

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen GoFood PT GoTo

Desfitriady ^{1*}, Alna Nur Alivia ², Evilia Tri Putri ³

^{1*,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nasional PASIM, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen GoFood PT GoTo. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif dan asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 112 responden yang merupakan pengguna aplikasi GoFood. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan harga, secara bersama-sama memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menyesuaikan harga agar lebih terjangkau, guna meningkatkan kepuasan konsumen secara efektif dan efisien.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan; Harga; Kepuasan Konsumen; GoFood; PT GoTo.

Abstract. This study aims to analyze the impact of service quality and price on customer satisfaction of GoFood PT GoTo. The method used is a quantitative approach with descriptive and associative research design. Data were collected through questionnaires distributed to 112 respondents who are users of the GoFood application. The results of the study show that service quality and price have a significant impact on customer satisfaction. Multiple linear regression analysis indicates that the two independent variables, service quality and price, together contribute significantly to customer satisfaction. This study provides recommendations to improve service quality and adjust prices to be more affordable, to effectively and efficiently increase customer satisfaction.

Keywords: Service Quality; Price; Customer Satisfaction; GoFood; PT GoTo.

* Corresponding Author. Email: desfit.pasim1712@gmail.com ^{1*}.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk pola konsumsi masyarakat. Salah satu fenomena yang menarik adalah meningkatnya penggunaan layanan pengiriman makanan secara online. Generasi muda yang kreatif diharapkan dapat meningkatkan pendapatan negara dan daya saing Indonesia, sehingga memacu pertumbuhan bisnis online yang mampu menarik konsumen dengan memanfaatkan teknologi canggih (Wirananta *et al.*, 2022). Layanan ojek online, seperti GoFood, menjadi solusi bagi konsumen yang ingin memesan makanan dengan cepat dan mudah tanpa harus keluar rumah. Layanan ini menawarkan efisiensi waktu dan efektivitas dengan cakupan area yang luas, sehingga banyak masyarakat yang merasa puas karena dapat memilih berbagai menu dari banyak restoran (Egy *et al.*, 2024).

Kepuasan pelanggan adalah salah satu aspek penting yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Menurut Maulidah *et al.* (2019), konsumen tidak hanya mencari produk yang sesuai dengan keinginan mereka, tetapi juga menginginkan pelayanan yang memuaskan. Kepuasan pelanggan dapat memotivasi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka, dengan tujuan agar operasional perusahaan menjadi lebih efektif dan efisien. Kualitas pelayanan atau kualitas jasa merupakan evaluasi terhadap seberapa baik layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Ini mencakup semua fitur dan karakteristik produk atau jasa yang berfokus pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat dari pelanggan, dengan fokus utama pada kepuasan pelanggan (Patimah & Desfitriady, 2023).

Menurut Adi *et al.* (2021), kualitas pelayanan yang diberikan mitra Gojek terkadang memuaskan konsumen GoFood jika makanan yang dipesan tidak berantakan. Namun, sering kali kualitas pelayanan yang diberikan mitra Gojek mengecewakan saat makanan yang dipesan tidak sesuai harapan. Selain itu, harga juga memainkan peran penting dalam kepuasan konsumen. Menurut Putra (2020), harga

memiliki peranan krusial dalam bauran pemasaran karena secara langsung mempengaruhi pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Keterjangkauan harga menjadi faktor penting agar konsumen tetap berlangganan pada aplikasi GoFood. Kualitas pelayanan yang baik harus disertai dengan harga yang wajar untuk mencapai kepuasan pelanggan yang seimbang.

Fenomena kepuasan konsumen menunjukkan bahwa untuk meningkatkan jumlah konsumen yang menggunakan aplikasi GoFood secara berulang, restoran maupun pihak aplikasi perlu mengadakan promo gratis ongkir atau promosi menarik lainnya. Hal ini penting agar konsumen tidak beralih ke aplikasi lain untuk membeli makanan cepat saji (Oktarini *et al.*, 2019). Kepuasan konsumen adalah keadaan yang muncul dari perasaan untuk mengevaluasi suatu produk atau pengalaman layanan. Hal ini dapat menjadi tolok ukur bagaimana perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen dengan melihat perbedaan preferensi setiap individu (Kurniawati & Muhiban, 2023).

Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen merupakan topik yang telah banyak diteliti dalam berbagai industri dan sektor jasa. Penelitian sebelumnya konsisten menemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Wahyudi *et al.*, 2021; Pranitasari *et al.*, 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Anggelica & Meirisa, 2023; Regina & Seno, 2020; Ummah, 2022; Maya & Khoirunnisa, 2021). Selain itu, terdapat temuan bahwa kualitas pelayanan juga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Priwastyani *et al.*, 2022; Handayani & Syarifudin, 2022).

Beberapa penelitian juga menyebutkan bahwa variabel lain seperti lokasi, promosi, emosional, relationship marketing, dan persepsi harga dapat memengaruhi kepuasan konsumen (Ariyanto *et al.*, 2022; Handoko, 2017; Arif & Ekasari, 2021). Beberapa penelitian juga menekankan bahwa kualitas produk dapat berkontribusi terhadap kepuasan konsumen

(Ummah, 2022). Selain itu, faktor-faktor seperti promosi, suasana kafe, dan fasilitas juga dapat memengaruhi kepuasan konsumen (Handoko, 2017).

Dalam bisnis jasa transportasi, penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Pranitasari *et al.*, 2022). Dalam industri perhotelan, kualitas pelayanan jasa, harga, dan faktor emosional juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Wahyudi *et al.*, 2021). Temuan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana faktor-faktor tersebut saling berhubungan dan berkontribusi terhadap kepuasan konsumen. Dengan memahami pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Melalui peningkatan kualitas layanan dan penetapan harga yang kompetitif, perusahaan dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan berkelanjutan.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Desain penelitian ini dipilih untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen GoFood PT Goto. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Teknik ini dipilih karena peneliti sudah memiliki target individu dengan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu pengguna aplikasi GoFood yang aktif. Proses pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 112 responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi GoFood. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen. Setiap butir pertanyaan pada kuesioner telah melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan valid dan reliabel. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda. Regresi linier berganda dipilih untuk mengetahui

pengaruh simultan antara variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Sebelum melakukan analisis regresi, data terlebih dahulu diuji dengan uji asumsi klasik, termasuk uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi-asumsi yang diperlukan dalam regresi linier berganda.

Selain itu, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik demografis responden dan distribusi jawaban dari setiap butir pertanyaan pada kuesioner. Analisis deskriptif ini membantu peneliti memahami profil responden dan mendapatkan gambaran umum mengenai persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan dan harga GoFood. Hasil regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Hipotesis yang diuji adalah apakah terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai t-hitung dan F-hitung serta signifikansi dari masing-masing variabel independen. Dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* dan analisis regresi linier berganda, penelitian ini berupaya memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen GoFood PT Goto. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan menetapkan harga yang lebih kompetitif untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil dan Pembahasan

Untuk hasil pengujian pada uji validitas variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen, dinyatakan bahwa nilai r-hitung semuanya berada di atas r-kritis yaitu berada di atas 0,3 ini menunjukkan bahwa butir pertanyaan pada variabel iklan semua termasuk kategori valid karena diatas nilai r-kritis. Pengujian penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan Dan Harga serta variabel

dependen yaitu Kepuasan Konsumen. Bentuk hipotesisnya sebagai berikut :
H0 : $\beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen GoFood Pada PT Goto
H1 : $\beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh pengaruh

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen GoFood Pada PT Goto. Untuk melihat signifikansi dari pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada output regresi dibawah ini.

Tabel 1. Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,681	3,663		3,462	,001
Kualitas Pelayanan	,247	,118	,232	2,104	,038
Harga	,343	,117	,332	3,016	,003

a. Dependent Variable.

Tabel 2. Uji t Parsial Coefficients^a

Model	t	Sig.
(Constant)	3,462	,001
Kualitas Pelayanan	2,104	,038
Harga	3,016	,003

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen.

