* Grab pada dimensi *Usability* yang memiliki skor rata-rata 3,34 (sangat puas). Jadi dapat dikatakan secara keseluruhan, konsumen **sangat puas** atas kualitas layanan *website* Grab dengan metode *wequal* dari segi dimensi *Usability*.

Kualitas Layanan *Website* Grab (*Information quality*)

Hasil analisis menunjukan bahwa pada dimensi *Information quality* mempunyai hasil positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* Grab dengan menggunakan metode *webqual*, pertama bisa dilihat dari hasil distribusi frekuensi kualitas layanan *website* Grab yang dimana dari hasil kuesioner yang disebar ke 120 responden didapatkan hasil frekuensi yang memilih sangat puas yaitu sebanyak total 43 dengan persentase 35,8% dan yang memilih atau menyatakan frekuensi puas yaitu sebanyak total 77 dengan persentase

64,2%. Jadi sebagian besar puas dengan kualitas layanan *website* grab pada dimensi (*Information Quality*) yaitu 64,2% dari segi distribusi frekuensinya.

Kedua dilihat dari hasil instrumen rata-rata skor pada skala likert pada tingkat kepuasan konsumen dimensi *Information Quality* dimana memiliki total rata-rata interval skor skala likert dengan jumlah 3,58 dengan responden yang valid sebanyak 30 dari total 120 responden, yang artinya 30 responden ini mewakili jawaban atau tanggapan dari total 120 responden tersebut. Dari masing-masing deskripsi indikator memiliki jumlah skor atau mean $3,25 \leq X \leq 4$ yaitu yang berarti bahwa pengguna *website* Grab ini sangat puas atas kualitas layanan *website* Grab pada dimensi *Information Quality* yang memiliki skor rata-rata 3,58 (sangat puas). Jadi dapat dikatakan secara keseluruhan, konsumen **sangat puas** atas kualitas layanan *website* Grab dengan metode *wequal* dari segi dimensi *Information Quality*.

Kualitas Layanan Website Grab (*Interactoin Quality*)

Hasil analisis menunjukkan bahwa pada dimensi *Interactoin Quality* mempunyai hasil positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* Grab dengan menggunakan metode *webqual*, bisa dilihat dari hasil distribusi frekuensi kualitas layanan *website* Grab yang dimana dari hasil kuesioner yang disebar ke 120 responden didapatkan hasil frekuensi yang memilih sangat puas yaitu sebanyak total 60 dengan persentase 50,0% dan yang memilih atau menyatakan frekuensi puas yaitu sebanyak total 60 dengan

persentase 50,0%. Jadi sebagian sangat puas dengan kualitas layanan *website* grab pada dimensi (*Interactoin Quality*) yaitu 50,0 % dan sebagian puas dengan kualitas layanan *website* grab pada dimensi (*Interactoin Quality*) yaitu 50,0 %. Selanjutnya hasil instrumen rata-rata skor pada skala likert pada tingkat kepuasan konsumen dimensi *Interactoin Quality* dimana memiliki total rata-rata interval skor skala likert dengan jumlah 3,45, dengan responden yang valid sebanyak 30 dari total 120 responden, Dari masing-masing deskripsi indikator memiliki jumlah skor atau mean $3,25 \leq X \leq 4$ yaitu 3, 58 (sangat puas). Jadi dapat dikatakan secara keseluruhan konsumen **sangat puas** atas kualitas layanan *website* Grab dengan metode *wequal* dari segi dimensi *Interactoin Quality*.

Analisis Tanggapan Balik (*Feedback*) Mengenai Website Grab Kepada Pihak Grab

Dari semua hasil analisis yang dilakukan, dapat ditemukan bahwa tanggapan balik (*feedback*) pengguna dari *website* Grab kepada pihak grab ini sangat puas dengan kualitas layanan *website* Grab dengan metode *webqual* yang dimana dapat diukur atas 3 dimensi yang ada di dalam metode *webqual* tersebut yaitu *Usability*, *Information Quality*, dan *Interaction Quality* menunjukkan hasil persentase frekuensi yang sangat positif dan signifikan menunjukkan mayoritas pengguna *website* Grab sangat puas dengan kualitas layanan yang di sediakan ditambah lagi dari perhitungan instrumen rata-rata skor dari kuesioner yang menggunakan interval skala likert yang menghasilkan dari 30 responden

yang mengisi kuesioner yang dinyatakan valid dari total 120 responden, skor rata-rata menunjukkan bahwa pengguna *website* grab dilihat dari masing-masing dimensi yang menunjukkan kategori $3,25 \leq X \leq 4$ yaitu pengguna atau konsumen sangat puas.

