



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 20141- 20147

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi *Online Go-Ride* By Gojek di Jakarta Timur

Helmi Hawari¹, Taat Kuspriyono²

¹²Universitas Bina Sarana Informatika

¹helmihawari099@gmail.com, ²taat.tat@bsi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online go-ride by gojek di Jakarta Timur. Perkembangan teknologi digital mendorong meningkatnya penggunaan jasa transportasi online, khususnya layanan Go-Ride by Gojek di Jakarta Timur. Namun, masih terdapat berbagai permasalahan terkait kualitas pelayanan dan penetapan harga yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Go-Ride by Gojek di Jakarta Timur, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25 melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, koefisien determinasi dan koefisien regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Go-Ride by Gojek di Jakarta Timur. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,637 menunjukkan bahwa 63,7% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga, sedangkan sisanya sebesar 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Go-Ride, Gojek

1. Latar Belakang

Di era modern, masyarakat saat ini menggunakan layanan transportasi internet sebagai alat bantu atau tambahan. Pengusaha jasa transportasi online terus berkompetisi untuk menarik calon pelanggan dengan meningkatkan mutu pelayanan, kemudahan dalam memesan, kenyamanan motor yang digunakan, kecepatan dalam mengantarkan tepat waktu, serta faktor-faktor lainnya. Di Indonesia, banyak sepeda motor yang digunakan untuk kebutuhan pribadi atau bisnis, seringkali dengan harga yang sudah ditetapkan oleh aplikator. Dengan menggunakan teknologi dan standar layanan yang terus berkembang seiring kemajuan teknis dalam moda transportasi seperti ojek online, Gojek masih mempertahankan integritasnya (Ricky Pandaga A, 2021).

Banyak sekali hal yang mengalami perubahan karena kemajuan internet dan teknologi yang terus berkembang. Memiliki kemampuan untuk bersaing secara cukup akan sangat berpengaruh dalam membantu usaha bisnis online tumbuh dan berkembang. Selain para pengusaha yang semakin dimudahkan karena perkembangan teknologi, konsumen juga semakin dimudahkan dalam melakukan aktifitasnya. Keringanan dalam bertransaksi membuat pelanggan terpicu untuk melakukan pembelian, bukan sekadar jual beli barang. Namun, di industri jasa saat ini hal itu dimungkinkan untuk dilakukan secara online. Salah satu contohnya adalah program Gojek yang digunakan untuk ojek online (Harun Raudhatul Na'im & Wiyadi, 2024).

Pada tahun 2010, Nadiem Makarim menggunakan percakapan telepon untuk mendirikan PT GO-JEK INDONESIA sebagai bisnis jasa roda dua. GO-JEK berubah menjadi platform dan aplikasi telepon sesuai permintaan yang terkenal dan menawarkan berbagai layanan. GO-JEK merupakan kreasi anak muda Indonesia, yang didirikan dengan tujuan menawarkan solusi untuk meringankan kehidupan sehari-hari di tengah lalu lintas kota. Sebagai startup teknologi yang sadar sosial, GO-JEK berupaya meningkatkan kesejahteraan karyawan Indonesia yang bekerja di berbagai industri informal. Nadiem Makarim memperhatikan bahwa pengemudi ojek pangkalan menghabiskan banyak waktu menunggu pelanggan karena ia sering menggunakan transportasi publik. Namun, dengan banyak penumpang, pengemudi ojek internet dapat memperoleh penghasilan yang layak. Berdasarkan pengalaman ini, Nadiem Makarim mendapati kesempatan untuk menciptakan layanan yang akan menggandengkan kepada pengemudi dan pengendara ojek melalui internet (Alkalah, 2016).

Penggunaan jasa Gojek, terutama fitur *Go-Ride*, semakin meningkat seiring bertambahnya transportasi umum dan meningkatnya permintaan akan transportasi *online* yang murah dan mudah disesuaikan. Pelanggan dapat mengatur transportasi dengan lebih mudah menggunakan layanan ini hanya dengan menggunakan aplikasi, jadi mereka tidak perlu mencari motor di jalan. Fitur-fitur Gojek, seperti dukungan pelanggan yang ramah, opsi pembayaran digital melalui Gopay, dan tarif yang transparan, membuatnya semakin populer di kalangan kelompok (Mubaroq & Ilham, 2025).

