

# sulika fadli\_cek final

by Ika Cek23

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA

---

**Submission date:** 25-Aug-2025 10:37AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2734729260

**File name:** sulika\_cekk\_1\_1.pdf (795.2K)

**Word count:** 11129

**Character count:** 73179

**74**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA**  
**TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA TRANSPORTASI**  
**ONLINE INDRIVER DI KOTA TERNATE**

**10**  
**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun oleh:

**SULIKA FADLI**  
212304064

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**  
**UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI**  
**YOGYAKARTA**  
**2025**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Teknologi digital yang terus berkembang berdampak besar di sejumlah aspek kehidupan manusia, seperti pada sektor ekonomi, pendidikan, komunikasi, dan transportasi (Chen et al., 2022). Transformasi digital di berbagai sektor ini mendorong perubahan pola konsumsi dan perilaku masyarakat dalam mengakses layanan. Salah satu dampak nyata dari transformasi digital adalah munculnya layanan berbasis aplikasi yang menawarkan kemudahan akses dan efisiensi dalam berbagai bidang, termasuk transportasi (Nurprameswari, 2023). Transportasi online menjadi solusi yang semakin populer karena kemampuannya dalam mengintegrasikan teknologi dengan kebutuhan mobilitas masyarakat. Layanan ini menawarkan kemudahan dalam pemesanan, fleksibilitas dalam pilihan tarif, serta transparansi dalam sistem pembayaran.

Sektor transportasi mengalami perubahan signifikan dengan hadirnya layanan transportasi berbasis aplikasi atau transportasi online. Transportasi online mulai mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia sejak tahun 2010-an dengan masuknya berbagai platform seperti Gojek dan Grab, yang kemudian diikuti oleh layanan lain seperti Maxim, ShopeeFood, dan InDriver (Kurniawan & Pratama, 2022). Layanan ini menawarkan berbagai keunggulan, seperti kemudahan dalam pemesanan, fleksibilitas tarif, serta transparansi sistem pembayaran. Pertumbuhan transportasi online semakin

meningkat seiring dengan meningkatnya kebutuhan mobilitas masyarakat perkotaan serta penetrasi internet yang semakin luas.

Di berbagai kota besar di Indonesia, layanan transportasi online telah menjadi elemen krusial dalam kehidupan masyarakat di kota-kota, karena menyediakan kemudahan dalam aksesibilitas, efisiensi waktu, dan fleksibilitas dalam mobilitas sehari-hari. Kota-kota seperti Jakarta, Surabaya, dan Makassar mengalami peningkatan signifikan dalam penggunaan layanan transportasi online seiring dengan meningkatnya kebutuhan mobilitas penduduk serta pertumbuhan urbanisasi yang pesat (Putra et al., 2020). Dalam konteks ini, memahami perkembangan layanan transportasi online di luar kawasan metropolitan menjadi hal yang penting untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai transformasi mobilitas masyarakat di Indonesia. Salah satu wilayah yang menarik untuk dijadikan objek penelitian adalah Kota Ternate, sebuah kota yang tengah berkembang di kawasan timur Indonesia, dengan kondisi geografis kepulauan serta karakteristik mobilitas yang unik (Pratomo & Praciwi, 2020). Peningkatan signifikan dalam penggunaan layanan transportasi berbasis aplikasi di Ternate dalam beberapa tahun terakhir tidak terlepas dari pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatnya sektor pariwisata, serta dorongan digitalisasi dalam penyediaan layanan publik. Fenomena ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi transportasi tidak hanya terbatas di kota-kota besar, tetapi juga mulai merambah ke kota-kota berkembang di wilayah timur Indonesia (Nikensari & Pratiwi, 2024).

Salah satu kota yang mengalami pertumbuhan pengguna transportasi online adalah Kota Ternate (Wulandari & Arsyad, 2022). Sebagai kota yang berkembang dengan aktivitas ekonomi dan mobilitas masyarakat yang semakin dinamis, permintaan terhadap layanan transportasi online terus meningkat. Platform seperti Gojek, Grab, Maxim, dan InDriver semakin diminati oleh masyarakat karena menawarkan kenyamanan, aksesibilitas, serta harga yang bersaing sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Leonardo 2021). Oleh sebab itu, menjadikan Ternate sebagai fokus kajian tidak hanya memberikan kontribusi dalam ranah akademik, tetapi juga memiliki signifikansi praktis, mengingat minimnya penelitian sebelumnya yang mengulas dinamika transportasi online di tingkat lokal.

InDriver merupakan sebuah aplikasi berbasis online yang menyediakan layanan transportasi berbasis pengemudi atau pemilik kendaraan pribadi. Aplikasi ini bukanlah produk asli Indonesia, melainkan berasal dari Rusia. Sosok di balik pendirian dan kepemimpinan InDriver adalah Arsen Tomsky, seorang lulusan Stanford University, yang menjabat sebagai CEO sekaligus pendiri perusahaan tersebut. Di Indonesia, InDriver mulai resmi beroperasi pada tanggal 8 Agustus 2019, sebagai respon terhadap meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan transportasi online yang praktis dan efisien. Perusahaan ini menyediakan sejumlah pilihan moda transportasi, termasuk motor serta mobil. Pelayanan yang banyak diterapkan oleh masyarakat ialah jasa transportasi online InDriver, yang memberikan

tawaran berbagai pilihan seperti mobil, sepeda motor, layanan kargo, dan pengiriman kurir.

Dalam konteks metode sistem penentuan harga, InDriver memiliki keunikan yang menetapkan sistem negosiasi harga antara penumpang dan pengemudi. Sistem ini memungkinkan pelanggan untuk menentukan harga awal yang mereka tawarkan, kemudian pengemudi dapat menerima, menolak, atau memberikan tawaran harga baru (Razak, 2024). Metode penetapan negosiasi ini memberikan fleksibilitas bagi pengguna dalam menentukan tarif yang dianggap sesuai dengan kemampuan mereka. Berbeda dengan beberapa platform transportasi online di Indonesia, seperti Gojek, Grab, dan Maxim yang menggunakan sistem tarif berbasis algoritma yang menghitung harga berdasarkan jarak, waktu tempuh, dan kondisi lalu lintas secara real-time (Tampubolon, 2025).

Dengan sistem penetapan harga tersebut maka berdampak pada persepsi harga karena memberikan rasa kontrol dan transparansi yang lebih besar kepada pengguna, sehingga menciptakan kesan bahwa harga yang dibayarkan lebih adil dan sesuai (Wijaya, 2023). Transportasi berbasis aplikasi seperti InDriver di Kota Ternate memberikan dampak positif yang berarti bagi industri kepariwisataan. Para wisatawan, baik dari pengunjung lokal maupun mancanegara, memanfaatkan jasa transportasi ini secara luas untuk mencapai destinasi wisata terkenal di wilayah tersebut, termasuk Benteng Oranje, Pantai Sulamadaha, Danau Tolire, dan Gunung Gamalama. Para pengunjung menilai bahwa mekanisme penentuan tarif yang jelas dan dapat disesuaikan ini

memberikan kemudahan dalam menyusun rencana wisata yang ekonomis dan efektif (Dishub Ternate, 2025a).

Persepsi harga adalah salah satu faktor penting yang turut berperan dalam memengaruhi pilihan konsumen terhadap layanan transportasi berbasis aplikasi adalah bagaimana mereka memandang atau menilai harga yang ditawarkan. Menurut Ahmed et al. (2023) menyatakan bahwa persepsi harga yang kompetitif dan berdasarkan nilai yang dirasa konsumen, hal ini akan mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan layanan tersebut. Persepsi harga merupakan penilaian dari pelanggan terkait harga yang diberikan ke penjual, serta bagaimana harga tersebut daripada harga dari pihak lain. Hal ini mencakup aspek emosional yang berkaitan dengan apakah harga tersebut dianggap wajar atau dapat dibenarkan (Siahan et al., 2021). Dalam konteks transportasi online, pelanggan cenderung membandingkan harga yang ditawarkan oleh berbagai platform sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu layanan. Hal ini juga terjadi oleh para wisatawan di Ternate yang sering melakukan perbandingan biaya antara berbagai platform aplikasi guna menentukan pilihan layanan yang paling terjangkau dan memberikan kenyamanan optimal.

Menurut Dishub Ternate (2025b), para pengunjung merasa terbantu dengan adanya opsi metode negosiasi harga atau mekanisme penetapan biaya secara langsung, karena hal ini memungkinkan mereka untuk menyesuaikan pengeluaran selama masa kunjungan. Oleh karena itu, keberagaman sistem penetapan harga ini menunjukkan bahwa dalam layanan transportasi online

aspek persepsi harga menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan karena pelanggan cenderung memilih layanan yang menawarkan nilai terbaik berdasarkan pandangan mereka mengenai keseimbangan biaya yang dikeluarkan (Nugroho & Winarno 2022).

Kepuasan pelanggan menjadi faktor utama dalam keberlanjutan bisnis transportasi online. Kepuasan pelanggan mencerminkan sejauh mana harapan pengguna terhadap layanan yang diberikan dapat terpenuhi atau bahkan terlampaui. Menurut Musa (2022), kepuasan pelanggan dipengaruhi berbagai aspek, seperti kualitas pelayanan, persepsi harga, kepercayaan, dan loyalitas mengenai suatu merek. Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan retensi pengguna terhadap suatu platform, yang pada akhirnya berdampak pada keberlangsungan bisnis transportasi online (Darman et al., 2024). Dalam konteks transportasi online, jika persepsi harga dipandang terjangkau atau murah oleh pengguna, maka tingkat kepuasan pelanggan cenderung meningkat. Sebaliknya, apabila pengguna mempresepsikan harga layanan transportasi online terlalu tinggi, tingkat kepuasan pelanggan akan menurun secara proporsional (Wijaya 2023).

Kehadiran aplikasi transportasi online di Kota Ternate memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan para wisatawan melalui kemudahan untuk mencapai destinasi wisata yang sebelumnya mengalami keterbatasan akses transportasi umum. Berbagai kemudahan seperti sistem pemantauan posisi real-time, kemudahan dalam melakukan pemesanan, serta transparansi tarif yang dapat diketahui sebelum melakukan perjalanan menciptakan rasa

percaya dan kenyamanan bagi para wisatawan ketika memanfaatkan jasa transportasi tersebut (Dishub Ternate, 2025b). Oleh sebab itu, penyedia layanan transportasi online <sup>133</sup> harus sangat memperhatikan kepuasan pelanggan, karena hal ini berdampak langsung pada kualitas layanan yang mereka tawarkan (Prasetyo & Adriani, 2023).

Faktor lain selain persepsi harga memengaruhi bagaimana pelanggan menilai dan merasakan pengalaman mereka dalam menggunakan suatu layanan. Kualitas pelayanan ialah semua <sup>17</sup> karakteristik dari produk atau jasa serta kemampuannya dalam memenuhi harapan konsumen, baik yang dinyatakan maupun yang tidak dinyatakan (Pitaloka & Wati, 2023). Menurut Oktarini (2020) kualitas pelayanan sebagai tingkat mutu layanan yang disediakan InDriver kepada konsumennya berdasarkan standar prosedur yang telah ditetapkan. Pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan menjadi tujuan utama dari kualitas pelayanan tersebut, sehingga dapat menumbuhkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan penyedia jasa. Layanan berkualitas menjadi faktor <sup>13</sup> penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara InDriver dan pelanggannya.

Dalam rangka mendukung pengembangan pariwisata, Pemerintah Kota Ternate mengambil inisiatif dengan memberikan pelatihan kepada pengemudi transportasi online, agar mereka dapat menyampaikan informasi seputar destinasi wisata secara langsung kepada penumpang. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan mutu layanan dengan menambahkan elemen interaksi personal serta pengalaman edukatif bagi para wisatawan (Djamaluddin, 2019).

Oleh karena itu, penilaian terhadap kualitas pelayanan tidak hanya terbatas pada aspek operasional, tetapi juga mencakup dimensi emosional dan informasi yang disampaikan selama perjalanan berlangsung.

Dalam konteks aspek kualitas pelayanan, menurut penelitian oleh Kevin (2022) mengatakan bahwa kualitas pelayanan pengguna InDriver sering mengalami ketidakpuasan terhadap beberapa aspek layanan, termasuk kebersihan kendaraan yang kurang terjaga, dan keterbatasan metode pembayaran yang hanya menerima uang tunai. Berbeda dengan Grab dan Gojek, yang menunjukkan performa yang lebih baik dengan standar pelayanan superior dalam berbagai aspek, mulai dari kebersihan kendaraan, keramahan pengemudi, dan kemudahan akses layanan pelanggan. Keunggulan ini tercermin konsisten melalui penilaian dan ulasan positif dari pengguna di berbagai platform aplikasi (Syarifuddin 2021).

Peningkatan kualitas layanan di Ternate terus diupayakan melalui kolaborasi antara penyedia transportasi online dan sektor pariwisata lokal. Dinas Perhubungan Kota Ternate (2025a), menyatakan bahwa penggunaan platform transportasi online sebagai komponen dari ekosistem pariwisata terintegrasi merupakan strategi penting untuk membangun kualitas layanan yang positif sekaligus meningkatkan tingkat kepuasan secara berkesinambungan, baik bagi warga setempat maupun bagi wisatawan dari lokal dan wisatawan mancanegara.