Didukung juga dengan pertanyaan dari kuesioner yang menanyakan bagaimana tanggapan balik (*feedback*) mengenai *website* grab kepada pihak grab?, yang secara keseluruhan disimpulkan bahwa tanggapannya positif untuk *website* grab ini karena sudah memberikan akses untuk mempermudah dalam mencari informasi tentang grab, kontennya menarik dan mudah untuk digunakan oleh masyarakat awam . Jadi dapat dikatakan tanggapan balik untuk pihak grab ini positif.

Analisis Tanggapan Konsumen Terhadap Website Grab

Dari semua hasil analisis yang dilakukan, dapat ditemukan bahwa tanggapan konsumen terhadap *website* Grab ini sangat puas dengan kualitas layanan *website* Grab dengan metode *webqual* yang dimana dapat diukur atas 3 dimensi yang ada di dalam metode *webqual* tersebut yaitu *Usability*, *Information Quality*, dan *Interaction Quality* menunjukkan hasil persentase frekuensi yang sangat positif dan signifikan menunjukkan mayoritas pengguna *website* Grab sangat puas dengan kualitas layanan yang di sediakan ditambah lagi dari perhitungan instrumen rata-rata skor dari kuesioner yang menggunakan interval skala likert yang menghasilkan dari 30 responden yang mengisi kuesioner yang dinyatakan valid dari total 120

responden, skor rata-rata menunjukkan bahwa pengguna *website* grab dilihat dari masing-masing dimensi yang menunjukkan kategori $3,25 \leq X \leq 4$ yaitu pengguna atau konsumen sangat puas. Didukung juga dengan pertanyaan dari kuesioner yang menanyakan bagaimana tanggapan anda mengenai *website* Grab ini?, yang secara keseluruhan disimpulkan bahwa tanggapannya positif untuk *website* grab ini karena telah membantu dalam mengaplikasikan aplikasi Grab dengan mudah sehingga para pengguna *website* Grab terbantu dalam menggunakannya. Jadi dapat dikatakan tanggapan pengguna terhadap *website* Grab ini positif

Analisis Website Grab Dalam Memenuhi Kebutuhan Konsumen

Dari semua hasil analisis yang dilakukan, dapat ditemukan bahwa *website* grab dalam memenuhi kebutuhan konsumen ini sudah sangat puas dengan kualitas layanan *website* Grab dengan metode *webqual* yang dimana dalam memenuhi kebutuhan penggunanya, dapat diukur atas 3 dimensi yang ada di dalam metode *webqual* tersebut yaitu *Usability*, *Information Quality*, dan *Interaction Quality* menunjukkan hasil persentase frekuensi yang sangat positif dan signifikan menunjukkan mayoritas pengguna *website* Grab sangat puas dengan kualitas layanan yang di sediakan ditambah lagi dari perhitungan instrumen rata-rata skor dari kuesioner yang menggunakan interval skala likert yang menghasilkan dari 30 responden yang mengisi kuesioner yang dinyatakan valid dari total 120

responden, skor rata-rata menunjukkan bahwa pengguna *website* grab dilihat dari masing-masing dimensi yang menunjukkan kategori $3,25 \leq X \leq 4$ yaitu pengguna atau konsumen sangat puas.

Ditambah juga dengan pertanyaan dari kuesioner yang menanyakan apakah *website* Grab ini telah memenuhi kebutuhan anda?, dan secara keseluruhan disimpulkan bahwa tanggapannya positif untuk *website* grab ini karena kebanyakan atau mayoritas menjawab *website* Grab ini telah membantu dalam kebutuhan sehari-hari para penggunanya dimana mereka yang hendak bepergian jika tidak ada kendaraan, juga dalam pemenuhan konsumsi mereka dengan bisa langsung membuka aplikasi Grab tersebut melalui layanan *website* grab ini dan juga dalam berbisnis *online* yang bisa menggunakan layanan kurir grab (*express*) yang bisa mengantarkan barang ke kosumen pengguna layanan tersebut. Jadi dapat dikatakan *website* Grab dalam memenuhi kebutuhan konsumen ini di jawab dengan positif.