Dalam situasi tersebut, kualitas pelayanan menjadi aspek kritis memastikan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan. Saat ini tidak hanya memperhatikan kecepatan layanan, tetapi juga kenyamanan, keamanan, sikap ramah pengemudi, serta kinerja aplikasi yang bisa diandalkan. Selanjutnya, harga juga menjadi prioritas utama yang dipertimbangkan dalam memutuskan pilihan pelanggan. Pada tahun 2026, fenomena Fluktuasi harga transportasi *online* yang dipengaruhi oleh kebijakan penyesuaian biaya operasional dan regulasi pemerintah, sehingga menjadi sorotan publik. Hal ini menyebabkan pelanggan memiliki persepsi yang berbeda tentang apakah biaya yang mereka bayarkan adalah proporsional dari layanan yang mereka terima, yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan mereka.

Namun, di sisi lain, Gojek harus terus meningkatkan kualitas pelayanannya karena harus bersaing dengan pesaing Gojek, seperti Grab, Maxim, dan InDriver, mendorongnya untuk terus meningkatkan layanan. Tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama agar perusahaan gojek dapat bertahan. Kualitas pelayanan dan harga adalah hal-hal utama yang biasanya dipertimbangkan oleh para konsumen. Pelanggan yang senang biasanya akan kembali menggunakan layanan tersebut, tetapi jika mereka tidak senang, mereka mungkin memilih berpindah ke pesaing. Oleh karena itu, sangat penting untuk menyelidiki seberapa besar kepuasan pelanggan terhadap layanan transportasi *online Go-Ride by Gojek* di Jakarta Timur dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan. Dibalik masyarakat yang merasakan manfaat dari keberadaan ojek online ada driver yang menjadikan sebagai pekerjaan utama atau sampingan mereka. Salah satu caranya menghasilkan uang adalah dengan bermitra dengan *platform* seperti Gojek. Namun, ada beberapa individu yang tidak menghargai pekerjaan sebagai pengemudi ojek *online*, mulai dari membatalkan pesanan hingga mengirimkan pesanan palsu yang menyebabkan penipuan yang merugikan pengguna serta *driver*. Selain itu, sebagai pengemudi ojek *online*, Anda tidak mendapat perlindungan hukum yang komprehensif karena pihak mitra tidak bertanggung jawab sepenuhnya atas kecelakaan. Selain itu, para pengemudi ojek *online* juga menghadapi masalah dengan gaji yang tidak cukup tinggi (Noraffandy Yahaya & Nur Fazila i Salleh, 2020).

Permasalahan ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi terus berkembang pesat, kualitas pelayanan dan cara menentukan harga masih menjadi hambatan besar dalam membuat pelanggan merasa senang. Oleh karena itu, perlu dijelaskan bagaimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga terutama untuk layanan *Go-Ride* di Jakarta Timur, yang memiliki banyak pelanggan.

Penelitian sebelumnya telah mengungkapkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan sangat dipastikan oleh kualitas pelayanan dan harga. Penelitian (Sibarani & Hutapea, 2021) menemukan bahwa kepuasan pelanggan Gojek meningkat ketika kualitas layanan dan harga disesuaikan. Selanjutnya, (Hanan et al., 2024) menunjukkan hasil serupa pada pengguna Gojek di wilayah Jakarta, dimana kedua variabel tersebut terbukti signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian (Christono, 2022) dibandungi juga mengonfirmasi bahwa kualitas pelayanan dan harga menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan pelanggan. Penelitian (Sri Handayani & Syarifudin, 2022) menambahkan bahwa selain kualitas pelayanan dan harga, faktor *relationship marketing* juga turut memengaruhi kepuasan pelanggan. Telaah (Syakila et al., 2023) mengutarakan bahwasanya aspek kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Gojek. Studi (Setiawan et al., 2022) mendapat bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh kualitas pelayanan dan harga. Penelitian (Raysha Naya Putri Fadillah et al., 2024) kualitas pelayanan dan harga terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam layanan *Go-Ride*. Penelitian (Kevin, 2023) kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian (Gugup Tugi Prihatma & Wahyu Fadillah et al., 2026) dibandingkan dengan variabel lainnya, persepsi harga memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Pengajian (Aprianti & Lego et al., 2026) kepuasan pelanggan Gojek dengan layanan *Go-Ride* di Jakarta Barat dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan, persepsi harga, dan promosi.

2. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2026) penelitian ini dilakukan pada Masyarakat Kota Jakarta Timur yang menggunakan aplikasi Gojek. Dengan Kuantitatif Adapun data primer bersumber dari Observasi, kuesioner yang disebarikan melalui media online (*Google Form*) kepada responden yaitu masyarakat pengguna aplikasi gojek di kota Jakarta Timur dan Studi dokumentasi yang melibatkan pengumpulan dan analisis berbagai sumber, adalah salah satu teknik pengumpulan data terkait penelitian. Buku, jurnal, arsip, laporan, foto, catatan, dan informasi tertulis

lainnya yang relevan dengan masalah penelitian adalah contoh dokumen-dokumen tersebut. Studi dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan informasi pendukung yang dapat meningkatkan temuan penelitian dan melengkapi informasi yang dikumpulkan dari pengamatan dan kuesioner. Dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden pengguna aplikasi Gojek di Kota Jakarta Timur yang didapat dengan menggunakan rumus *Lemeshow*. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan teknik *Non probability sampling* menggunakan dengan metode *purposive sampling*. Penentu sampling ini dikarenakan teknik penentu sampel diambil berdasarkan kriteria kriteria tertentu. Adapun analisis data yang dilakukan melalui tahap uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastitas, uji regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis yang terdiri uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f). Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala pengukuran interval dengan memakai metode *Likert*.

3. Hasil dan Diskusi

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal.

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	1,76421332
Most Extreme Differences	Absolute	0,089
	Positive	0,089
	Negative	-0,064
Test Statistic		0,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		,058 ^c

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Nilai Asymp.Sig. yakni $0,058 > 0,05$ mengonfirmasi kondisi ini. Dengan demikian, data memiliki distribusi normal dan dapat diuji lebih lanjut karena nilai Asymp.Sig. melampaui dari 0,05.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	0,546	1,831
	Harga	0,546	1,831

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Nilai toleransi untuk variabel Kualitas Pelayanan dan Harga tercatat sebesar 0,546. Nilai VIF di bawah 10 dan nilai toleransi di atas 0,10 untuk setiap variabel. maka, dapat diinferensikan bahwa tanda-tanda multikolinearitas tidak terdapat dalam model regresi yang diterapkan dalam kajian ini. konsekuensinya, asumsi multikolinearitas telah terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,422	1,331		1,068	,288
	Kualitas Pelayanan	,001	,041	,004	,030	,976
	Harga	-,003	,045	-,011	-,076	,940

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi untuk faktor Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,976, sedangkan untuk variabel Harga (X2) yaitu 0,940. Karena semua nilai signifikansi melebihi 0,05. Dengan demikian, disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis**Uji T**

Tabel 4. Uji T

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,923	2,108		,438	,662
	Kualitas Pelayanan	,143	,066	,183	2,171	,032
	Harga	,561	,071	,663	7,881	,000

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Kesimpulan berikut ini diambil dari hasil pengujian pada tabel coefficients:

Variabel kualitas pelayanan (X1) mendapatkan nilai t hitung sebesar 2,171 dengan nilai signifikansi sebesar 0,032. Karena nilai signifikansi $0,032 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi *online Go-Ride by Gojek* di Jakarta Timur.

Variabel harga (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 7,881 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi *online Go-Ride by Gojek* di Jakarta Timur.