Berikut tabel kebaruan penelitian sebagai berikut:

Kebaruan Penelitian
---------------------

Aspek	Kebaruan	Diferensiasi dari penelitian sebelumnya
Konteks	Meneliti kepuasan pelanggan pada pengguna InDriver di kota Ternate	Fokus pada sistem penetapan berbasis algoritma yang di tetapkan dari aplikasi, belum spesifik membahas tentang sistem negosiasi harga di kota Ternate. Seperti Salatiga (Anisa et al., 2021), Jambi (Igustiani et al., 2023), dan Depok (Putra et al., 2024).
Sampel	Pengguna InDriver di Kota Ternate	Sampel pengguna InDriver berbasis sistem penetapan negosiasi masih jarang digunakan dalam penelitian sejenis seperti sistem penetapan harga berbasis algoritma dari aplikasi (Anisa et al., 2021), Depok (Putra et al., 2024), dan Jambi (Igustiani et al., 2023).
Hasil Penelitian	Mengkaji tentang kualitas pelayanan serta persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan transportasi online InDriver.	Temuan hasil penelitian sebelumnya: Adnyana & Suprapti (2018) menerangkan yakni kualitas layanan memengaruhi positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan, Oktarini (2019) menemukan kualitas layanan dan harga memengaruhi positif pada kepuasan pelanggan, dan Anisa et al., (2021) menerangkan yakni kualitas pelayanan serta persepsi harga memengaruhi signifikan pada kepuasan pelanggan.

**Tabel 1.1 Kebaruan Penelitian**

Berdasarkan gambar 1.1 tentang kebaruan penelitian terdahulu di atas, terdapat beberapa aspek yang membedakan penelitian ini dengan yang sudah dilaksanakan. Penelitian terdahulu lebih banyak membahas sistem penetapan harga tetap berbasis algoritma yang diterapkan aplikasi seperti di kota Salatiga, Jambi, dan Depok, maka penelitian ini secara khusus meneliti kepuasan pelanggan pengguna aplikasi InDriver di kota Ternate, yang menggunakan sistem negosiasi harga. Sampel dalam penelitian ini juga diambil langsung dari pengguna InDriver di Ternate. Selain itu, penelitian ini mengulas bagaimana kualitas layanan serta persepsi harga memengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini melengkapi hasil-hasil dari Adnyana & Suprapti (2018), Oktarini (2019), dan Anisa et al. (2021) yang sebelumnya telah membuktikan ada pengaruh positif diantara variabel

tersebut, tetapi dalam konteks sistem harga berbasis algoritma yang diterapkan oleh aplikasi.

Urgensi penelitian ini penting dilakukan karena sistem negosiasi harga yang diterapkan oleh InDriver menawarkan pengalaman yang berbeda dibandingkan aplikasi lain yang menggunakan sistem harga tetap berbasis algoritma, seperti yang sudah banyak diteliti oleh penelitian terdahulu di kota-kota seperti Salatiga, Jambi, dan Depok. Dengan penelitian ini, kita bisa mendapatkan pemahaman baru tentang bagaimana kualitas layanan, persepsi harga, serta kepuasan konsumen saling memengaruhi dalam situasi yang lebih fleksibilitas dan interaktif. Sistem negosiasi memberikan pengguna kebebasan untuk menentukan harga sendiri, yang dapat membentuk pandangan mereka terhadap rasa keadilan dan kepuasan yang dirasakan, berbeda dengan sistem harga tetap berbasis algoritma. Penelitian ini juga ingin melihat sejauh mana kualitas layanan serta persepsi harga berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan dalam sistem negosiasi. Hasilnya diharapkan bisa menjadi panduan yang berguna dalam mengembangkan layanan transportasi online serupa dan menyusun kebijakan yang lebih berdasarkan harapan masyarakat di daerah seperti Ternate.

<sup>159</sup>  
Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka peneliti menetapkan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Transportasi Online InDriver di Kota Ternate.**"

#### **B. Rumusan Masalah**

<sup>156</sup> Berdasarkan pemaparan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini penting dilakukan karena sistem negosiasi harga yang diterapkan oleh InDriver menawarkan pengalaman yang berbeda dibandingkan aplikasi lain yang menggunakan sistem harga tetap berbasis algoritma, seperti yang sudah banyak diteliti oleh penelitian terdahulu di kota-kota seperti Salatiga, Jambi, dan Depok. Dengan penelitian ini, kita bisa mendapatkan pemahaman baru tentang bagaimana <sup>9</sup> kualitas layanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan saling memengaruhi dalam situasi yang lebih fleksibilitas dan interaktif. Sistem negosiasi memberikan pengguna kebebasan untuk menentukan harga sendiri, yang dapat membentuk pandangan mereka terhadap rasa keadilan dan kepuasan yang dirasakan, berbeda dengan sistem harga tetap berbasis algoritma. Penelitian ini juga ingin melihat <sup>2</sup> sejauh mana kualitas pelayanan dan persepsi harga berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan dalam sistem negosiasi. Hasilnya diharapkan bisa menjadi panduan yang berguna dalam mengembangkan layanan transportasi online serupa dan menyusun kebijakan <sup>149</sup> yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat di daerah seperti Temate.

<sup>30</sup> Berdasarkan uraian di atas maka yang menjadi pertanyaan dalam rumusan masalah adalah sebagai berikut:

- <sup>1</sup> 1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi online InDriver di Kota Temate?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi online InDriver di Kota Temate?

3. Apakah kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi online InDriver di Kota Ternate?

#### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi online InDriver di Kota Ternate.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi online InDriver di Kota Ternate.
3. Untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi online InDriver di Kota Ternate.

#### D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat baik dari segi teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini bertujuan untuk menambahkan wawasan akademik dalam bidang pemasaran jasa, khususnya mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam konteks yang lebih luas.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur mengenai manajemen kualitas layanan dan strategi penetapan harga

dalam industry transportasi online berbasis aplikasi, terutama di kota Temate

## 2. Manfaat Praktis

- a. Diharap penelitian ini bisa memberi informasi untuk perusahaan transportasi online inDriver, hasil penelitian ini bisa diterapkan untuk bahan evaluasi guna menaikkan kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga. Dengan memahami faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, perusahaan dapat mengoptimalkan pelayanan mereka supaya berdasarkan keinginan masyarakat.
- b. Diharapkan hasil penelitian dapat menjadi informasi untuk pemerintah, <sup>3</sup> hasil penelitian ini bisa dijadikan acuan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung perkembangan jasa transportasi online, serta meningkatkan kualitas layanan dan persepsi harga yang diberikan pada masyarakat.
- c. Diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi sumber yang berharga untuk penelitian berikutnya, hasil penelitian ini bisa memberikan wawasan baru serta referensi untuk studi lebih lanjut mengenai kepuasan pelanggan dalam industri transportasi online, serta mendorong pengembangan teori-teori baru dalam bidang ini.

## E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki cakupan dan batasan tertentu agar tetap fokus dalam menjawab rumusan masalah. Adapun ruang lingkup dan batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Ruang Lingkup Penelitian

- a. Penelitian ini berfokus pada layanan transportasi online InDriver di Kota Ternate, dengan objek penelitian berupa pelanggan yang telah menggunakan layanan ini.
- b. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini mencakup dua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan persepsi harga, serta satu variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan.
- c. Data dikumpulkan melalui survei kuesioner yang akan disebarkan kepada pelanggan InDriver di Kota Ternate dalam periode tertentu, untuk mengetahui persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan, persepsi harga, serta kepuasan mereka terhadap layanan tersebut.

### 2. Batasan Penelitian

- a. Penelitian ini berfokus kepada kualitas pelayanan dan persepsi harga, sehingga variabel lain yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan tidak diteliti dalam studi ini.
- b. Penelitian ini berfokus pada pelanggan layanan InDriver, sehingga tidak mencakup perspektif pengemudi, manajemen perusahaan, maupun regulator transportasi online.

- c. <sup>138</sup> Penelitian ini hanya dilakukan di Kota Ternate, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasikan ke wilayah lain dengan karakteristik pengguna yang berbeda.
- d. <sup>107</sup> Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang mana data digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui survei kuesioner.

**METODE PENELITIAN****A. Desain Penelitian**

Penelitian ini dikategorikan untuk studi *survei* yang memakai pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dipilih untuk melakukan analisis terhadap sekelompok populasi atau sampel tertentu dijadikan objek studi melalui prosedur pengumpulan data yang dilakukan dengan memanfaatkan instrumen penelitian yang telah disusun secara sistematis sebelumnya. Informasi yang dikumpulkan berbentuk data numerik atau statistik, yang selanjutnya diolah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2019). jenis data yang dipakai termasuk ke dalam kategori data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber aslinya tanpa melalui perantara atau pihak ketiga. Pengumpulan data dilakukan secara independen untuk memastikan keaslian serta relevansi informasi yang diperoleh terhadap tujuan penelitian.

Dalam studi ini, dimensi waktu yang diterapkan ialah *cross-sectional*. Dimensi waktu ini diterapkan dalam melakukan pada satu titik waktu (*cross-sectional*), dimana proses dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan pengguna indriver di kota Ternate. Untuk mengolah data yang sudah didapat, peneliti akan menerapkan bantuan *software* SPSS.

**B. Tempat Dan Waktu Penelitian****1) Tempat**

Tempat penelitian ini adalah Kota Ternate, Provinsi Maluku Utara

## 2). Waktu

No	Kegiatan	Bulan					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Bab I	■	■	■			
2	Bab II		■	■			
3	Bab III		■	■			
4	Seminar Proposal				■		
5	Revisi Pasca Seminar Proposal				■	■	
6	Penelitian				■	■	
7	Bab IV dan V					■	■
8	Sidang Skripsi						■

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

19

### C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), definisi operasional variabel merupakan segala hal yang secara spesifik ditetapkan oleh peneliti sebagai objek kajian, dengan tujuan agar informasi mengenai aspek tersebut dapat dikumpulkan, dianalisis, dan ditarik kesimpulan. Dalam studi ini, variabel yang dianalisis terdiri atas dua variabel bebas, yaitu kualitas layanan dan persepsi harga, serta satu variabel terikat, yakni kepuasan pelanggan. Dibawah yakni tabel definisi operasional variabel penelitian ini:

Tabel 3. 2 Definisi Variabel Operasional Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
<b>Kualitas Pelayanan</b>  Kualitas pelayanan ialah mutu layanan dari InDriver pada pelanggan sesuai dengan standar prosedur pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar loyal terhadap penyedia layanan.  <b>Anisa et al., (2021).</b>	Penampilan dan atribut	- Penampilan driver bersih dan rapi. - Jaket InDriver menarik.	Skala Likert 1-5
	Ketepatan dan ketersediaan	- Pelayanan tepat waktu dan tersedia saat dibutuhkan.	
	Responsif	Pelayanan cepat dan sigap.	
	Keselamatan	- Driver tidak negbut di jalan - Driver mengetahui lokasi tujuan	
	Sikap dan etika	Pelayanan sopan dan ramah.	
<b>Persepsi Harga</b>  Persepsi harga dapat diartikan sebagai pandangan atau penilaian yang diberikan oleh pelanggan terhadap besarnya tarif layanan InDriver, di mana tarif tersebut dianggap wajar, terjangkau, dan sebanding dengan mutu pelayanan yang mereka terima.  <b>Anisa et al., (2021)</b>	Keterjangkauan	Tarif InDriver terjangkau	
	Kesesuaian nilai dengan layanan	Tarif InDr <sup>108</sup> sesuai dengan pelayanan yang diberikan	
	Perbandingan relative	Tarif sesuai dengan jasa yang diberikan	
	Keseimbangan biaya dan manfaat	Tarif sesuai dengan jasa yang diberikan	
<b>Kepuasan Pelanggan</b>  Kepuasan pelanggan adalah Tingkat perbandingan antara harapan pelanggan dengan	Kesesuaian harapan	Kualitas pelayanan sudah baik.	
	Rekomendasi social	Kualitas layanan seperti yang dikatakan teman.	

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
hasil kerja atau layanan yang diterima, mencakup kesesuaian harapan, pemakaian ulang, dan rekomendasi.  Anisa et al., (2021)	Informasi dari media	Kualitas layanan sesuai iklan/internet	
	Kesesuaian harapan	Pelayanan memenuhi ekspektasi.	
	Manfaat layanan	Layanan yang diberikan InDriver sangat bermanfaat.	

140

#### D. Populasi Dan Sampel

##### 1. Populasi

Eviani dan Hidayat (2021) menjelaskan bahwa populasi merupakan himpunan dari objek maupun subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan dasar untuk penarikan generalisasi, yang kemudian dapat diteliti guna memperoleh kesimpulan. Dalam studi ini, populasi dijadikan objek studi adalah masyarakat Kota Ternate yang memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan transportasi online InDriver.

