

Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan

Nitasari Lasma Uhur Sidebang¹, Lokot Muda Harahap²

^{1,2} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Medan, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Jul 7, 2026

Revised Jul 15, 2026

Accepted Jul 25, 2026

Keywords:

Harga
Kualitas Layanan
Kepuasan Pelanggan
Gojek

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Negeri Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah populasi sebanyak 130 orang mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan stambuk 2023, dengan sampel sebanyak 98 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert 1–4. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 32. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3) secara simultan harga dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek pada mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 55,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

This is an open access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license.



Corresponding Author:

Nitasari Lasma Uhur Sidebang,
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Medan, Indonesia
Jl. William Iskandar Ps.V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara
Email: nitasisidebang90@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong terjadinya transformasi pada berbagai sektor kehidupan, salah satunya sektor transportasi. Pemanfaatan teknologi informasi memungkinkan masyarakat memperoleh layanan transportasi yang lebih mudah, cepat, dan efisien melalui aplikasi berbasis digital. Kehadiran transportasi online telah mengubah pola mobilitas masyarakat dengan menawarkan berbagai kemudahan, seperti pemesanan kendaraan secara real time, transparansi tarif, pelacakan lokasi pengemudi, serta sistem pembayaran digital. Inovasi tersebut menjadikan transportasi online sebagai salah satu layanan yang semakin dibutuhkan untuk mendukung aktivitas masyarakat di era digital.

Seiring berkembangnya industri transportasi online di Indonesia, persaingan antarpemilik layanan juga semakin kompetitif. Berbagai perusahaan terus berupaya meningkatkan kualitas layanan dan menawarkan strategi pemasaran yang mampu menarik serta mempertahankan pelanggan. Salah satu perusahaan yang memiliki pangsa pasar besar adalah Gojek, yang menyediakan berbagai layanan, seperti transportasi, pengantaran makanan, logistik, dan pembayaran digital. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, keberhasilan suatu perusahaan

tidak lagi hanya diukur dari banyaknya pengguna, tetapi juga dari kemampuannya menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung melakukan penggunaan ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta membangun loyalitas terhadap perusahaan. Sebaliknya, apabila harapan pelanggan tidak terpenuhi, maka peluang berpindah ke layanan pesaing akan semakin besar.

Fenomena persaingan tersebut tercermin dari perkembangan jumlah unduhan aplikasi transportasi online di Indonesia. Data menunjukkan bahwa rata-rata unduhan aplikasi Gojek mengalami kecenderungan menurun selama periode 2021–2025. Sebaliknya, beberapa kompetitor seperti Maxim dan inDrive justru memperlihatkan tren peningkatan jumlah unduhan pada periode yang sama. Kondisi ini mengindikasikan bahwa persaingan antarplatform semakin intensif sehingga perusahaan dituntut mampu mempertahankan kepuasan pelanggan sebagai salah satu strategi untuk menjaga keberlangsungan penggunaan layanan. Penurunan jumlah unduhan aplikasi juga dapat menjadi indikator menurunnya minat pengguna, sehingga perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan agar tetap mampu bersaing di pasar transportasi online.

Pentingnya kepuasan pelanggan juga terlihat dari hasil pengamatan awal yang dilakukan pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Negeri Medan. Hasil observasi menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengguna Gojek masih mengalami fluktuasi selama periode Oktober 2025 hingga Februari 2026. Selain itu, hasil pra survei menunjukkan masih terdapat responden yang menyatakan pengalaman menggunakan Gojek belum sesuai dengan harapan serta belum sepenuhnya yakin untuk terus menggunakan layanan tersebut pada masa mendatang. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan masih menjadi permasalahan yang perlu mendapat perhatian karena berhubungan dengan keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali suatu layanan.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Dalam industri transportasi online, tarif layanan bersifat dinamis karena dipengaruhi oleh tingkat permintaan, kondisi lalu lintas, cuaca, serta ketersediaan pengemudi. Perbedaan tarif antarplatform menyebabkan konsumen memiliki kecenderungan membandingkan harga sebelum menentukan pilihan layanan. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa pada beberapa kategori layanan, tarif Gojek relatif lebih tinggi dibandingkan beberapa kompetitornya. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil pra survei yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai tarif Gojek belum cukup terjangkau dan kurang kompetitif dibandingkan layanan transportasi online lainnya. Meskipun demikian, sebagian responden tetap menilai bahwa manfaat yang diperoleh masih sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap harga masih beragam dan berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan mereka.