Tabel 3. Uji F (Simultan) ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1001,671	2	500,835	19,880	.000b
Residual	2746,008	109	25,193		
Total	33747,679	111			

Berdasarkan Tabel 1, nilai konstanta $\beta_0 = 12,681$ menunjukkan besarnya variabel kepuasan konsumen yang tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Dengan kata lain, jika kualitas pelayanan bernilai nol (0) atau tidak mengalami perubahan, nilai kepuasan konsumen tetap sebesar 12,681. Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,247, yang berarti kualitas pelayanan memiliki hubungan positif atau searah dengan kepuasan konsumen.

Selanjutnya, pada Tabel 2, hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, jumlah sampel (n) = 112, dan derajat kebebasan (df) = n - 2 yaitu 110, nilai t-tabel adalah 1,660. Pengaruh

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,104 yang lebih besar dari t-tabel 1,660 dengan probabilitas signifikansi pada level 0,038. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, jika nilai signifikansi < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen GoFood PT Goto.

Berdasarkan hasil analisis dari Tabel 3, diperoleh nilai F-hitung sebesar 19,880. Sedangkan nilai F-tabel pada taraf nyata (α) 5% dengan derajat bebas V1 = k dan V2 = n - k - 1, yaitu 112 - 2 - 1 = 109, adalah sebesar 3,09. Koefisien determinasi (R-square) dalam

penelitian ini adalah 0,267 atau 26,7%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 26,7%.

Untuk melihat besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dilakukan perhitungan dengan menggunakan formula Beta x Zero Order x 100%. Beta adalah koefisien regresi yang telah distandarkan, sedangkan zero order merupakan korelasi parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa:

- 1) Kualitas Pelayanan (X1): $0,232 \times 0,454 \times 100\% = 10,5\%$
- 2) Harga (X2): $0,332 \times 0,487 \times 100\% = 16,2\%$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa variabel harga (X2) memberikan kontribusi pengaruh terbesar sebesar 16,2%, sedangkan variabel kualitas pelayanan (X1) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 10,5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kontribusi variabel harga yang lebih besar menunjukkan bahwa konsumen sangat sensitif terhadap harga yang ditawarkan oleh layanan GoFood. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan strategi penetapan harga yang kompetitif untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Di sisi lain, meskipun pengaruh kualitas pelayanan lebih kecil dibandingkan harga, tetap penting bagi perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas layanan demi memastikan kepuasan dan loyalitas konsumen. Dengan demikian, bahwa untuk mencapai kepuasan konsumen yang optimal, PT Goto perlu mengelola harga secara efektif serta terus memperbaiki kualitas pelayanan. Kedua faktor ini harus diperhatikan secara bersamaan karena keduanya memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen secara keseluruhan. Hasil ini dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk merumuskan kebijakan dan strategi pemasaran yang lebih baik di masa mendatang.

Dari berbagai penelitian yang relevan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi kepuasan konsumen secara keseluruhan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Gofur, 2019; Ummah, 2022; Regina & Seno, 2020; Anggelica & Meirisa, 2023). Selain itu, terdapat temuan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Ummah, 2022; Priwastyani *et al.*, 2022).

Pentingnya mengelola harga secara efektif dan terus memperbaiki kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan konsumen optimal juga ditekankan dalam penelitian lain (Muhammad *et al.*, 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua faktor ini harus diperhatikan secara bersamaan karena keduanya memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen (Muhammad *et al.*, 2022). Dengan demikian, perusahaan seperti PT Goto perlu mempertimbangkan strategi yang mengintegrasikan manajemen harga yang efektif dengan peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen (Muhammad *et al.*, 2022). Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk merumuskan kebijakan dan strategi pemasaran yang lebih baik di masa mendatang (Muhammad *et al.*, 2022). Dengan memahami pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, perusahaan dapat mengoptimalkan upaya mereka dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencapai keberhasilan jangka panjang dalam bisnis mereka.

Penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen GoFood PT Goto. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kedua variabel independen ini, secara bersamaan, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien determinasi sebesar 26,7%. Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,247 dan variabel harga (X2) sebesar 0,332 menunjukkan bahwa kedua variabel ini memiliki

hubungan positif dengan kepuasan konsumen. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t-hitung yang lebih besar dari t-tabel dan F-hitung yang lebih besar dari F-tabel pada taraf signifikansi 5%. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari penelitian-penelitian lain yang disebutkan sebelumnya. Semua penelitian tersebut menggarisbawahi pentingnya kualitas pelayanan dan harga dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Temuan ini memberikan dukungan empiris bahwa strategi peningkatan kualitas pelayanan dan penetapan harga yang efektif merupakan kunci untuk mencapai kepuasan konsumen yang optimal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan dan menyesuaikan harga agar tetap kompetitif di pasar. Strategi pemasaran yang efektif harus mencakup upaya untuk mengelola kedua aspek ini secara bersamaan guna mencapai tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Hasil penelitian tidak hanya mendukung temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi PT Goto untuk merumuskan strategi yang lebih baik dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Upaya untuk memahami dan mengelola faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen akan membantu perusahaan mencapai keberhasilan jangka panjang dalam bisnis mereka.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen GoFood PT Goto. Kualitas pelayanan secara umum berada dalam kategori sangat baik, namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, terutama dalam hal proteksi terhadap ketidaksesuaian pesanan. Harga juga dikategorikan baik, tetapi masih ada aspek yang kurang memuaskan terkait keterjangkauan tarif bagi semua kalangan masyarakat. Meskipun kepuasan konsumen secara keseluruhan berada dalam kategori sangat baik, frekuensi

penggunaan GoFood secara berulang oleh konsumen masih belum maksimal. Analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Demikian pula, harga juga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Selain itu, kualitas pelayanan dan harga secara simultan memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen GoFood PT Goto. Hasil ini menegaskan pentingnya perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan menyesuaikan harga agar lebih kompetitif guna mencapai kepuasan konsumen yang optimal dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Daftar Pustaka

- Ariyanto, A., Anisah, A., & Narimawati, U. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada waroeng spesial sambal lippo karawaci. *Journal of Education Humaniora and Social Sciences (Jehss)*, 5(1), 371-381.
<https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1228>
- Egy, J., Rosita, O., Ekonomi, F., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2024). Pengaruh brand image dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Go-Food pada aplikasi Go-Jek (Studi kasus pada warga Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara). *Hadita Hadita Neng Siti Komariah*, 2(2).
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(1), 37-44.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Handayani, S., & Syarifudin, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, harga dan relationship marketing terhadap kepuasan konsumen pada layanan transportasi Gojek. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 298-313.
<https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.4115>

- Handoko, B. (2017). Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada titipan kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 61-72.
<https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Kurniawati, A., & Muhiban, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Hotel Swiss Belinn Karawang (Studi kasus). *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(3), 665-674.
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 1907-9990.
- Muhammad, R., Ngatno, N., & Nugraha, H. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap repurchase motor Honda tipe matik dengan kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada pengguna motor matik di kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 685-693.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35984>
- Oktarini, R., Prodi, D., & Universitas, D. S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa aplikasi Gojek di kota Tangerang. *ILMLAH ILMU SEKRETARI/ADMINISTRASI PERKANTORAN*, 6(2), 248-257.
- Patimah, & Desfitriady. (2023). Sense's Skin & Health Clinic Cimahi. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 3(2), 5014-5030.
- Priwastyani, T., Fitriadi, B., & Pauzy, D. (2022). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bakso Baturetno. *Insight Management Journal*, 3(1), 11-21.
<https://doi.org/10.47065/imj.v3i1.212>
- Putra, M. A. (2020). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa paket tour pada Travel Mahatalla Graha Tour Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(4), 300.
- Regina, C., & Seno, A. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 465-474.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28748>
- Ummah, M. (2022). Pengaruh home service, kualitas pelayanan, dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen generasi millennial di Meme Beautycare. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 3069-3078.
<https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i11.2898>
- Wahyudi, D., Wahyuni, E., & Apriyanto, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Go-Jek. *Management & Accounting Expose*, 4(1).
<https://doi.org/10.36441/accounting.v4i1.283>
- Wirananta, Z., Syamsir, Rezika, M., Nurfaiza, Rinaldi, I., & Zet, I. I. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga PT Gojek terhadap kepuasan konsumen Go-Food di Padang. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 1(2), 179-190.
<https://doi.org/10.55606/mateandrau.v1i2.163>