##### 2. Sampel

Pendapat Eviani & Hidayati (2021), sampel adalah obyek yang akan menjadi sebagai responden pada penelitian serta diharapkan bisa mewakili semua populasi. Dalam konteks ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode Non-Probability Sampling dengan pendekatan purposive sampling. Menurut penjelasan Sugiyono (2019),

Non-Probability Sampling merupakan metode pemilihan sampel di mana tidak semua unsur atau anggota dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi bagian dari sampel penelitian. Sampel pada penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria responden seperti pengguna yang telah melakukan transaksi pembelian menggunakan layanan transportasi online InDriver setidaknya satu kali di Kota Ternate, berusia (17-45 tahun), jenis kelamin (laki-laki/perempuan), Pendidikan atau pekerjaan, dan berdomisili di Kota Ternate. Jumlah responden yang ditargetkan pada penelitian ini ialah minimal 160 orang, yang di tentukan dengan menggunakan rumus SI

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

E = Tingkat kesalahan atau margin error (5%)

Dengan asumsi jumlah populasi (N) tidak diketahui secara pasti namun cukup besar, dan tingkat kesalahan (e) sebesar 0,05, maka untuk tujuan minimum responden, digunakan pendekatan jumlah indikator dikalikan 10 (Hair et al., 2021). Jika terdapat 16 indikator dalam kuesioner, maka:

$$n = 16 \times 10 = 160 \text{ responden}$$

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Pemilihan Pemilihan metode pengumpulan data yang sesuai dengan penelitian sangat penting karena dapat menjamin bahwa analisis data yang diperoleh sesuai standar yang diharapkan (Sugiyono, 2020). Pada studi ini, peneliti menerapkan berbagai metode pengumpulan data, seperti angket (kuesioner), survei online, dan google form. Kuesioner tersebut akan disebarluaskan kepada individu yang memenuhi kriteria dengan memanfaatkan google form.

Dalam pengukuran yang diterapkan ialah skala likert. Pengukuran ini dimanfaatkan untuk menilai sikap, pandangan, serta pemahaman individu ataupun kelompok terhadap suatu peristiwa atau fenomena yang berkaitan dengan masyarakat (Sugiyono, 2018). Interval skala likert yang diaplikasikan pada penelitian ini ialah 1-5. Berikut pemberian skor untuk jawaban kuesioner.

<sup>14</sup>  
Tabel 3. 3 Keterangan Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat tidak setuju (STS)	1
2	Tidak setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

#### F. Teknis Analisis

Alat yang digunakan pada analisis data oleh peneliti adalah alat statistik SPSS yang merupakan perangkat lunak komprehensif untuk analisis data. SPSS merupakan salah satu dari beragam metode untuk menyelesaikan berbagai jenis analisis statistik dan SPSS ini lebih efisien

jika dibandingkan dengan alat analisis statistik lainnya. Menurut Ghozali (2018), SPSS memiliki tingkat fleksibilitas yang mumpuni dalam pengolahan data berbagai jenis penelitian, serta dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan berbagai uji statistik terhadap variabel yang kompleks, sehingga pada implementasinya di bidang ilmu sosial banyak peneliti yang sering menggunakan SPSS dalam penelitian mereka.

SPSS merupakan suatu *software* analisis yang cukup baik atau mumpuni dalam menganalisis, karena menyediakan berbagai teknik analisis statistik yang komprehensif. Menurut Santoso (2019), SPSS dapat digunakan untuk berbagai ukuran sampel dan menyediakan berbagai uji asumsi yang memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data. Dalam menganalisis data, SPSS memberikan hasil yang akurat dan dapat diandalkan, sehingga cocok digunakan untuk melakukan penelitian baik yang bersifat deskriptif maupun inferensial. Sebagaimana dikemukakan oleh Priyatno (2016), SPSS seringkali digunakan dalam penelitian untuk melakukan berbagai uji statistik dan menjelaskan suatu hubungan keterikatan antar variabel penelitian.

## **I. Uji Instrumen Penelitian**

### **a. Uji Validitas**

Uji ini diterapkan guna menguji sampai manakah kuisisioner bisa dianggap sah ataupun valid (Ghozali, 2018). Suatu kuisisioner dianggap valid bila pernyataan ataupun pertanyaan yang diajukan bisa mengungkap apa yang ingin diukur oleh kuisisioner. Uji validitas untuk setiap item dilakukan melalui

analisis sistem, yakni dengan menggabungkan skor dari tiap item atau soal dengan skor total yang menjadi jumlah dari semua item. Dalam studi ini, uji validitas akan dilaksanakan dengan program SPSS oleh peneliti.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Bila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka item tersebut dinyatakan valid.
- 2) Bila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka item itu dianggap tidak valid

#### b. Uji Reliabilitas

Ghozali (2018) menerangkan reliabilitas yakni alat pengukuran suatu kuisioner yang menjadi indikator dari variabel. Suatu kuisioner dianggap valid bila jawaban individu atas pertanyaan dianggap stabil seiring berjalannya waktu (Ghozali, 2018). Sebuah variabel dapat dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai jika nilai *Cronbach's alpha* diperoleh sangat besar dari 0,60.

#### G. Uji Asumsi Klasik

Uji ini memiliki tujuan yakni guna mengevaluasi kondisi data yang diterapkan pada penelitian, sehingga dapat didapat model analisa yang sesuai. Untuk mendapat hasil regresi yang baik, data harus memenuhi berbagai uji asumsi yang dibutuhkan yakni uji normalitas serta bebas dari multikolinieritas dan heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

##### a) Uji Normalitas

Pendapat Ghozali (2018), uji ini diterapkan guna menentukan apakah kedua variabel (bebas serta terikat) berdistribusi normal ataupun tidak. Untuk mengevaluasi apakah residual dalam model

regresi berdistribusi normal, digunakan pengujian non-parametrik dengan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji ini bertujuan memeriksa distribusi data dalam model regresi. Apabila nilai Asymp. Sig. yang dihasilkan sangat besar dari 0,05, maka data dapat mengikuti distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi yang diperoleh berada di bawah angka 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual tidak berdistribusi normal.

#### b) Uji Multikolonieritas

Hasil dari pengujian ini adalah untuk menelaah apakah ada hubungan atau keterkaitan antara sesama variabel bebas dalam model regresi yang telah dirumuskan. Pada prinsipnya, sebuah model regresi yang ideal seharusnya menunjukkan bahwa antar variabel independent tersebut tidak memiliki hubungan saling memengaruhi satu sama lain. Ketika hubungan antar variabel independen cukup kuat, maka akurasi koefisien regresi akan menurun. Kondisi tersebut disebut sebagai multikolinearitas. Untuk mendeteksinya, digunakan indikator nilai tolerance serta VIF. Bila tolerance berada di bawah 0,10 serta VIF melebihi angka 10, maka bisa ditarik kesimpulan yakni terjadi multikolinieritas. Kebalikannya, Menurut Ghazali (2018), suatu model regresi dapat dinyatakan bebas dari indikasi multikolinearitas apabila nilai tolerance melebihi 0,10 dan nilai VIF berada di bawah angka 10.

#### c) Uji Heteroskedasitas

Menurut Ghozali (2018), tujuan dari pengujian heteroskedastisitas adalah untuk mengidentifikasi dalam model regresi yang digunakan terdapat ketidaksamaan varian residual di antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Ketika variansinya tidak seragam, kondisi ini dikenal sebagai heteroskedastisitas. Salah satu pendekatan yang diterapkan guna mengidentifikasi masalah ini ialah Uji Park, yakni dengan melakukan regresi terhadap logaritma natural dari nilai residual yang telah dikuadratkan ( $\ln e_i^2$ ). Tujuan dari pengujian Park ialah untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Adapun kriteria pengujian Park menurut Ghozali (2018), sebagai berikut:

- 1) Bila nilai probabilitas  $> 5\%$  (0,05) maka dianggap tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- 2) Bila nilai probabilitas  $< 5\%$  (0,05) maka dianggap terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### H. Uji Hipotesis Dan Analisis Data

##### a. Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan teknik analisis yang diterapkan guna melihat seberapa kuat pengaruh beberapa variable bebas pada satu variabel terikat. Pada studi ini, bentuk persamaan regresi yang diterapkan merujuk pada rumus yang dikemukakan oleh Sugiyono (2019), dengan rincian yakni:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y	: Kepuasan Pelanggan
a	: Konstanta
b <sub>1</sub> b <sub>2</sub>	: Koefisien Regresi
X <sub>1</sub>	: Kualitas Pelayanan
X <sub>2</sub>	: Persepsi Harga
e	: Error

## b. Uji Hipotesis

### 1. Uji t

Sebagaimana dijelaskan oleh Ghozali (2018), uji t yang kerap disebut pula sebagai uji parsial merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk menilai sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Dalam kerangka penelitian ini, digunakan uji t guna menelusuri kontribusi variabel Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan secara individu. Tujuan utama dari pengujian parsial ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan, dengan mengacu pada tingkat signifikansi 5% atau tingkat kepercayaan sebesar 95%. Berdasarkan landasan tersebut, maka hipotesis penelitian ini disusun sebagai berikut:

- Bila hasil nilai t hitung  $>$  t tabel serta  $p\text{-value} \leq 0.05$  maka H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa diantara kedua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan pada variable terikat.

## 2. Uji F

Pengujian F dimanfaatkan untuk mengevaluasi <sup>129</sup> Pertanyaan yang <sup>9</sup> dikaji dalam penelitian ini adalah apakah kombinasi antara variabel Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga secara bersama-sama berkontribusi signifikan terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan. Tujuan dari pengujian ini adalah <sup>47</sup> untuk menilai sejauh mana kedua variabel independen tersebut secara simultan berkontribusi dalam memengaruhi variabel dependen, yaitu tingkat kepuasan pelanggan.

- a. Apabila nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari atau sama <sup>131</sup> dengan <sup>1</sup> 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
- b. Jika tingkat signifikansi yang diperoleh melebihi <sup>67</sup> nilai 0,05, maka hal tersebut dapat diartikan bahwa secara bersama-sama kedua variabel tersebut tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghazali (2018) diterapkan guna menilai sampai manakah model bisa menerangkan variasi yang terjadi dalam variabel terikat berdasarkan variabel independen. Nilai  $R^2$  berada dalam rentang antara <sup>102</sup> 0 hingga 1. Apabila nilainya rendah, maka variabel bebas hanya memiliki kontribusi kecil dalam menggambarkan perubahan variabel terikat. Sebaliknya, nilai yang mendekati angka satu menerangkan yakni hampir semua variasi pada variabel terikat bisa diterangkan oleh

variable bebas. Ghozali (2018) juga menyajikan rumus perhitungan  $R^2$

yakni:  $R^2 = r^2 \times 100\%$

Keterangan:

$(R^2)$  adalah Koefisien determinasi

$(r^2)$  adalah Koefisien kuadrat korelasi gand

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

141

##### I. Deskripsi Objek Penelitian



Gambar 4.1 Logo Aplikasi InDriver

Sumber: [id.wikipedia.org](http://id.wikipedia.org)

Objek dalam studi ini adalah layanan transportasi online InDriver yang beroperasi di Kota Ternate, Provinsi Maluku Utara. InDriver merupakan salah satu platform transportasi berbasis aplikasi yang berasal dari Rusia dan mulai beroperasi secara aktif di Indonesia sejak tahun 2019. Berbeda dengan platform transportasi online lainnya seperti Gojek, Grab, atau Maxim yang menetapkan tarif berdasarkan algoritma jarak dan waktu, InDriver mengadopsi sistem penawaran harga langsung antara pengguna dan pengemudi. Sistem ini memungkinkan pengguna menentukan sendiri tarif perjalanan, yang kemudian dapat disetujui atau ditawar ulang oleh mitra pengemudi.

Layanan InDriver di Kota Ternate semakin diminati masyarakat karena memberikan kebebasan dalam negosiasi harga, serta kemudahan dalam akses transportasi, terutama di daerah dengan infrastruktur transportasi umum yang terbatas. Kota Ternate sebagai salah satu kota wisata dan pusat kegiatan ekonomi di wilayah timur Indonesia, mengalami pertumbuhan pengguna layanan transportasi daring yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir.

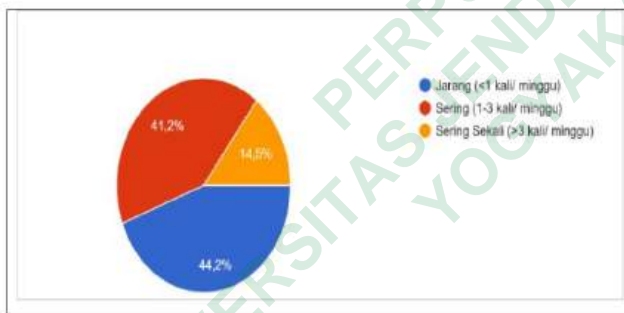
Penelitian ini memfokuskan pada respon pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan persepsi harga yang ditawarkan oleh InDriver, serta pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Layanan InDriver dinilai dari berbagai indikator seperti ketepatan waktu, keramahan driver, pengetahuan lokasi, hingga kenyamanan perjalanan. Sementara itu, persepsi harga dinilai berdasarkan tarif yang ditawarkan, keterjangkauan, dan kesesuaian harga terhadap layanan yang diberikan.