Selain harga, kualitas layanan juga merupakan faktor yang memiliki peranan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Kualitas layanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan melalui ketepatan waktu, daya tanggap, keamanan, serta kenyamanan selama proses penggunaan layanan. Hasil pengamatan terhadap ulasan pengguna menunjukkan bahwa penilaian terhadap layanan Gojek masih bervariasi pada berbagai platform. Di samping itu, hasil pra survei memperlihatkan bahwa beberapa aspek kualitas layanan, seperti kebersihan atribut pengemudi, daya tanggap terhadap pelanggan, dan perhatian terhadap kenyamanan pengguna, masih memperoleh penilaian yang kurang baik. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kualitas layanan masih perlu ditingkatkan agar mampu menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pengguna.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang belum konsisten mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada layanan transportasi online. Beberapa penelitian menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Sebaliknya, penelitian lain menemukan bahwa harga justru memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kualitas layanan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada pengguna Gojek di lingkungan mahasiswa. Berdasarkan fenomena empiris, hasil pra survei, serta adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu,

penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Gojek pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Negeri Medan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan stambuk 2023 yang berjumlah 130 orang. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan 5%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 98 responden. Lokasi penelitian bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Medan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden telah menggunakan layanan Gojek minimal dua kali.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert 1–4, yang terdiri dari 24 butir pernyataan yang mencakup variabel harga (8 item), kualitas layanan (10 item), dan kepuasan pelanggan (6 item). Sebelum digunakan, instrumen penelitian telah melalui uji validitas menggunakan korelasi Pearson dengan nilai r -tabel sebesar 0,334, serta uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha dengan nilai cut-off 0,60.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan persamaan $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$. Sebelum pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas menggunakan nilai Tolerance dan VIF, serta uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2). Seluruh pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 32.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 98 responden yang merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Negeri Medan. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan kelas dan usia. Mayoritas responden berasal dari kelas B sebanyak 35 orang (35,71%), diikuti kelas C sebanyak 33 orang (33,67%) dan kelas A sebanyak 30 orang (30,62%). Berdasarkan usia, mayoritas responden berusia 21 tahun sebanyak 54 orang (55%), kemudian usia 20 tahun sebanyak 33 orang (34%), dan usia 22 tahun sebanyak 11 orang (11%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden merupakan kelompok pengguna aktif layanan Gojek yang dapat memberikan penilaian terhadap variabel yang diteliti.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan Kolmogorov-smirnov (Uji K-S). Berikut hasil uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini:

Tabel 1. Uji Normalitas Data

							Unstandar dized Residual	
N							98	
Normal Parameters ^{a,b}								
Mean							.0000000	
Std.Deviation							.85054559	
Most Differences	Extreme	Absolute					0.64	
		Positive					0.64	
		Negative					-0.42	
Test Statistic							.064	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c							.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e							.425	
99% Confidence Interval								
						Lower Bound	.412	
						Upper Bound	.438	
a. Test distribution is Normal.								

- b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Olahan SPSS 32 (2026).

Berdasarkan tabel 4.9, hasil uji Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0.200. Nilai tersebut lebih besar dari taraf Signifikansi 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Hasil pengolahan uji Multikolinearitas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Mode 1		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	1.919	1.188		1.616	.109	
	Harga	.377	.052	.533	7.209	< .001	0,852 1,174
	Kualitas Layanan	.221	.046	.356	4.814	< .001	0,852 1,174

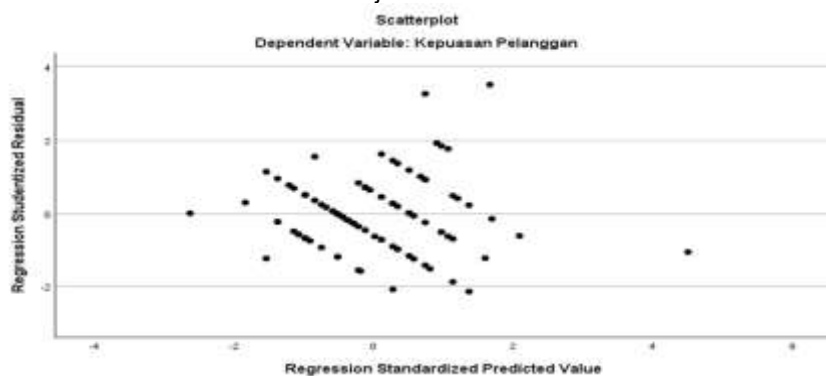
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olahan SPSS 32 (2026).

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa nilai Tolerance pada masing-masing variabel sebesar 0,852 ($>0,10$) dan nilai VIF sebesar 1,174 (<10). Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Olahan SPSS 32 (2026).

Berdasarkan Gambar 1 terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah garis nol serta tidak membentuk pola tertentu. Oleh karena itu, model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas sehingga layak digunakan dalam analisis regresi.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Uji Regresi Linier Berganda

Mode 1		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	1.919	1.188		1.616	.109	

Harga	.377	.052	.533	7.209	< .001	0,852	1,174
Kualitas Layanan	.221	.046	.356	4.814	< .001	0,852	1,174

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olahan SPSS 32 (2026).