Uji F

Tabel 5. Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	523,246	2	261,623	82,306	,000 ^b
	Residual	298,795	94	3,179		
	Total	822,041	96			

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Nilai F hitung sebesar 82,306 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat diputuskan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi *online Go-Ride by Gojek* di Jakarta Timur.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,798 ^a	,637	,629	1,78288

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Menerangkan bahwa koefisien determinasi R^2 tercatat sebesar 0,637. Perihal ini menandakan bahwa *variable* independen kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) dapat menyumbang 63,7% dari variasi variabel kepuasan pelanggan (Y). Variabel bebas tambahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini menyumbang 36,3% dari variasi

Hasil Uji Koefisien Regresi

Tabel 7. Uji Koefisien Regresi

Coefficients				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	0,923	2,108	
	Kualitas Pelayanan	0,143	0,066	0,183
	Harga	0,561	0,071	0,663

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Persamaan regresi diperoleh dari kesimpulan analisis regresi linier berganda pada Tabel IV.22:

$$Y = 0,923 + 0,143X_1 + 0,561X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan bahwa:

- Nilai konstanta sebanyak 0,923 menunjukkan bahwasanya apabila peubah Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) bernilai 0, lalu Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai sebesar 0,923.
- Dengan asumsi semua variabel lain tetap Seperti yang ditunjukkan oleh koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) yang konstan sebesar 0,143, bahwa untuk setiap pertambahan satu unit pada Kualitas Pelayanan (X1), kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,143.
- Variabel Harga (X2) memiliki koefisien regresi sejumlah 0,561, yang menandai bahwa, dengan asumsi semua variabel lain tetap konstan, kenaikan 1 unit pada Harga (X2) akan membuahkan peningkatan 0,561 pada Kepuasan Pelanggan (Y).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Variable kualitas layanan memperoleh nilai signifikansi sejumlah 0,032, yang kurang dari 0,05, merujuk pada penemuan uji parsial (uji t). Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan terhadap jasa transportasi *online Go-Ride by Gojek* di Jakarta Timur secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Koefisien regresi sebesar 0,143 untuk peubah kualitas pelayanan membuktikan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kualitas pelayanan. Ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan akan meningkat seiring dengan peningkatan kualitas pelayanan.

Selanjutnya, hasil studi ini juga sejalan dengan penelitian relevan yang dijalankan oleh (Setiawan et al., 2022) yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Kota Jambi. Penelitian lain oleh (Syakila et al., 2023) juga menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi online Gojek. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Bersumber pada hasil uji parsial (uji t), variabel harga memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga ini memiliki dampak besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan terhadap *Go-Ride by Gojek*, sebuah jasa transportasi *online* di Jakarta Timur.

Harga memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan koefisien regresi variabel harga setinggi 0,561. Harga merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan karena koefisiennya lebih tinggi daripada variabel kualitas pelayanan. Oleh karena itu, pelanggan lebih puas ketika *Go-Ride by Gojek* menawarkan harga yang lebih masuk akal dan kompetitif.

Hasil riset ini juga selaras dengan studi terkait oleh (Raysha Naya Putri Fadillah et al., 2024) yang menyampaikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada layanan *Go-Ride*. Penelitian lain oleh (Hanan et al., 2024) juga merujuk bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di wilayah Jakarta. Maka dari itu, harga menjadi faktor penting yang diperhitungkan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi *online*.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berada di bawah 0,05. Ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan terhadap jasa transportasi *online Go-Ride by Gojek* di Jakarta Timur sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga ditawarkan.

Selain itu, nilai R square sebanyak 0,637 ditunjukkan oleh koefisien determinasi. Ini menunjukkan bahwa 63,7% variasi kepuasan pelanggan dapat diterangkan oleh kualitas pelayanan dan harga, dengan faktor-faktor lain di luar penelitian memengaruhi 36,3% sisanya. Temuan penelitian menandakan bahwa kombinasi kualitas pelayanan dan harga memengaruhi kepuasan pelanggan, bukan hanya satu elemen saja. Jika konsumen mendapatkan layanan berkualitas dengan biaya yang wajar, mereka akan lebih bahagia. Untuk menjamin kebahagiaan pelanggan yang berkelanjutan, bisnis harus menetapkan harga yang kompetitif serta mempertahankan dan memperbaiki kualitas pelayanan.

Selain itu, keputusan riset ini juga searah bersama penelitian relevan nan mengerjakan oleh (Sibarani & Hutapea, 2021) yang menyatakan seperti kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Gojek. Penelitian oleh (Kevin, 2023) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Gojek Indonesia Bagian Pekanbaru. Dengan demikian, kualitas layanan dan harga menjadi elemen penting yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan jasa transportasi *online Go-Ride by Gojek* di Jakarta Timur.