Objek penelitian ini menjadi relevan karena sistem penentuan harga berbasis negosiasi yang dimiliki InDriver masih tergolong unik dan belum banyak dikaji secara akademik, terutama di wilayah seperti Kota Ternate. Oleh sebab itu, mampu menyajikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana pengguna memandang kualitas layanan dan harga yang ditawarkan, serta bagaimana kedua aspek tersebut berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

## 2. Karakteristik Responden

Studi ini melibatkan sebanyak 161 responden penggunaan layanan transportasi online InDriver di Kota Ternate. Responden dipilih berdasarkan kriteria telah menggunakan layanan InDriver minimal satu kali, dengan penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui *Google Form*.

### a) Deskripsi Berdasarkan Frekuensi Penggunaan InDriver

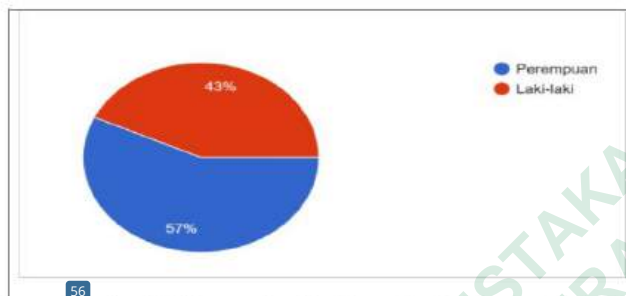


#### Gambar 4.2 Diagram Jumlah Berdasarkan Frekuensi Penggunaan InDriver

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Gambar 4.1, mengenai karakteristik responden dengan frekuensi penggunaan InDriver 1-3 kali dalam seminggu merupakan kelompok terbanyak, yaitu 47,2% dari total responden. Selain itu, 29,2% responden tercatat menggunakan layanan ini lebih dari 3 kali seminggu, mengindikasikan bahwa layanan InDriver menjadi pilihan utama dalam kebutuhan mobilitas mereka. Sementara itu, 23,6% responden mengaku jarang menggunakan layanan ini. Tingginya intensitas penggunaan menunjukkan bahwa InDriver mampu memberikan layanan yang konsisten dalam hal kenyamanan, efisiensi waktu, serta fleksibilitas biaya, sehingga menciptakan ketergantungan yang positif dari pengguna.

#### b) Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin

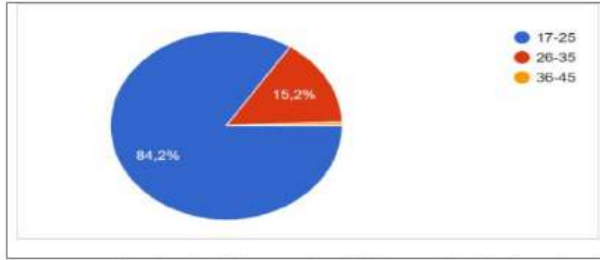


Gambar 4.3 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Gambar 4.3, mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terdapat 89 responden perempuan (57%), dan 72 responden laki-laki berjumlah (43%). Sehingga total keseluruhan responden 161 orang. Hal ini menunjukkan bahwa layanan transportasi online InDriver di Kota Ternate didominasi oleh responden perempuan.

#### c) Deskripsi Berdasarkan Usia

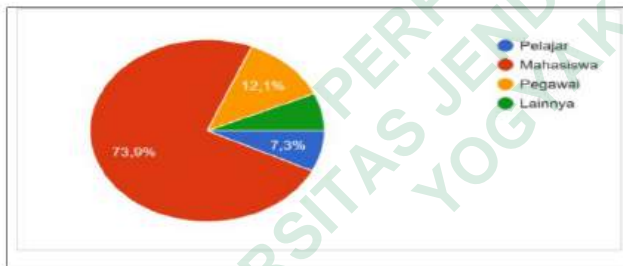


**Gambar 4.4 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Usia**

**Sumber : Diolah Peneliti,2025**

Pada Gambar 4.4 yang menyajikan data karakteristik responden berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden termasuk dalam rentang usia 17 hingga 25 tahun, dengan jumlah sebanyak 135 orang atau sekitar 84,2% dari total responden. Sementara itu, kelompok usia 26 sampai 35 tahun diwakili oleh 24 responden atau setara dengan 15,2. Di sisi lain, jumlah responden yang termasuk dalam kelompok usia 36 hingga 45 tahun tercatat sangat sedikit, yakni hanya sebanyak dua orang, sehingga mewakili proporsi paling kecil, yakni sebesar 0,6% dari total keseluruhan responden. Tidak terdapat responden dari usia di atas 45 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa layanan InDriver memiliki segmentasi pasar yang kuat di kalangan produktif dan berpendidikan, yang cenderung memilih layanan transportasi yang praktis, ekonomis, dan fleksibilitas sesuai dengan kebutuhan harian mereka.

**d) Status Pekerjaan**



**Gambar 4.5 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan**

**Sumber : Diolah Peneliti, 2025**

Berdasarkan visualisasi data yang ditampilkan pada Gambar 4.4, yang menggambarkan distribusi responden mahasiswa merupakan kelompok pengguna terbesar layanan InDriver, yaitu sebanyak 119 responden (73,9%) dari total responden. Selanjutnya, pegawai tercatat sebanyak 20 responden (12,1%), diikuti oleh kelompok lainnya sebanyak 12 responden (7,3%), yang mencakup pekerja informal, wiraswasta, atau ibu rumah tangga. Dan pelajar sebanyak 10 responden (6,2%) dari total responden. Data ini menunjukkan bahwa layanan InDriver sangat populer di kalangan mahasiswa, yang umumnya memiliki aktivitas mobilitas tinggi seperti berangkat ke kampus, tempat kerja paruh waktu, atau aktivitas sosial lainnya. Kelompok pegawai yang juga memiliki rutinitas harian menunjukkan preferensi terhadap layanan InDriver sebagai solusi transportasi yang praktis. Sementara itu, meskipun proporsi kelompok pelajar dan kategori lainnya lebih kecil, data ini tetap menggambarkan adanya segmentasi pasar yang beragam di Kota Ternate, di mana InDriver berhasil menjangkau berbagai lapisan masyarakat yang membutuhkan layanan transportasi fleksibilitas dan ekonomis dalam aktivitas keseharian mereka.

### 3. Deskripsi Variabel Penelitian

Sebelum dilakukan analisis regresi dan pengujian terhadap hipotesis, tahap awal dalam penelitian ini diawali dengan analisis statistik deskriptif. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menyajikan gambaran umum terkait karakteristik masing-masing variabel yang menjadi objek penelitian. Dalam proses analisis, ditampilkan sejumlah indikator statistik mencakup pengukuran nilai terendah, nilai tertinggi, serta standar deviasi dari masing-masing variabel. Variabel yang dianalisis meliputi Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Persepsi Harga ( $X_2$ ), dan Kepuasan Pelanggan ( $\bar{Y}$ ). Rincian hasil analisis statistik deskriptif untuk setiap variabel tersebut dapat dilihat secara lengkap pada tabel berikut:

**Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

Variabel	Item Pernyataan	Min	Max	Mean	Std. Dev
Kualitas Pelayanan (X1)	Pengemudi berpenampilan bersih dan rapi	1	5	4.31	0.89
	Jaket pengemudi mencerminkan profesionalisme	1	5	4.10	1.02
	Pengemudi datang tepat waktu	1	5	4.25	0.91
	Pengemudi cepat dan tanggap	1	5	4.22	0.88
	Pengemudi berkendara dengan aman	1	5	4.35	0.84
	Pengemudi memahami lokasi tujuan	1	5	4.28	0.86
	Pengemudi sopan dan ramah	1	5	4.45	0.76
Persepsi Harga (X2)	Layanan sesuai kebutuhan	1	5	4.33	0.81
	Sesuai cerita pengguna lain	1	5	4.14	0.92
	Sesuai promosi atau iklan	1	5	4.10	0.94
	Memenuhi ekspektasi	1	5	4.27	0.86
	Layanan bermanfaat untuk kebutuhan transportasi	1	5	4.39	0.79
Kepuasan Pelanggan (Y)	Layanan sesuai kebutuhan	1	5	4.33	0.81
	Sesuai cerita pengguna lain	1	5	4.14	0.92
	Sesuai promosi atau iklan	1	5	4.10	0.94
	Memenuhi ekspektasi	1	5	4.27	0.86
	Layanan bermanfaat untuk kebutuhan transportasi	1	5	4.39	0.79

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Merujuk pada tabel di atas, menyimpulkan bahwa seluruh variabel yang diteliti menunjukkan rata-rata skor di atas 4,00, menunjukkan kecenderungan responden untuk memberikan penilaian positif terhadap layanan InDriver di Kota Ternate. Pada variabel Kualitas Pelayanan, indikator dengan nilai rata-rata tertinggi adalah kesopanan dan keramahan pengemudi (4,45),

sedangkan yang terendah adalah jaket pengemudi mencerminkan profesionalisme (4,10). Untuk variabel Persepsi Harga, rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan layanan bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan transportasi (4,39), sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator kesesuaian dengan promosi atau iklan (4,10).

Sementara itu, pada variabel Kepuasan Pelanggan, pola yang sama juga terlihat dengan rata-rata tertinggi di pernyataan layanan bermanfaat untuk kebutuhan transportasi (4,39) dan rata-rata terendah pada kesesuaian dengan promosi atau iklan (4,10). Jika dilihat dari simpangan baku (standard deviation), nilai yang dihasilkan relatif kecil (berkisar antara 0,76 sampai 1,02). Kondisi tersebut menjelaskan bahwa jawaban responden cenderung homogen dan tidak memiliki penyebaran yang ekstrem. Dengan demikian, data dapat dikatakan konsisten dan representatif untuk melanjutkan ke tahap analisis regresi dan pengujian hipotesis.

81

## **B. Analisis Data**

### **I. Uji Instrumen**

#### **a. Uji Validitas**

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA

**Tabel 4.2 Uji Validitas**

Variabel	Item Soal	r hitung	r tabel	Nilai Sig.	Alpha 5%	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,800	0,1543	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,711		0,000		Valid
	X1.3	0,772		0,000		Valid
	X1.4	0,733		0,000		Valid
	X1.5	0,801		0,000		Valid
	X1.6	0,777		0,000		Valid
	X1.7	0,737		0,000		Valid
Persepsi Harga (X2)	X2.1	0,807	0,1543	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,850		0,000		Valid
	X2.3	0,773		0,000		Valid
	X2.4	0,771		0,000		Valid
Kepuasan Pelanggan (Y1)	Y1.1	0,841	0,1543	0,000	0,05	Valid
	Y1.2	0,771		0,000		Valid
	Y1.3	0,763		0,000		Valid
	Y1.4	0,762		0,000		Valid
	Y1.5	0,785		0,000		Valid

**Tabel 4.2 Uji Validitas**

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Hasil pengujian Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>), Persepsi Harga (X<sub>2</sub>), dan Kepuasan Pelanggan (Y<sub>1</sub>), diperoleh bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi daripada r tabel, yaitu 0,1543 pada tingkat signifikansi 5%. Selain itu, seluruh item juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berada jauh di bawah ambang signifikansi yang telah ditetapkan, karena mampu

secara akurat mengukur konstruk yang dimaksud dalam penelitian. Secara khusus, pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), nilai r hitung berada dalam kisaran antara 0,711 hingga 0,801, dengan item tertinggi terdapat pada X1.5 sebesar 0,801, yang berarti indikator tersebut sangat representatif terhadap variabel Kualitas Pelayanan. Begitu pula dengan variabel Persepsi Harga (X2), keseluruhan aitem sudah dinyatakan valid dengan nilai r hitung berkisar antara 0,771 hingga 0,850, di mana nilai tertinggi ditemukan pada item X2.2, yakni sebesar 0,850. Sementara itu, untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y1), nilai r hitung berada dalam rentang 0,762 sampai 0,841, dengan item Y1.1 menunjukkan nilai korelasi tertinggi sebesar 0,841. Seluruh hasil pengujian signifikansi menunjukkan nilai sebesar 0,000, yang secara statistik jauh berada di bawah ambang batas signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil tersebut menyimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada ketiga variabel telah memenuhi syarat validitas. Artinya, setiap item yang disusun dalam instrumen dinilai akurat dalam merepresentasikan konstruk yang hendak diukur dalam penelitian ini, sehingga dapat dinyatakan sah dalam mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat dan akurat. Oleh karena itu, seluruh item layak untuk digunakan dalam tahap pengujian reliabilitas serta analisis regresi lanjutan.

b. Uji Reliabilitas

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.935	16

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Merujuk uji reliabilitas yang dilakukan dalam metode *Cronbach's Alpha*, diperoleh nilai sebanyak 0,935 untuk keseluruhan instrumen penelitian yang memuat 16 item

pernyataan. Mengacu pada pendapat Nunnally (1978) dan Hair et al. (2010), nilai *Cronbach's Alpha* minimal 0,70 sudah dianggap mencerminkan reliabilitas yang baik, sedangkan nilai di atas 0,90 diklasifikasikan sebagai sangat tinggi atau excellent. Oleh karena itu, hasil pengujian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat kuat, sehingga layak dijadikan alat ukur dalam pengumpulan data penelitian, artinya setiap item pernyataan yang digunakan secara konsisten mengukur konstruk yang sama. Temuan ini semakin menegaskan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi kriteria reliabilitas yang diperlukan. Oleh karena itu, alat ukur tersebut dianggap sah untuk digunakan dalam tahap analisis berikutnya, karena data yang dihasilkan cenderung konsisten dan dapat dipercaya apabila dilakukan pengukuran secara berulang.