Berdasarkan analisis diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,919 + 0,377X_1 + 0,221X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Layanan memiliki koefisien regresi positif, yang berarti peningkatan persepsi terhadap kedua variabel tersebut akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Uji Hipotesis Penelitian

1. Uji Parsial (Uji t)

Hasil Uji yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.919	1.188		1.616	.109
	Harga	.377	.052	.533	7.209	< .001
	Kualitas Layanan	.221	.046	.356	4.814	< .001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olahan SPSS 32 (2026).

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Layanan masing-masing memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Uji Simultan (Uji F)

Hasil Uji yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Simultan (Uji F)
ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88,317	2	44,159	59.782	< .001 ^b
	Residual	70,172	95	.739		
	Total	158,490	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga

Sumber: Hasil Olahan SPSS 32 (2026).

Hasil uji simultan menunjukkan nilai Fhitung sebesar 59,782 dengan nilai signifikansi <0,001. Hal ini menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Koefisien Determinasi

Hasil Uji koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	.557	.548	.85945
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga				

Sumber: SPSS Versi 32

Nilai R Square sebesar 0,557 menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Layanan mampu menjelaskan 55,7% variasi Kepuasan Pelanggan. Adapun sebesar 44,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi pelanggan terhadap keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima, serta daya saing tarif merupakan aspek yang memengaruhi tingkat kepuasan dalam menggunakan layanan Gojek. Meskipun tarif layanan transportasi online bersifat dinamis, pelanggan tetap mempertimbangkan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan kualitas layanan yang diterima. Ketika pelanggan merasa bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan manfaat yang diperoleh, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Hasil penelitian ini mendukung teori pemasaran yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang memengaruhi evaluasi pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan penelitian (Tarigan et al., 2024) dan (Tooy, 2024) yang menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh. Dalam konteks layanan Gojek, kualitas layanan tercermin dari ketepatan waktu, keramahan pengemudi, keamanan perjalanan, kemudahan penggunaan aplikasi, serta kemampuan perusahaan dalam merespons kebutuhan pelanggan. Pengalaman layanan yang positif akan membentuk persepsi yang baik terhadap perusahaan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini sejalan dengan teori kualitas layanan yang menekankan pentingnya pemenuhan harapan pelanggan serta didukung oleh penelitian (Hazizah et al., 2025) dan (Mardjani et al., 2023) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai koefisien determinasi sebesar 55,7% menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan lebih dari separuh variasi kepuasan pelanggan pengguna Gojek. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari kombinasi antara kebijakan harga yang sesuai dengan kemampuan dan harapan konsumen serta kualitas layanan yang mampu memberikan pengalaman penggunaan yang baik. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara penetapan harga yang kompetitif dan peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan agar mampu mempertahankan kepuasan pelanggan di tengah persaingan industri transportasi online. Sementara itu, sebesar 44,3% variasi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti promosi, citra merek, kemudahan penggunaan aplikasi, maupun faktor pengalaman pelanggan yang dapat diteliti pada penelitian selanjutnya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek pada mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan. Kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, harga dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kontribusi kedua variabel tersebut sebesar 55,7% terhadap variasi kepuasan pelanggan. Gojek disarankan untuk meninjau kebijakan penetapan harga agar lebih terjangkau bagi kalangan mahasiswa, sekaligus meningkatkan standar kualitas layanan melalui pembinaan mitra pengemudi secara berkala. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas variabel penelitian dengan mengikutsertakan faktor-faktor lain seperti promosi, citra merek, atau kemudahan penggunaan aplikasi, serta memperluas cakupan populasi guna meningkatkan generalisasi temuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, B. P., Syofian, & Markoni. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online (Maxim Kota Bengkulu). *In Jurnal Bisnis Net*, 6.
- Budiarno, Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(2).
- Darmis. (2021). *Hal-hal Yang Mempengaruhi Harga Kamar*.
- Eriswanto, E., & Kartini, T. (2020). Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Penjualan Pada Pt. Liza Christina Garment Industry. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Teknologi*, 13(2), 103–112.
- Fandy Tjiptono. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. 506.
- Fathurrahman, M. I. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kikim Variasi Mobil Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guita, M., Lianto, E., Loni, K., & Ritonga, R. R. (2023). Effect of Price, Quality Service, and Trust on Customer Satisfaction. *International Journal of Economic Social and Technology*, 2(1), 32–39.
- Hazizah, N., Suhairi, & Ramadhani, S. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bus Trans Mebidang. *Jurnal Ekonomi*, 30(1), 117–197.
- Mardjani, B. D., Lapien, J., & Mangantar, M. (2023). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Transportasi Online (Studi Kasus Gojek Dan Maxim Di Kota Manado)*. 11(1), 942–952.
- Muhajirin, & Panorama, M. (2017). *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Idea Press.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). CV. Alfabeta.
- Tarigan, G. K., Ranguti, A. E., & Sinambela, M. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 2(4), 288–308.
- Tooy, S. M. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *In Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1).