Berdasarkan perumusan hipotesa yang di buat untuk analisis kualitas layanan *website* grab menggunakan metode *webqual* ini adalah bahwa kualitas layanan *website* grab diduga mempengaruhi terhadap kepuasan pengguna *website* grab. Setelah penulis melakukan analisis bahwa terdapat kesesuaian antara hipotesa (dugaan sementara) yang dibuat, dengan hasil yang di peroleh oleh penulis atau dengan kata lain hipotesa (dugaan sementara) sejalan dengan hasil analisis penulis yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan

pengguna *website* grab dalam kategori sangat puas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan *website* grab dengan 3 dimensi metode *webqual* yaitu *Usability*, *Information Quality*, dan *Interaction Quality* berpengaruh positif dan signifikan dilihat dari hasil perhitungan instrumen rata-rata skor dari kuesioner yang menggunakan interval skala likert yang menghasilkan kategori $3,25 \leq X \leq 4$ (sangat puas)
2. Tanggapan balik (*feedback*) mengenai *website* grab kepada pihak grab menghasilkan rata-rata tanggapan yang positif karena seperti yang sudah di bahas karena sudah memberikan akses untuk mempermudah dalam mencari informasi tentang grab, kontennya menarik dan mudah untuk digunakan oleh masyarakat awam .
3. Tanggapan konsumen terhadap *website* grab juga menghasilkan tanggapan yang positif karena bisa dilihat dari seluruh jawaban dari kuesioner yang telah di analisis bahwa telah membantu dalam mengaplikasikan aplikasi Grab dengan mudah sehingga para pengguna *website* Grab terbantu dalam menggunakannya.
4. *Website* Grab Dalam Memenuhi Kebutuhan Konsumen menghasilkan tanggapan yang positif, karena jawaban atau tanggapan rata-rata pengguna yaitu membantu dalam kebutuhan sehari-hari para penggunanya baik itu dalam layanan transportasi, makanan (*food*), dan kurir (*express*).

DAFTAR PUSTAKA

- Ariffud Muhamad (2023). <https://linktr.ee/ariffud> .
Apriyani, Dwi Aliyyah & Sunarti, (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Survey pada konsumen The Little A Coffe Shop Sidoharjo).
(<https://docplayer.info/58840339-Pengaruhkualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-konsumen-survei-padakonsumen-the-little-a-coffee-shop-sidoarjo.html>)
- Ari, Efendi, dan Udaya, J. (2015). Prinsip-prinsip Pemasaran. Andi: Yogyakarta
- Asdi. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Syech Yusuf Sungguminasa Kabupaten Gowa.
(https://www.academia.edu/38187377/Pengaruh_Kualitas_Pelayanan_terhadap_Kepuasan_Pasien_pada_Rumah_Sakit_Syech_Yusuf_Sungguminasa_Kabupaten_Gowa .)
- Hasan, Ali. (2013). Marketing dan Kasus-kasus Pilihan, cetakan 1. Yogyakarta: CPAS
- Haladi, Athira Yasmin. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Di Kota Surabaya.
(<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnalakuntansi/article/viewFile/27144/24845>).
- Panjaitan, Januar Efendi & Yulianti, Ali Lili. (2016). Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan pada JNE cabang Bandung
(https://www.academia.edu/36265593/Pengaruh_kualitas_Pelayanan_terhadap_kepuasan_Pelanggan_pada_JNE_cabang_Bandung)
- Kotler. P ., dan Armstrong, G. (2001). Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi kedelapan. Erlangga: Jakarta
Kotler dan Keller. (2012).
- Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas jilid 1 dan dialihbahasakan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlanggan
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2009). Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas Lupiyoadi,
- Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
Lupiyoadi (2001) Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek. Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat (2014). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarata: Salemba Empat
- M. Nur Nasution. (2004) Manajemen Jasa Terpadu. Bogor. Graha Indonesia
- Rifaldi, Kadunci dan Sulistyowati (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

(https://www.academia.edu/35467709/Pengaruh_Kualitas_Pelayanan_Transportasi_Online_Gojek_terhadap_Kepuasan_Pelanggan_Pada_Mahasiswa/I_Administrasi_Niaga_Politeknik_Negri_Jakarta.)

Pelayanan_Transportasi_Online_Gojek_terhadap_Kepuasan_Pelanggan_Pada_Mahasiswa/I_Administrasi_Niaga_Politeknik_Negri_Jakarta.)

Sumarni, Murti dan Jhon Soeprihanto, (2010). Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi perusahaan). Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Yazid. (2008). Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi. Yogyakarta: Ekonosia

Yuliana, Ni Nyoman dan Putu Riyasa. 2007, Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi kepuasan Pelanggan Dalam PDAM Kota Denpasar. Denpasar: Buletin Studi Ekonomi Volume 12 Nomor 1 Tahun 2000

(https://teorionline.files.wordpress.com/2010/06/jurnalanalisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-kepuasan_pelanggan.pdf)