**2. Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Normalitas**

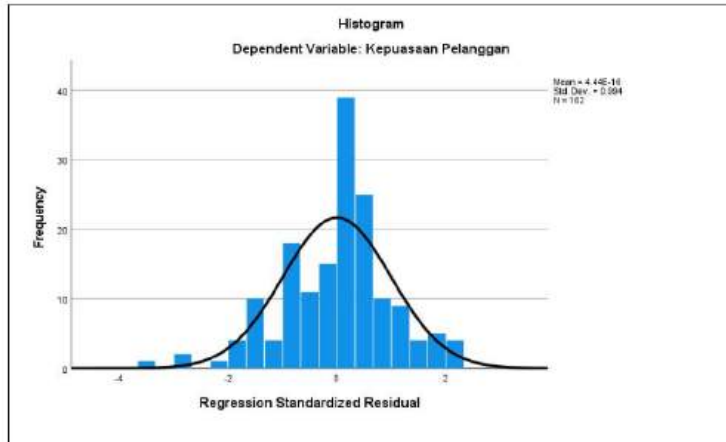
**Tabel 4.3 Uji Normalitas**

**Tabel 4.3 Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	161
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>	.001
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	.001
	Sig.
a. Test distribution is Normal.	

**Sumber : Diolah Peneliti, 2025**

Berdasarkan informasi yang tersaji dalam Tabel 4.3, hasil pengujian terhadap residual unstandardized melalui metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) Test memperlihatkan bahwa jumlah partisipan yang terlibat dalam analisis ini berjumlah 161 orang. Sementara itu, nilai rata-rata dari residual yang dihasilkan tercatat adalah 0,000000 dan standar deviasi adalah 2,2204. Nilai K-S Test Statistic tercatat sebesar 0,099 dengan <sup>34</sup> *Asymp. Sig. (2-tailed)* senilai 0,001, yang berarti angka signifikansi tersebut berada di bawah ambang batas 0,05. Secara statistik, hal ini menandakan bahwa data residual belum sepenuhnya mengikuti distribusi normal. Namun demikian, dalam konteks analisis regresi dengan jumlah responden yang cukup besar (lebih dari 30 sampel), kondisi penyimpangan ini masih dapat ditoleransi dalam pengujian model regresi, pelanggaran terhadap asumsi normalitas sering dianggap tidak terlalu berdampak serius apabila sebaran data secara visual masih mendekati distribusi normal (misalnya dari histogram atau P-P plot). Selain itu, nilai perbedaan ekstrem (most extreme differences) sebesar 0,099 menunjukkan deviasi kecil dari distribusi normal. Metode Monte Carlo juga menghasilkan signifikansi yang sama sebesar 0,001, dengan *confidence interval* 99% antara 0,000 hingga 0,002, yang memperkuat hasil tersebut. Oleh sebab itu, meskipun secara statistik residual tidak sepenuhnya normal, dalam konteks regresi dengan jumlah sampel besar, hasil ini masih dapat diterima dan model regresi tetap dinilai layak untuk digunakan karena pelanggaran normalitas tidak bersifat fatal atau mengganggu interpretasi model secara keseluruhan.



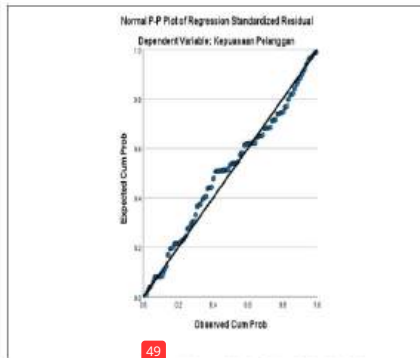
**Gambar 4.6 Grafik Histogram**

**Sumber : Diolah Peneliti, 2025**

Berdasarkan gambar 4.6 grafik histogram residual standar pada variabel Kepuasan Pelanggan, terlihat bahwa sebagian besar data residual terkonsentrasi di sekitar nilai nol dan membentuk pola distribusi yang menyerupai kurva normal (bell-shaped curve). Nilai rata-rata dari residual dalam model ini tercatat sebesar  $4,44E-16$ , yang menunjukkan bahwa angkanya sangat mendekati nol. Sementara itu, standar deviasi dari residual tersebut berada pada angka 0,994, yang mencerminkan tingkat penyimpangan residual dari nilai rata-rata relatif kecil menunjukkan bahwa distribusi residual cukup simetris di sekitar titik nol. Meskipun terdapat beberapa data yang berada di sisi kiri (negatif) dan kanan (positif) dari pusat distribusi, pola keseluruhan masih menggambarkan kecenderungan normalitas. Oleh sebab itu, distribusi nilai residual dalam model regresi ini cenderung mengikuti distribusi normal dan tidak menunjukkan adanya deviasi yang berarti dari pola distribusi normal secara statistik.

Dalam konteks analisis regresi, histogram ini mendukung asumsi normalitas residual secara visual, meskipun pengujian statistik *Kolmogorov-Smirnov* sebelumnya menunjukkan

nilai Asymp. Sig. = 0,001 (tidak normal secara sempurna). Namun, untuk sampel berjumlah besar seperti  $N = 161$ , hasil visual dari histogram ini tetap dapat diterima karena distribusinya mendekati normal dan tidak menunjukkan adanya outlier atau deviasi ekstrim yang berarti. Oleh sebab itu, model regresi dinilai layak digunakan, dan asumsi normalitas residual dapat dianggap terpenuhi secara praktis untuk keperluan analisis selanjutnya.



**Gambar 4. 7 Grafik P-Plot**

**Sumber : Diolah Peneliti, 2025**

Merujuk hasil pengujian normalitas melalui One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, analisis visual melalui histogram residual, serta pengamatan pada Normal P-P Plot, ditemukan bahwa residual dari model regresi terkait variabel Kepuasan Pelanggan secara statistik tidak sepenuhnya mengikuti pola distribusi normal. Hal ini didukung oleh nilai Asymp. Sig. sebesar 0,001, yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Namun demikian, hasil visualisasi histogram menyajikan bahwa pola distribusi residual membentuk kurva menyerupai lonceng (bell-shaped), dengan konsentrasi data yang sebagian besar berada di sekitar titik nol tanpa keberadaan outlier ekstrem. Selain itu, pola sebaran titik-titik residual pada P-P Plot tampak cukup mengikuti garis diagonal, yang menandakan bahwa penyimpangan terhadap normalitas bersifat kecil dan tidak menunjukkan pola tertentu yang

sistematis. Dengan mempertimbangkan jumlah sampel yang cukup besar ( $N=161$ ) dan hasil visualisasi data yang masih dalam batas toleransi. Dengan demikian, secara keseluruhan dapat diketahui bahwa asumsi normalitas residual sudah memenuhi dalam batas yang dapat diterima. Selain itu, <sup>124</sup> model regresi yang diterapkan dalam penelitian ini dinilai memenuhi syarat kelayakan serta validitas, sehingga dapat digunakan untuk melanjutkan ke tahap analisis berikutnya secara lebih mendalam.

#### <sup>116</sup> b. Uji Multikolinearitas

<sup>5</sup> Ghozali (2018) menyatakan bahwa Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk mendeteksi ada tidaknya hubungan atau korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi. Suatu model regresi dinilai layak apabila variabel-variabel bebas di dalamnya bersifat independen <sup>153</sup> satu sama lain, atau dengan kata lain tidak saling berkorelasi secara signifikan. <sup>77</sup> Untuk mendeteksi multikolinearitas, dapat dilakukan pengujian dengan menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai tolerance. <sup>4</sup> Apabila nilai VIF melebihi 10 dan nilai tolerance berada di bawah 0,10, maka hal tersebut merupakan indikasi kuat adanya multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10, maka model regresi tersebut dapat dinyatakan bebas dari permasalahan multikolinearitas.

100  
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	.483	2.071
Persepsi Harga	.483	2.071

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan model sebagai berikut:

Kepuasan Pelanggan = 2,543 + 0,400 (Kualitas Pelayanan) + 0,388 (Persepsi Harga). Nilai

konstanta sebesar 2,543 merepresentasikan bahwa ketika kedua variabel bebas, yakni

Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga, diasumsikan tidak berpengaruh atau bernilai nol,

maka tingkat Kepuasan Pelanggan tetap berada pada angka 2,543. Sementara itu, koefisien

regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan tercatat sebesar 0,400, dengan nilai t hitung

mencapai 8,628 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Temuan ini menegaskan bahwa

Kualitas Pelayanan memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Artinya, semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh InDriver, maka tingkat

kepuasan pelanggan pun cenderung meningkat. Di sisi lain, Persepsi Harga menunjukkan

nilai koefisien regresi sebesar 0,388, disertai t hitung sebesar 5,122 serta tingkat signifikansi

0,000. Temuan ini mengonfirmasi bahwa Persepsi Harga juga memberikan kontribusi positif

dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, semakin baik persepsi pelanggan

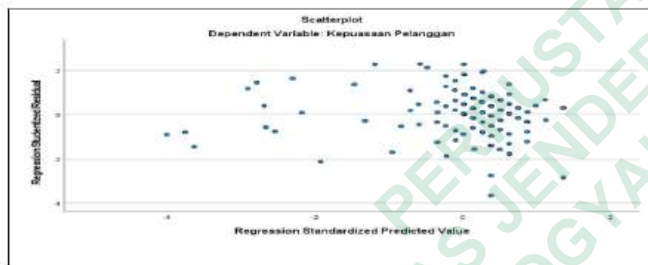
terhadap harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan.

Lebih lanjut, hasil pengujian multikolinearitas menyajikan nilai Tolerance untuk kedua

variabel independen adalah 0,483, sementara nilai Variance Inflation Factor (VIF) tercatat sebesar 2,071. Kedua nilai ini masih berada dalam rentang yang dapat diterima, mengingat nilai VIF di bawah angka 10 dan Tolerance melebihi ambang 0,1 merupakan indikator tidak adanya gejala multikolinearitas. Temuan ini menguatkan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari masalah korelasi tinggi antar variabel bebas. Oleh karena itu, baik variabel Kualitas Pelayanan maupun Persepsi Harga terbukti memberikan pengaruh signifikan, baik secara simultan maupun secara parsial, terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan pengguna layanan InDriver di wilayah Kota Ternate.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), menyatakan bahwa dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mendeteksi adanya ketidaksamaan varian residual antar observasi terhadap suatu model regresi. Untuk mengidentifikasi potensi gejala tersebut, dapat dilakukan dengan menggunakan metode Glejser atau melalui analisis visual menggunakan scatterplot. Apabila hasil pengamatan menunjukkan bahwa sebaran data tidak membentuk pola tertentu yang konsisten, maka kondisi tersebut dapat diartikan sebagai tidak adanya permasalahan heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 4. 8 Uji Scartterplot Heteroskedastisitas

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Mengacu pada hasil scatterplot antara residual studentized dan nilai prediksi terstandar, terlihat bahwa sebaran titik membentuk pola yang menyebar secara acak di sekitar garis horizontal nol tanpa membentuk pola tertentu seperti garis melengkung atau pola sistematis lainnya. Pola penyebaran tersebut menggambarkan bahwa asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi, di mana varians dari residual tetap konstan di sepanjang rentang nilai prediksi. Tidak ditemukannya pola khusus dalam scatterplot ini menjadi indikator bahwa model regresi bebas dari permasalahan heteroskedastisitas yang dapat mempengaruhi keakuratan estimasi koefisien regresi. Pendekatan regresi linier berganda dimanfaatkan untuk menguji hipotesis terkait sejauh mana pengaruh yang ditimbulkan oleh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

### C. Pengujian Hipotesis

#### I. Analisis Regresi Linear Berganda

Pendekatan regresi linier berganda dimanfaatkan untuk menguji hipotesis terkait sejauh mana pengaruh yang ditimbulkan oleh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Hubungan tersebut dapat dijelaskan melalui penyusunan model regresi linier berganda, yang secara umum dapat dinyatakan dalam bentuk rumus sebagai berikut:

**Tabel 4. 5 Analisis Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>		
		Unstandardized Coefficients	Collinearity Statistics	
Model		B	t	Sig.
1	(Constant)	2.543	2.657	.009
	Kualitas Pelayanan	.400	8.628	.000
	Persepsi Harga	.388	5.122	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pelanggan

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, penjelasan terkait model regresi dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 2,543 mengindikasikan bahwa apabila kedua variabel independent yakni Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga tidak memberikan pengaruh atau diasumsikan bernilai nol, maka nilai Kepuasan Pelanggan diproyeksikan tetap berada pada tingkat 2,543. Angka ini merepresentasikan tingkat dasar kepuasan yang ada tanpa adanya kontribusi dari kedua variabel tersebut.
- b. Secara empiris, variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terbukti memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,400. Artinya, apabila terjadi peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan diperkirakan akan bertambah sebesar 0,400, dengan catatan bahwa variabel bebas lainnya diasumsikan tetap atau tidak mengalami perubahan selama proses analisis.
- c. Variabel Persepsi Harga ( $X_2$ ) terbukti memberikan kontribusi positif terhadap Kepuasan Pelanggan, sebagaimana tercermin dari besarnya koefisien regresi yang mencapai 0,388. Dengan kata lain, apabila terjadi peningkatan sebesar satu unit dalam persepsi harga yang dimiliki pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan diperkirakan akan meningkat sebesar 0,388, dengan asumsi bahwa faktor-faktor independen lainnya tetap konstan atau tidak mengalami perubahan selama proses analisis.