4. Kesimpulan

Dengan memikirkan hasil telaah tentang bagaimana kualitas dan harga layanan memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap jasa transportasi *online Go-Ride by Gojek* di Jakarta Timur, dapat disimpulkan beberapa hal berikut: Kepuasan pelanggan (Y) jasa transportasi *online Go-Ride by Gojek* di Jakarta Timur sebagian dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kualitas pelayanan (X1). Hasil uji t, yang membuktikan nilai signifikansi 0,032, kurang dari 0,05, membuktikan hal ini. Akibatnya, kepuasan pelanggan meningkat seiring dengan kualitas pelayanan. Untuk jasa transportasi *online Go-Ride by Gojek* di Jakarta Timur, faktor harga (X2) memiliki dampak parsial dan besar terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji t, yang menunjukkan nilai signifikansi 0,000, di bawah 0,05, mendukung hal ini. Temuan ini menunjukkan bahwa harga yang wajar dan sesuai mampu memperbaiki kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan (Y) terhadap jasa transportasi *online Go-Ride by Gojek* di Jakarta Timur secara signifikan dipengaruhi oleh *variable* kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara bersamaan. Temuan uji F, yang menyatakan nilai signifikansi 0,000, kurang dari 0,05, membuktikan hal ini. Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,637 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) Faktor ini menjelaskan 63,7% kepuasan pelanggan (Y), dengan faktor tambahan di luar penelitian yang memengaruhi 36,3% sisanya.

Referensi

1. Alkalah, C. (2016). *PT Gojek*. 19(5), 1–23.
2. Christono, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>.
3. Hanan, E. N., Silviana, D. A., Noorend, F. M., & Abdullah, M. (2024). 1181-Article%20Text-4073-2-10-20240725 (1). 17(1), 235–249.
4. Harun Raudhatul Na'im, & Wiyadi. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online (Gojek). *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(3), 1789–1805. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1223>.
5. Kepuasan, T., Pada, P., Jasa, P., Online, T., Di, G., & Serang, K. (2026). 2 1, 2. 4, 74–90.
6. Kevin, M. (2023). 1305-Article Text-5092-1-10-20230704. 462–468.
7. Layanan, P. K., Harga, P., & Promosi, D. A. N. (2026). Pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa gojek layanan goride. 08(01), 55–65.
8. Mubaroq, E. Z. Z. K. I., & Ilham, M. R. (2025). Jurnal Pemasaran Bisnis & Industri. <https://journalpedia.com/1/index.php/jpb/index> Vol 6, No. 4 November 2024, 7(3), 8.
9. Noraffandy Yahaya & Nur Fazila i Salleh. (2020). Title. 21(1), 1–9.
10. Raysha Naya Putri Fadillah, Bunga Karnelia, & Nadia Jasmine. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Gojek dan Harga, terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Go Ride. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(4), 389–397. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i4.2759>.
11. Ricky Pandaga A, S. R. I. I. (2021). 17-33 +Pengaruh+Kualitas+Pelayanan, +Persepsi+ Harga,+Dan+Citra+Merek+Terhadap+Kepuasan+Pelanggan+Pengguna+Jasa+Transportasi+Ojek+Online+(Studi+Pada+Pelanggan+G ojek+Di+Kota+Semarang). *Jrime : Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 18–20.
12. Setiawan, F., Dewi, S. W. K., & Musafa. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Kota Bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 57–64. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.695>.
13. Sibarani, Y. F., & Hutapea, J. Y. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Tahun 2021) Yolanda Frisia Sibarani 1 dan Joan Yuliana Hutapea 2. 87–99.
14. Sri Handayani, L., & Syarifudin, A. (2022). the Effect of Service Quality, Price and Relationship Marketing on Consumer Satisfaction on Gojek Transportation Service. *Jurnal Unrika*, 11, 298–313. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>.
15. Sugiyono. (2026). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); Edisi Kedu). ALFABETA, CV.
16. Syakila, M., Akhmad, I., & Fikri, K. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(3), 227–240. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/1024>.