## 2. Uji Parsial (t)

Pengujian t dimanfaatkan untuk mengevaluasi sejauh mana masing-masing variabel independen memberikan pengaruh secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Apabila hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka

dapat diinterpretasikan bahwa variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Selain itu, apabila nilai  $t$  hitung melebihi nilai  $t$  tabel, maka hal tersebut juga mengindikasikan adanya pengaruh parsial yang signifikan. Nilai  $t$  tabel diperoleh berdasarkan rumus  $(\alpha/2 ; n - k - 1)$ , sehingga dalam penelitian ini diperoleh nilai  $t$  tabel sebesar 1,969, yang dihitung berdasarkan  $(0,05/2 ; 271 - 5 - 1)$ .

**Tabel 4.6 Uji Parsial (t)**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	2.657	.009
Kualitas Pelayanan	8.628	.000
Persepsi Harga	.5.122	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**Sumber : Diolah Peneliti, 2025**

Berdasarkan Tabel 4.6 diperoleh hasil uji parsial dengan nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t$  tabel untuk variabel kualitas pelayanan sebesar  $8.628 > 1.985$ . Sedangkan nilai Sig. menunjukkan nilai sebesar  $0.000 < 0.05$ . Dan untuk variabel persepsi harga dengan nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t$  tabel yaitu sebesar  $5.122 > 1.985$ . Sedangkan nilai Sig. menunjukkan nilai sebesar  $0.000 < 0.05$ . Sehingga yang diajukan dapat diterima.

- a) Hipotesis 1 (H1) terbukti bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada jasa transportasi online InDriver di Kota Ternate.

b) Hipotesis 2 (H2) terbukti bahwa variabel persepsi harga (X2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada jasa transportasi online InDriver di Kota Temate.

### 3. Uji Simultan F

Menurut penjelasan yang dikemukakan oleh Ghozali (2018), uji simultan atau yang sering disebut sebagai Uji F dimanfaatkan untuk menilai sejauh mana seluruh variabel bebas secara bersamaan memberikan dampak terhadap variabel terikat dalam suatu model analisis. Ketika nilai signifikansi yang diperoleh berada di bawah ambang batas 0,05 atau ketika F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel independen secara kolektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, nilai F tabel sebesar 2,248 diperoleh melalui proses perhitungan dengan memanfaatkan rumus pada Microsoft Excel menggunakan fungsi: =FINV(probabilitas, df1, df2)..

48  
Tabel 4.7 Uji Simultan (F)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1698.249	2	849.124	170.092	.000 <sup>b</sup>
Residual	793.751	159	4.992		
Total	2492.000	161			

21  
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
b. Predictors: (Constant), Presepsi Harga, Kualitas Pelayanan

42  
Mengacu pada Tabel 4.7, diperoleh hasil uji simultan F hitung sebesar 170.092 > 3.04 dan nilai Sig. sebesar 0.000 < 0.05 yang berarti variabel kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 (H3) dapat diterima.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tujuan dari dilakukannya pengujian terhadap koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan proporsi perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel terikat dalam suatu model penelitian.

Tabel 4.8 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>a</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.826 <sup>a</sup>	.681	.677	2.234	2.104
a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Mengacu pada data yang ditampilkan dalam Tabel 4.8, Koefisien korelasi (R) sebesar 0,826 merefleksikan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R Square) yang mencapai 0,681 menandakan bahwa 68,1% variasi dalam tingkat kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kontribusi kolektif dari kedua variabel independen tersebut. Adapun sisanya, yakni sebesar 31,9%, berasal dari pengaruh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Lebih lanjut, nilai Durbin-Watson yang diperoleh sebesar 2,104 mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi dalam model regresi yang digunakan, karena nilai tersebut masih berada dalam kisaran yang dapat diterima, yaitu antara 1,5 hingga 2,5.

#### D. Pembahasan

Studi ini mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Transportasi Online InDriver di Kota Ternate”. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh dua variabel bebas, yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Persepsi Harga (X2), terhadap variabel terikat berupa Kepuasan Pelanggan (Y) dalam teori utama *Perceived Value* sebagai landasan analisis. Teori ini menjelaskan bahwa pelanggan akan menilai layanan berdasarkan keseimbangan manfaat yang diterima dan pengorbanan yang dikeluarkan (Zeithaml, 1988).

Berikut pembahasannya:

##### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis diketahui nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,628 > 1,985$ ). Hasil uji regresi parsial (uji  $t$ ), untuk variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,400 dengan nilai signifikansi  $< 0,001$ . Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengemudi atau sistem layanan InDriver, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Penelitian oleh Pontoh et al., (2020) sejalan dengan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Anisa et al., (2021), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *perceived value* yang dikemukakan oleh Zeithaml (1988), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan elemen utama dalam membentuk persepsi

positif pelanggan dan menciptakan loyalitas jangka Panjang. Dengan demikian, perusahaan perlu mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanannya melalui pelatihan mitra pengemudi, penguasaan layanan, dan peningkatan fitur sistem pemesanan.

Dari hasil statistik deskriptif, indikator item pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi adalah "*Pengemudi sopan dan ramah*" sebesar (4,45), dengan standard deviasi sebesar (0,76), dan item pernyataan "*Pengemudi berkendara dengan aman*" juga termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar (4,35) dengan standard deviasi sebesar (0,84). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan akan merasa puas apabila layanan yang mereka terima sesuai dengan ekspektasi atau bahkan melebihi harapan mereka. Oleh karena itu, layanan tersebut bersifat langsung dan sangat bergantung pada interaksi antara pengguna dan penyedia jasa, sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu tolak ukur utama dalam menilai pengalaman mereka.

Sementara itu, indikator item pernyataan dengan nilai terendah adalah "*Pengemudi cepat dan tanggap*" sebesar (4,22) dengan standard deviasi sebesar (0,88), disusul oleh indikator pernyataan "*Jaket pengemudi mencerminkan profesional*" sebesar (4,10) dengan standard deviasi (1,02). Kedua indikator ini sudah dapat dikatakan cukup baik, namun perusahaan perlu meningkatkan aspek kecepatan respon pengemudi dan kesan profesionalisme yang ditampilkan melalui atribut penampilan. Nilai yang relatif rendah pada indikator "*Pengemudi cepat dan tanggap*" mencerminkan adanya persepsi bahwa pelayanan belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi kecepatan dan ketanggapan dalam merespons kebutuhan pelanggan, dan nilai pada indikator "*Jaket pengemudi mencerminkan profesional*" yang mengindikasikan sudah cukup baik, namun perusahaan perlu untuk memperhatikan serta meningkatkan aspek kecepatan respon dan kesan profesionalisme pengemudi.

Dari penjelasan tersebut, perusahaan perlu menerapkan program pelatihan komprehensif dan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ketat mencakup keterampilan

pelayanan pelanggan, etika kerja, dan praktik berkendara aman guna meningkatkan responsivitas serta perilaku profesional pengemudi (Wu et al., 2022). Penegakan kode etik yang konsisten juga penting untuk memastikan standar layanan tetap tinggi. Selain itu, penyedia layanan dapat memanfaatkan sistem umpan balik pelanggan untuk memantau kinerja pengemudi, sekaligus memberikan apresiasi atau pelatihan tambahan sesuai kebutuhan. Dari sisi tampilan fisik, penyedia jasa perlu memastikan atribut seperti jaket atau seragam mencerminkan kesan profesional yang kuat, sehingga menambah rasa percaya dan kenyamanan pelanggan (Vavilova, 2025). Sehingga dipadukan dengan pemantauan berkala dan program insentif berbasis kinerja, diharapkan dapat memperbaiki persepsi pelanggan terhadap aspek kecepatan, ketanggapan, dan profesionalisme pengemudi.

Menurut Sitinjak (2020), yang menyatakan bahwa sistem umpan balik pelanggan menjadi instrumen penting dalam menjaga dan meningkatkan kualitas layanan transportasi online. Melalui mekanisme penilaian dan ulasan yang diberikan pelanggan, perusahaan dapat memperoleh gambaran nyata mengenai pengalaman pengguna, baik dalam hal sikap, keterampilan komunikasi, maupun kepatuhan pengemudi terhadap standar keselamatan. Penelitian oleh Yang et al., (2024), menunjukkan bahwa umpan balik ini tidak hanya membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kelemahan yang perlu diperbaiki, tetapi juga menjadi dasar dalam memberikan apresiasi kepada pengemudi yang menunjukkan kinerja unggul. Interaksi aktif antara pengemudi dan pelanggan dalam bentuk komunikasi yang ramah serta keterbukaan terhadap kritik dapat menghasilkan kolaborasi nilai bersama, yang pada akhirnya memperkuat hubungan antara pelanggan dan penyedia jasa (Mouwen, 2015).

## **2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Persepsi Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan koefisien regresi sebesar 0,388 dan signifikansi  $< 0,001$ . Nilai *t-hitung* sebesar 5,122 menunjukkan bahwa hubungan antara

Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan bersifat kuat. Hal ini berarti bahwa persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan oleh InDriver memiliki kontribusi nyata dalam menentukan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang diterima. Penelitian oleh Pratama (2022), sejalan dengan penelitian ini, yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini diperkuat oleh teori *perceived value* oleh Zeithaml (1988), yang menyatakan bahwa harga merupakan indikator nilai bagi konsumen. Ketika konsumen menilai harga sebagai pantas dan menguntungkan, maka mereka akan cenderung merasa puas. Penelitian ini juga konsisten dengan hasil studi oleh Nugroho & Winamo (2022) yang menegaskan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam layanan transportasi online.

Dari hasil statistik deskriptif, indikator item pernyataan "*Layanan bermanfaat untuk kebutuhan transportasi*" dengan nilai rata-rata tertinggi (4,39), dengan standar deviasi sebesar (0,79), dan indikator pernyataan "*Layanan sesuai kebutuhan*" juga termasuk dalam kategori tinggi (4,33), dengan standar deviasi (0,81). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan cenderung merasa puas ketika mereka merasa bahwa harga yang dibayarkan sesuai atau lebih rendah dari ekspektasi, serta memberikan manfaat yang sepadan. Sistem penetapan harga berbasis negosiasi yang diterapkan oleh InDriver memberikan pelanggan keleluasaan untuk memilih atau menawarkan harga sesuai dengan keinginan dan daya beli mereka.

Sementara itu, indikator dengan nilai terendah adalah "*Tarif sesuai yang dikatakan teman/keluarga*" sebesar (4,14) dengan nilai standar deviasi (0,92), dan indikator pernyataan "*Tarif sesuai dengan promosi atau iklan*" sebesar (4,10) dengan standar deviasi yaitu (0,94). Kedua indikator ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan yang belum optimal terhadap konsistensi informasi harga, baik yang berasal dari rekomendasi sosial (teman/keluarga) maupun dari promosi atau iklan, dapat disimpulkan bahwa terdapat

tantangan dalam membangun kepercayaan pelanggan terhadap konsistensi informasi harga yang diperoleh dari rekomendasi iklan maupun promosi.

Dari penjelasan tersebut, menurut Iacobucci et al., (2021), menyatakan bahwa perusahaan dapat menerapkan strategi penetapan harga yang lebih transparan dan adaptif dengan mempertimbangkan faktor-faktor nyata di lapangan. Salah satunya adalah dengan menerapkan tarif berbasis jarak perjalanan serta biaya kemacetan pada jam sibuk, di mana harga dipengaruhi oleh kondisi lalu lintas, ekspektasi keuntungan pengemudi, dan tarif komisi platform. Penelitian oleh Giorgione (2023), menegaskan bahwa strategi penetapan harga dinamis ini tidak hanya membantu menciptakan keseimbangan antara kepuasan pelanggan dan keberlanjutan pendapatan pengemudi, tetapi juga mampu mengurangi ketidakpastian harga yang sering menimbulkan ketidakpercayaan. Dengan mengintegrasikan faktor seperti waktu tunggu, kepadatan lalu lintas, dan ketersediaan armada, perusahaan dapat memberikan harga yang lebih adil, transparan, serta konsisten, sehingga kepercayaan pelanggan terhadap layanan semakin meningkat (Li et al., 2022).

Selain itu, tren global dalam layanan pemesanan kendaraan online juga menunjukkan perlunya inovasi yang lebih kompleks dalam strategi penetapan harga, terutama karena layanan ini menghadapi tantangan tambahan seperti perjalanan kosong tanpa penumpang akibat permintaan yang tidak seimbang di berbagai lokasi. Penelitian oleh Sun et al., (2019), mengatakan bahwa untuk menekankan pentingnya optimasi harga dinamis yang terintegrasi dengan peramalan perpindahan armada secara real time, yang terbukti dapat meningkatkan pendapatan operator sekaligus mengurangi biaya relokasi armada yang tidak produktif. Dalam konteks layanan transportasi berbasis aplikasi, strategi harga yang memperhitungkan variabilitas waktu perjalanan, risiko kegagalan pemasangan penumpang, serta kondisi lalu lintas yang fluktuatif terbukti memberikan hasil yang lebih efektif, baik dari sisi keuntungan operator maupun kenyamanan pelanggan (Vavilova, 2025).

### 3. Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Merujuk pada hasil uji  $F$ , diperoleh nilai signifikansi  $< 0,001$  dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,677. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Besarnya nilai Adjusted R Square tersebut mengindikasikan bahwa 67,7% variasi dalam Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh kombinasi kedua variabel tersebut. Sementara sisanya, yaitu 31,9%, dipengaruhi oleh variabel lain di luar model seperti promosi, kemudahan aplikasi, dan pengalaman pelanggan sebelumnya. Penelitian ini sejalan dengan Prasetyo et al., (2021), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain itu, beberapa penelitian juga menekankan pentingnya variabel tambahan lain seperti kepercayaan pelanggan terhadap keamanan layanan (Syaiuddin, 2021), kualitas aplikasi yang mencakup kemudahan penggunaan dan keandalan sistem (Igustiani et al., 2023), serta efektivitas promosi dan program loyalitas yang mampu meningkatkan kepuasan sekaligus retensi pelanggan (Loga et al., 2025). Bahkan interaksi langsung antara pengemudi dan pelanggan melalui sikap ramah, komunikasi yang baik, dan empati juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan transportasi online (Leonard, 2021). Dengan demikian, variabel-variabel tersebut dapat dipertimbangkan dalam penelitian selanjutnya untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada layanan transportasi online.

Dari hasil tersebut, menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada layanan transportasi online InDriver sudah cukup baik, hal ini dikarenakan perusahaan mampu memberikan harga yang fleksibilitas sesuai kesepakatan antara pengemudi dan penumpang serta kualitas pelayanan yang memadai dalam memenuhi kebutuhan konsumen (Muangpan,

2022) . Faktor ini mendorong pelanggan merasa puas karena kebutuhan mereka akan keterjangkauan dan kenyamanan dapat terpenuhi secara bersamaan. Penelitian oleh Saleh (2024), juga menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, khususnya dalam sektor jasa berbasis aplikasi. Temuan ini didukung oleh (Sukmaningsih et al., 2019), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan pada layanan transportasi online selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga, juga sangat dipengaruhi oleh faktor tambahan seperti keamanan, kemudahan aplikasi, serta waktu tunggu yang relatif singkat.

Dalam konteks layanan transportasi online, faktor-faktor tersebut berperan penting dalam memperkuat kepuasan pelanggan. Keamanan dan privasi selama perjalanan serta perlindungan data pengguna menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen dalam memilih layanan transportasi online (Rana et al., 2025). Selain itu, kemudahan penggunaan aplikasi dengan antarmuka yang sederhana serta proses pemesanan yang cepat turut meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam menggunakan layanan. Layanan pelanggan yang responsif dan komunikasi yang jelas juga memiliki peranan penting dalam membangun kepuasan, karena konsumen merasa ekspektasi mereka dapat terpenuhi dengan baik. Di sisi lain, waktu tunggu yang singkat serta ketersediaan armada yang memadai memberikan pengalaman positif yang mendorong pelanggan untuk menggunakan kembali layanan tersebut (Arif Khan et al., 2023).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara maksimal, InDriver tidak hanya perlu berfokus pada kualitas pelayanan dan persepsi harga, tetapi juga memperhatikan faktor tambahan lain yang berkaitan dengan keamanan, kemudahan teknologi, pengalaman pengguna, serta efektivitas komunikasi (Yudhistira, 2019). Melibatkan pelanggan dalam pemberian umpan balik, melakukan inovasi pada fitur aplikasi,

serta menjaga kenyamanan dan keamanan perjalanan akan semakin memperkuat loyalitas pelanggan terhadap layanan transportasi online InDriver.

#### 4. Kelayakan Model Regresi Berdasarkan Uji Asumsi Klasik<sup>91</sup>

Dalam penelitian ini, model regresi yang digunakan telah melewati serangkaian uji asumsi klasik secara menyeluruh. Seluruh hasil dari pengujian tersebut memperlihatkan bahwa model yang dibangun layak untuk digunakan karena telah memenuhi seluruh kriteria kelayakan yang disyaratkan dalam analisis regresi. Berdasarkan evaluasi menggunakan histogram serta grafik Normal P-P Plot, diperoleh hasil bahwa distribusi residu yang menunjukkan sebaran yang mendekati distribusi normal. Meskipun nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov  $< 0,001$  menunjukkan pelanggaran secara statistik, hal ini dapat ditoleransi karena jumlah responden yang besar ( $n = 161$ ), dan grafik visual tidak menunjukkan penyimpangan distribusi yang signifikan. Oleh sebab itu, model tetap dapat digunakan.

Selain itu, uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan linier tinggi antar variabel independen. Kondisi tersebut tercermin dari hasil perhitungan Variance Inflation Factor (VIF) yang mencapai angka 2,071, serta nilai Tolerance yang diperoleh sebesar 0,483, yang masih jauh dari ambang batas 10. Artinya, tidak ada indikasi bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga saling memengaruhi secara berlebihan dalam memprediksi Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini mampu memberikan kestabilan serta mengestimasi pengaruh masing-masing variabel bebas.

Melalui pengujian yang dilakukan dengan pendekatan metode Glejser, diperoleh hasil bahwa tingkat signifikansi dari kedua variabel berada di atas nilai ambang 0,05. Secara rinci, variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,639, sementara variabel Persepsi Harga berada pada angka 0,251. Temuan ini menunjukkan bahwa varians galat dari

model regresi yang dikaji bersifat konstan, sehingga tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas dalam model tersebut. Di sisi lain, hasil perhitungan Durbin-Watson menunjukkan angka sebesar 2,104, yang masih berada dalam kisaran toleransi, yaitu antara 1,5 hingga 2,5, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual dalam model tersebut bebas dari gejala autokorelasi. Dengan terpenuhinya seluruh persyaratan dalam uji asumsi klasik, maka model regresi yang dihasilkan dianggap sah serta layak dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan maupun penyusunan rekomendasi di tingkat manajerial.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Merujuk hasil studi yang melibatkan 161 orang responden yang merupakan pengguna layanan transportasi online InDriver di wilayah Kota Ternate, dapat dirumuskan sejumlah kesimpulan utama sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan InDriver di Kota Ternate. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diterima pelanggan, seperti ketepatan waktu, keramahan driver, kenyamanan layanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

b. Pengaruh Persepsi Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel persepsi harga juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Persepsi harga yang dinilai adil, terjangkau, dan sesuai dengan kualitas layanan mempengaruhi langsung tingkat kepuasan pelanggan. Semakin positif persepsi harga, semakin puas pelanggan terhadap layanan InDriver.

c. Pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Persepsi Harga (X2) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Secara bersamaan, mutu layanan yang diberikan serta pandangan pelanggan terhadap harga terbukti memberikan dampak yang positif dan berarti terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kedua faktor ini saling melengkapi dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan; layanan yang berkualitas dipadukan dengan harga yang dianggap wajar membentuk pengalaman layanan yang memuaskan.

**B. Saran**

Mengacu pada hasil penelitian yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat disampaikan sebagai berikut:

## 1. Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan akademik dalam bidang pemasaran jasa, khususnya mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji aspek layanan transportasi online, khususnya dalam konteks lokal seperti Kota Ternate yang lebih luas.
- b. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam literatur manajemen kualitas layanan dan strategi penetapan harga, terutama dalam konteks industri transportasi online berbasis aplikasi yang menggunakan sistem negosiasi tarif, bukan algoritma tetap.
- c. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain di luar kualitas pelayanan dan persepsi harga, seperti faktor kepercayaan pelanggan terhadap keamanan layanan, kualitas aplikasi yang mencakup kemudahan penggunaan serta keandalan sistem, efektivitas promosi, dan program loyalitas.

## 2. Praktisi

- a. Bagi perusahaan transportasi online InDriver, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan untuk tetap mempertahankan kualitas pelayanan dan sistem penetapan harga, agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.
- b. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung perkembangan jasa transportasi online, termasuk dalam hal pengaturan tarif dan peningkatan mutu pelayanan pada masyarakat.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini bisa menjadi sumber informasi dan referensi untuk studi-studi berikutnya, terutama yang membahas kepuasan pelanggan dalam layanan transportasi online dengan pendekatan yang lebih kontekstual, serta mendorong pengembangan teori-teori baru dalam bidang ini.

d. Selain itu, dalam konteks feedback pelanggan, InDriver disarankan untuk lebih mengoptimalkan sistem umpan balik yang tersedia di dalam aplikasi. Melalui mekanisme penilaian dan ulasan pelanggan yang lebih terperinci, perusahaan dapat mengetahui aspek mana yang sudah berjalan dengan baik dan mana yang masih perlu diperbaiki. Umpan balik ini juga dapat dijadikan dasar dalam pemberian penghargaan kepada pengemudi berprestasi, serta menjadi acuan dalam merancang program pelatihan lanjutan bagi pengemudi yang dinilai kurang memenuhi standar pelayanan.

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA

ORIGINALITY REPORT

**25%**  
SIMILARITY INDEX

**23%**  
INTERNET SOURCES

**16%**  
PUBLICATIONS

**14%**  
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id">ecampus.iainbatusangkar.ac.id</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	1%
4	Submitted to LPPM Student Paper	1%
5	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
6	<a href="http://digilibadmin.unismuh.ac.id">digilibadmin.unismuh.ac.id</a> Internet Source	<1%
7	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1%
8	Submitted to Universitas Sains Alquran Student Paper	<1%
9	<a href="http://repository.uhn.ac.id">repository.uhn.ac.id</a> Internet Source	<1%
10	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II Student Paper	<1%
11	Submitted to esap Student Paper	<1%
12	<a href="http://eprints.unm.ac.id">eprints.unm.ac.id</a> Internet Source	<1%

<1 %

13

[etheses.uin-malang.ac.id](http://etheses.uin-malang.ac.id)

Internet Source

<1 %

14

[jurnal.pancabudi.ac.id](http://jurnal.pancabudi.ac.id)

Internet Source

<1 %

15

Submitted to United International University

Student Paper

<1 %

16

[docplayer.info](http://docplayer.info)

Internet Source

<1 %

17

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

<1 %

18

Submitted to STIE Ekuitas

Student Paper

<1 %

19

[eprints.uny.ac.id](http://eprints.uny.ac.id)

Internet Source

<1 %

20

[repository.iainpalopo.ac.id](http://repository.iainpalopo.ac.id)

Internet Source

<1 %

21

[journal.arimbi.or.id](http://journal.arimbi.or.id)

Internet Source

<1 %

22

Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja, Ni Wayan Semiati, Anak Agung Putu Agung.

"PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SAMPAH TEGEH SARI LESTARI", Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium, 2023

Publication

<1 %

23

Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

Student Paper

<1 %

24	<a href="http://jurnal.ibik.ac.id">jurnal.ibik.ac.id</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	<1 %
26	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part V Student Paper	<1 %
27	Lisna Devi, Sri Mulyati, Indah Umiyati. "PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN, PENGALAMAN KEUANGAN, TINGKAT PENDAPATAN, DAN TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP PERILAKU KEUANGAN", JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society), 2021 Publication	<1 %
28	Submitted to Politeknik STMI Jakarta Student Paper	<1 %
29	Rodeyar Pasaribu, Dessy Marhandrie, Parel Naibaho, Damaris Marpaung, Raston Sitio. "Tinjauan Kondisi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sabun Lifebuoy di Cileungsi", eCo-Buss, 2025 Publication	<1 %
30	<a href="http://digilib.esaunggul.ac.id">digilib.esaunggul.ac.id</a> Internet Source	<1 %
31	<a href="http://jurnal.insida.ac.id">jurnal.insida.ac.id</a> Internet Source	<1 %
32	<a href="http://repo.uinsatu.ac.id">repo.uinsatu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
33	Natasya Mapadang, Johny R. E. Tampi, Tinneke M Tumbel. "Pengaruh Kualitas	<1 %

Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online InDriver di Kota Manado", Productivity, 2024

Publication

34	Submitted to Tarumanagara University Student Paper	<1 %
35	Submitted to Universitas Hang Tuah Surabaya Student Paper	<1 %
36	Submitted to University of Wollongong Student Paper	<1 %
37	<a href="http://eprints.undip.ac.id">eprints.undip.ac.id</a> Internet Source	<1 %
38	<a href="http://eprints.unisla.ac.id">eprints.unisla.ac.id</a> Internet Source	<1 %
39	<a href="http://lib.ibs.ac.id">lib.ibs.ac.id</a> Internet Source	<1 %
40	Nisrina Dinda Khoirunissa, Kisti Nur Aliyah. "KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA SEBAGAI PENENTU LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA HOME INDUSTRI TAHU DI SUKOHARJO", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2025 Publication	<1 %
41	Submitted to Universitas Negeri Padang Student Paper	<1 %
42	<a href="http://jurnal.penerbitseval.com">jurnal.penerbitseval.com</a> Internet Source	<1 %
43	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	<1 %
44	<a href="http://repository.umy.ac.id">repository.umy.ac.id</a> Internet Source	<1 %

<1 %

45 repository.unmuhjember.ac.id  
Internet Source

<1 %

46 Submitted to Xi'an Jiaotong-Liverpool  
University  
Student Paper

<1 %

47 dspace.uii.ac.id  
Internet Source

<1 %

48 eprints.univbinainsan.ac.id  
Internet Source

<1 %

49 repositori.usu.ac.id  
Internet Source

<1 %

50 repository.usd.ac.id  
Internet Source

<1 %

51 www.scribd.com  
Internet Source

<1 %

52 Submitted to Dongguk University  
Student Paper

<1 %

53 Submitted to Universitas Hayam Wuruk  
Perbanas  
Student Paper

<1 %

54 ejournal.undiksha.ac.id  
Internet Source

<1 %

55 eprints.upj.ac.id  
Internet Source

<1 %

56 Submitted to Universitas Mulawarman  
Student Paper

<1 %

57 Submitted to Universitas Nasional  
Student Paper

<1 %

58 Submitted to Universitas Pamulang <1 %  
Student Paper

---

59 Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia <1 %  
Student Paper

---

60 eprints.walisongo.ac.id <1 %  
Internet Source

---

61 repository.undha.ac.id <1 %  
Internet Source

---

62 Amira Amira, Myrna Sofia. "Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Dividen, Leverage, Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Manufaktur Indonesia", Bahtera Inovasi, 2019 <1 %  
Publication

---

63 Muhammad Fahmi Idris, Ratmono Ratmono. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Iklan, Persepsi Harga, Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Gojek Di Kota Metro)", Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI, 2023 <1 %  
Publication

---

64 Submitted to STIE PGRI Dewantara Jombang <1 %  
Student Paper

---

65 eprints.iain-surakarta.ac.id <1 %  
Internet Source

---

66 eprints.mercubuana-yogya.ac.id <1 %  
Internet Source

---

67 Alfi Fajria Wibowo, Jeni Wulandari, Prasetya Nugeraha. "PENGALAMAN PELANGGAN, REFERENCE GROUP, PERSEPSI HARGA DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ETNIK FASHION", Jurnal Perspektif Bisnis, 2021 <1 %  
Publication

---

68	Submitted to Asia e University Student Paper	<1 %
69	Submitted to President University Student Paper	<1 %
70	Submitted to Universitas Airlangga Student Paper	<1 %
71	id.123dok.com Internet Source	<1 %
72	jurnalstm.id Internet Source	<1 %
73	repository.uindatokarama.ac.id Internet Source	<1 %
74	repository.upbatam.ac.id Internet Source	<1 %
75	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %
76	Luthfiah Hilmii Tsania, Murwanto Haris. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN", Solusi, 2024 Publication	<1 %
77	Submitted to Trisakti University Student Paper	<1 %
78	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1 %
79	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<1 %

80 Vandy Renald, Siti Rosyafah, Indah Noviardari. "Pengaruh Kualitas Produk Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Supravisual Mandiri Surabaya", Benchmark, 2021  
Publication <1 %

---

81 e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id  
Internet Source <1 %

---

82 eprints.radenfatah.ac.id  
Internet Source <1 %

---

83 kim.ung.ac.id  
Internet Source <1 %

---

84 repository.widyamandala.ac.id  
Internet Source <1 %

---

85 Submitted to Fakultas Kedokteran Universitas Pattimura  
Student Paper <1 %

---

86 Michelle Janette Hosea. "Pengaruh Integrated Marketing Communication terhadap Keputusan Mendaftar Siswa pada PKBM Kendedes", Jurnal JTIC (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi), 2025  
Publication <1 %

---

87 Rizkon Ariyandi, Dahmiri Dahmiri, Novita Sari. "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek di Kota Jambi", Jurnal Dinamika Manajemen, 2020  
Publication <1 %

---

88 Submitted to STIE Perbanas Surabaya  
Student Paper <1 %

---

Submitted to Universitas Putera Batam

89	Student Paper	<1 %
90	<a href="http://bagusekoharyono.wordpress.com">bagusekoharyono.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
91	<a href="http://ejournal3.undip.ac.id">ejournal3.undip.ac.id</a> Internet Source	<1 %
92	<a href="http://repository.trisakti.ac.id">repository.trisakti.ac.id</a> Internet Source	<1 %
93	Aperianto Zega, Aferiaman Telaumbanua, Nov Elhan Gea, Jeliswan Berkat Iman Jaya Gea. "Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Layanan Distribusi Pengiriman Barang pada J&T Express Lotu Kabupaten Nias Utara", Jurnal EMT KITA, 2025 Publication	<1 %
94	<a href="http://acopen.umsida.ac.id">acopen.umsida.ac.id</a> Internet Source	<1 %
95	<a href="http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id">digilib.iain-palangkaraya.ac.id</a> Internet Source	<1 %
96	<a href="http://j-innovative.org">j-innovative.org</a> Internet Source	<1 %
97	<a href="http://journal.yrpiaku.com">journal.yrpiaku.com</a> Internet Source	<1 %
98	<a href="http://lecturer.polindra.ac.id">lecturer.polindra.ac.id</a> Internet Source	<1 %
99	<a href="http://repository.iainkudus.ac.id">repository.iainkudus.ac.id</a> Internet Source	<1 %
100	<a href="http://repository.usbypkp.ac.id">repository.usbypkp.ac.id</a> Internet Source	<1 %
101	<a href="http://www.ejurnalmalahayati.ac.id">www.ejurnalmalahayati.ac.id</a> Internet Source	<1 %

102 Nita Natasya Sembiring, Mislan Sihite, Rintan Saragih. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Produk Make Over Di Miss Cutie Pie Kota Medan", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025

Publication

<1 %

103 ROCHMAT HIDAYAT HARIYONO. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN (STUDI PADA LAPANGAN FUTSAL HIDAYAT FUTSAL SQUARE)", MANAJERIAL, 2018

Publication

<1 %

104 Risma Handayani, Cecep Yoto Haryoto. "Pengaruh Kompensasi dan Kompetensi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bara Putra Pratama", Jurnal EMT KITA, 2025

Publication

<1 %

105 [digilib.uinsa.ac.id](http://digilib.uinsa.ac.id)

Internet Source

<1 %

106 [digilib.uinsby.ac.id](http://digilib.uinsby.ac.id)

Internet Source

<1 %

107 [e-journal.stimbudibakti.ac.id](http://e-journal.stimbudibakti.ac.id)

Internet Source

<1 %

108 [eprints2.undip.ac.id](http://eprints2.undip.ac.id)

Internet Source

<1 %

109 [erepository.uwks.ac.id](http://erepository.uwks.ac.id)

Internet Source

<1 %

110 [perpustakaan.pancabudi.ac.id](http://perpustakaan.pancabudi.ac.id)

Internet Source

<1 %

111 [repository.uiad.ac.id](http://repository.uiad.ac.id)

Internet Source

<1 %

112	<a href="http://riset.unisma.ac.id">riset.unisma.ac.id</a> Internet Source	<1 %
113	Albert Julio Tampubolon, Erich Ricardo, Daniel S. Simbolon, Adri Pasaribu, Jusnan Panggabean, Sardo Pardingotan Sipayung. "Implementasi Algoritma Dijkstra Menentukan Rute Terpendek Dari Unika St. Thomas Menuju Kantor dinas kependudukan Kota Medan", Jurnal Minfo Polgan, 2025 Publication	<1 %
114	Submitted to CSU, San Diego State University Student Paper	<1 %
115	Submitted to STIE Mahardhika Student Paper	<1 %
116	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	<1 %
117	<a href="http://ejournal.polraf.ac.id">ejournal.polraf.ac.id</a> Internet Source	<1 %
118	<a href="http://eprints3.upgris.ac.id">eprints3.upgris.ac.id</a> Internet Source	<1 %
119	<a href="http://idr.uin-antasari.ac.id">idr.uin-antasari.ac.id</a> Internet Source	<1 %
120	<a href="http://jer.or.id">jer.or.id</a> Internet Source	<1 %
121	<a href="http://journals.upi-yai.ac.id">journals.upi-yai.ac.id</a> Internet Source	<1 %
122	<a href="http://jurnal.risetilmiah.ac.id">jurnal.risetilmiah.ac.id</a> Internet Source	<1 %
123	<a href="http://jurnal3.stiesemarang.ac.id">jurnal3.stiesemarang.ac.id</a> Internet Source	<1 %

124 [jurnalekonomi.unisla.ac.id](http://jurnalekonomi.unisla.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

125 [jurnal mahasiswa.stiesia.ac.id](http://jurnal mahasiswa.stiesia.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

126 [repository.ubb.ac.id](http://repository.ubb.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

127 [repository.unifa.ac.id](http://repository.unifa.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

128 [repository.unjaya.ac.id](http://repository.unjaya.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

129 [sukapendidikan.blogspot.com](http://sukapendidikan.blogspot.com) <1 %  
Internet Source

---

130 [sundari.staff.gunadarma.ac.id](http://sundari.staff.gunadarma.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

131 [www.coursehero.com](http://www.coursehero.com) <1 %  
Internet Source

---

132 [www.ejournal.stiepgri.ac.id](http://www.ejournal.stiepgri.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

133 [www.pahlevi.net](http://www.pahlevi.net) <1 %  
Internet Source

---

134 Rista Asmaya Sari, Rola Manjaleni. "Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-money, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandung", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2025 <1 %  
Publication

---

135 Silvia Silvia, Sinta Westika Putri. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Access by KAI terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Pariaman Ekspres", YASIN, 2025 <1 %

136	Wawan Yonatan, Sylvia Rosalina. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Beef Boss di Kelapa Gading", JURNAL ADMINISTRASI BISNIS, 2025 Publication	<1 %
137	agroteknologi.trunojoyo.ac.id Internet Source	<1 %
138	datakata.files.wordpress.com Internet Source	<1 %
139	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
140	dspace.umkt.ac.id Internet Source	<1 %
141	e-campus.iainbukittinggi.ac.id Internet Source	<1 %
142	ejournal.bbg.ac.id Internet Source	<1 %
143	fekbis.repository.unbin.ac.id Internet Source	<1 %
144	fr.scribd.com Internet Source	<1 %
145	jom.unpak.ac.id Internet Source	<1 %
146	jurnal.univpgri-palembang.ac.id Internet Source	<1 %
147	koran-sindo.com Internet Source	<1 %
148	media.neliti.com Internet Source	<1 %

<1 %

149

[repositori.kemdikbud.go.id](http://repositori.kemdikbud.go.id)

Internet Source

<1 %

150

[repository.ipb.ac.id](http://repository.ipb.ac.id)

Internet Source

<1 %

151

[repository.sari-mutiara.ac.id](http://repository.sari-mutiara.ac.id)

Internet Source

<1 %

152

[repository.stiemahardhika.ac.id](http://repository.stiemahardhika.ac.id)

Internet Source

<1 %

153

[repository.ub.ac.id](http://repository.ub.ac.id)

Internet Source

<1 %

154

[repository.unmuhpnk.ac.id](http://repository.unmuhpnk.ac.id)

Internet Source

<1 %

155

Agus Soetiyono, Alexander Alexander.  
"Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk,  
dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan  
Melalui Kepuasan Pelanggan pada  
Marketplace di Indonesia", eCo-Buss, 2025

Publication

<1 %

156

Goodwill Desember 2013. "Goodwill Vo. 4 No.  
2 Desember 2013", JURNAL RISET AKUNTANSI  
DAN AUDITING "GOODWILL", 2014

Publication

<1 %

157

Sylvia Febriany Gerungan, David Paul Elia  
Saerang, Winston Pontoh. "PENGARUH  
KINERJA KEUANGAN KABUPATEN/ KOTA  
TERHADAP ALOKASI BELANJA MODAL DI  
PROVINSI SULAWESI UTARA", JURNAL RISET  
AKUNTANSI DAN AUDITING "GOODWILL",  
2015

Publication

<1 %

158 Michael Yustus Panjaitan, Darwin Raja Unggul Saragih. "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025  
Publication

---

159 Ni Made Hartini. "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan experiential marketing terhadap kepuasan pelanggan starbucks lippo mall kuta", Jurnal Ilmiah Hospitality Management, 2021  
Publication

---

160 Patrick Pascalino Suwandhi, Luh Komang Candra Dewi, I Putu Agus Suarsana Ariesta. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di SOS Sushi On The Street Badung", Journal Research of Management, 2025  
Publication

---

161 Rokh Eddy Prabowo, Kis Indriyaningrum, Anggita Dian Setyani. "PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAH RAGA MEREK ADIDAS (Studi di Kota Semarang)", Solusi, 2020  
Publication

---

162 Tsurayya Zhafirah, Maria Erna, R Usman Rery. "DEVELOPMENT OF E-MODULE BASED ON PROBLEM BASED LEARNING (PBL) IN HYDROCARBON MATERIAL", AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan, 2020  
Publication

---

163 Veren Nita Permatasari, Raisah Fajri Aula, Yuma Akbar, Aditya Zakaria Hidayat. "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengguna Jasa Layanan Grab Menggunakan Metode C4.5", Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi, 2024  
Publication <1%

---

164 johannessimatupang.wordpress.com  
Internet Source <1%

---

165 zombiedoc.com  
Internet Source <1%

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA