



Analisis Kualitas Pelayanan Penyedia Jasa GO-JEK dan Dampaknya terhadap Masyarakat

Irgi Saeful Rizky^{1*}, Ili Luhung², Andika Alexandro³

^{1,2,3}Universitas Pembangunan Jaya, Indonesia

E-mail: irgi.saefulrizky@student.upj.ac.id¹, ili.luhung@student.upj.ac.id², andika.alexandro@student.upj.ac.id³

Alamat: Blok B7/P, Jl. Cendrawasih Raya Bintaro Jaya, Sawah Baru, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten

*Korespondensi penulis: irgi.saefulrizky@student.upj.ac.id

Abstract. *In today's rapidly advancing digital era, technological progress has significantly transformed various aspects of life within society. This shift has led people to prefer communication through social media and influenced transportation tools connected to digital platforms. Communication and transportation are directly related to societal activities. These two aspects are frequently utilized by individuals to simplify their tasks. Moreover, with the increasing sophistication of technology in the fields of transportation and communication, society has become increasingly dependent on these aspects. This phenomenon is a result of rapid technological advancements across various sectors, including communication and transportation. The development of technology in these areas has encouraged people to be more creative and innovative in leveraging these advancements to start new businesses, particularly those providing transportation services.*

Keywords: *Go-Jek, Technology, Transportation, Communication.*

Abstrak. Pada era digital saat ini yang terus berkembang pesat, dengan kemajuan teknologi yang tentunya mengubah berbagai aspek kehidupan dalam masyarakat, hal tersebut membuat masyarakat lebih memilih untuk berkomunikasi lewat media sosial dan berpengaruh terhadap alat transportasi yang terhubung dengan platform digital. Komunikasi dan transportasi merupakan hal yang akan berkaitan secara langsung pada masyarakat. Kedua aspek tersebut sering sekali digunakan oleh masyarakat untuk mempermudah pekerjaan mereka, ditambah dengan semakin canggihnya teknologi pada aspek transportasi dan komunikasi membuat masyarakat semakin bergantung pada aspek tersebut. Hal tersebut merupakan dampak dari perkembangan teknologi yang begitu cepat pada berbagai bidang termasuk pada komunikasi dan transportasi. Dengan adanya perkembangan teknologi pada aspek transportasi dan komunikasi, masyarakat lebih kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk memulai usaha baru, terutama usaha dalam menyediakan jasa transportasi.

Kata kunci: Go-Jek, Teknologi, Transportasi, Komunikasi.

1. LATAR BELAKANG

Pada era digital saat ini yang terus berkembang pesat, dengan kemajuan teknologi yang tentunya mengubah berbagai aspek kehidupan dalam masyarakat, hal tersebut membuat masyarakat lebih memilih untuk berkomunikasi lewat media sosial dan berpengaruh terhadap alat transportasi yang terhubung platform digital.

Komunikasi dan Transportasi merupakan hal yang akan berkaitan secara langsung pada masyarakat. Kedua aspek tersebut sering sekali digunakan oleh masyarakat untuk mempermudah pekerjaan mereka, ditambah dengan semakin canggihnya teknologi pada aspek transportasi dan komunikasi membuat masyarakat semakin bergantung pada aspek tersebut.

Hal tersebut merupakan dampak dari perkembangan teknologi yang begitu cepat pada berbagai bidang termasuk pada komunikasi dan transportasi.

Dengan adanya perkembangan teknologi pada aspek transportasi dan komunikasi membuat masyarakat lebih kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk memulai usaha baru, terutama usaha dalam menyediakan jasa transportasi. Dengan kemajuan teknologi membuat masyarakat menginginkan jasa transportasi yang cepat, nyaman, aman, dan mudah ditemukan. Dalam memenuhi permintaan masyarakat tersebut, tentu diperlukan penyediaan jasa transportasi yang memiliki kualitas pelayanan yang baik dan inovatif, seperti halnya penyediaan jasa transportasi online adalah Go-Jek.

Go-Jek merupakan sebuah perusahaan yang menyediakan jasa transportasi online dengan tujuan untuk mempermudah hubungan dari pengemudi ojek dan penumpang. Go-Jek sendiri berdiri pada tahun 2011, dengan adanya Go-Jek tentu membuat gerakan revolusi pada jasa transportasi. Hal tersebut terjadi karena Go-Jek memiliki tujuan untuk bekerja secara efektif dengan memiliki pengemudi yang berpengalaman dengan tujuan minat pelanggan akan naik. Yang kemudian berakibat Go-Jek dapat melakukan ekspansi ke kota-kota besar lainnya.

Layanan utama pada Go-Jek tentunya menyediakan jasa transportasi yang dapat digunakan oleh pelanggannya. Kemudian seiring berjalannya waktu Go-Jek menawarkan beberapa layanan transportasi seperti Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Mart, Go-Box, dan Go-Send. Tentunya semua layanan transportasi tersebut merupakan sebuah bentuk inovasi dari Go-Jek untuk pelanggan mereka, dengan tujuan agar dapat memberikan jenis layanan yang sesuai dengan apa yang pelanggan butuhkan.

Namun, meskipun Gojek telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, kualitas pelayanan yang diberikan sering menjadi sorotan masyarakat. Keluhan seperti keterlambatan pengantaran, perilaku mitra pengemudi, hingga kesalahan pemesanan sering kali muncul di berbagai platform media sosial dan diskusi publik. Kualitas pelayanan yang baik sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pengguna sekaligus memastikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan penyedia jasa Gojek serta dampaknya terhadap masyarakat, baik dari sisi pengguna maupun mitra penyedia jasa.

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan sebuah keberhasilan dan kegagalan dari perusahaan yang sedang mengembangkan bisnis mereka, hal tersebut dapat berupa sebuah harapan dari konsumen terhadap produk/jasa yang akan mereka gunakan dan persepsi terhadap layanan yang telah mereka terima (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. 1988). Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat bagaimana sebuah layanan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dapat dan mampu memenuhi atau dapat melebihi harapan dari pelanggan yang dimana proses penilaian tersebut dipengaruhi oleh persepsi pelanggan dari hasil yang telah mereka terima dari pemakaian produk/jasa (Kotler & Keller. 2016)

Jasa Transportasi Online

Jasa Transportasi merupakan sebuah layanan yang telah disediakan oleh perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan terhadap pemindahan barang atau pelanggan yang ingin berpergian dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan menaiki jasa transportasi berupa taksi, bus, dan lain sebagainya. Jasa transportasi menekankan pada pengangkutan barang fisik dengan memiliki kemudahan dalam pemesanan, kenadalan, dan kenyamanan saat menggunakan jasa transportasi (Kotler. 2003).

Transportasi online merupakan sebuah inovasi yang digunakan dalam aspek penyediaan jasa transportasi, yang dimana dalam prosesnya yaitu berbasis digital dan online yang bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja dengan menggunakan Handphone dalam prosesnya. Semua proses tentunya berbasis internet dalam pelaksanaannya seperti saat melakukan pemesanan serta peninjauan rute yang diambil dan proses pembayaran dengan berbasis online (Pratama & Aminah. 2016). Transportasi online pada umumnya dilakukan dengan menggunakan Handphone dengan memanfaatkan aplikasi yang memiliki layanan jasa transportasi didalamnya, yang kemudian semua proses akan dilakukan pada aplikasi tersebut.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan sebuah perasaan yang muncul akibat dari kualitas produk yang didapatkan dan layanan yang diterima, tingkat perasaan tersebut dapat berupa perasaan senang atau kecewa yang dimana kedua perasaan itu timbul setelah konsumen membandingkan harapan mereka pada produk dan layanan yang akan mereka terima dengan produk dan layanan setelah mereka terima. Jika sebuah produk dan layanan yang konsumen terima sesuai dengan harapan, konsumen akan puas, jika produk dan layanan yang konsumen

terima melebihi harapan, konsumen merasa sangat puas, dan jika produk dan layanan yang konsumen terima tidak sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa kecewa (Kotler & Keller, 2016).

Kepuasan konsumen dapat didefinisikan suatu penilaian konsumen terhadap keunikan dari produk atau jasa yang dapat memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan sebuah hal yang menjadi kewajiban setiap perusahaan dalam memenuhi hal tersebut (Tjiptono & Chandra. 2012).

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan dapat berpengaruh secara signifikan kepada kepuasan konsumen, perusahaan yang memiliki kualitas pelayanan yang baik dan dapat memenuhi hingga melampaui harapan konsumen tentu akan dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang buruk tentu akan menurunkan tingkat kepuasan, hingga menyebabkan keluhan dan sampai mengakibatkan kehilangan pelanggan (Kotler & Keller. 2016). Dengan terciptanya rasa puas dalam diri konsumen tentu perusahaan akan mendapatkan banyak keuntungan dan dapat meningkatkan rasa puas konsumen. Dengan mempertahankan konsumen tentu lebih memiliki nilai manfaat ketimbang dengan membina atau mencari konsumen baru, tentu hal tersebut dapat memberikan dampak kepada perusahaan dalam jangka panjang. Dengan konsumen yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi tentunya akan reka untuk memberikan ulasan yang positif dan pada tingkat tertingginya akan merekomendasikannya kepada orang lain.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pada penelitian ini akan memberikan gambaran dan penjelasan yang tepat dalam menganalisa suatu keadaan atau gejala yang dihadapi. Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode yang digunakan dalam meneliti pada sebuah kondisi objek alamiah, penelitian ini merupakan sebuah instrumen kunci dengan teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), memiliki analisis data dengan sifat induktif, dan memiliki hasil penelitian yang lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono2020:9).

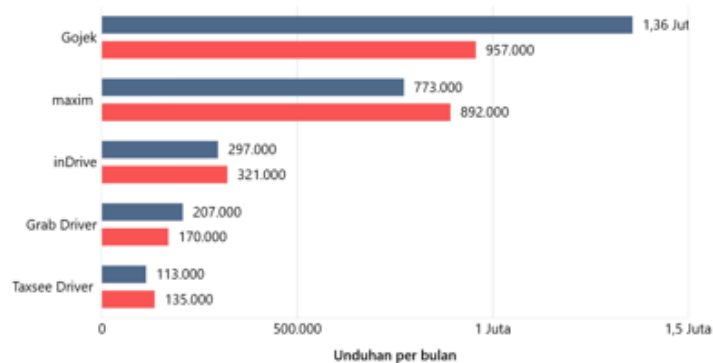
Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah pengumpulan data dalam bentuk kalimat atau sebuah gambar yang tidak menekankan pada penilaian dan angka. data yang telah terkumpul setelah dianalisis akan dideskripsikan yang memudahkan orang lain untuk

memahaminya. Dalam penelitian ini mengandalkan sumber data yang bersifat sekunder, data sekunder merupakan sebuah data yang peneliti ambil dari sumber-sumber yang sudah ada, hal tersebut dapat berupa laporan penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, arsip, dan dokumen. Tentu dengan penggunaan data sekunder memiliki sebuah keuntungan karena data tersebut dapat diakses dengan mudah dan lebih cepat dalam menemukan data, serta dapat menambah sudut pandang peneliti tanpa harus melakukan pengumpulan data secara langsung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Go-Jek telah dirilis pada 5 oktober 2010 yang awalnya untuk melakukan pemesanan menggunakan sistem call centre untuk dapat menikmati layanan Go-Jek. Kemudian seiring berkembangnya teknologi dan masyarakat mulai mengenal teknologi, terlebih munculnya aplikasi uber yang populer di masyarakat maka pada 7 januari 2015 Go-Jek mulai merilis aplikasi yang berbasis Android dan IOS sebagai pengganti sistem call center.

Hingga saat ini Go-Jek masih terus melakukan inovasi dalam menyediakan layanan transportasi kepada penggunanya, hal tersebut pun membuat Go-Jek memiliki pengguna yang semakin meningkat tiap tahunnya.



Sumber: Data Boks

Data tersebut merupakan sebuah laporan The State of Mobile 2024 report yang diterbitkan oleh Data.ai. melaporkan lima aplikasi transportasi online dengan total unduhan terbanyak di Indonesia sepanjang 2022-2023. Go-Jek menjadi urutan pertama yang dengan rata-rata unduhan per bulan hingga 957 ribu unduhan, yang diunduh dari pengguna telepon seluler atau smartphone pada tahun 2023. Meskipun memang terjadi penurunan dari tahun 2022 yang mencapai jumlah unduhan 1,35 juta perbulan, hal tersebut tidak menjadikan Go-Jek sebagai nomor 1 di Indonesia sebagai jasa transportasi online yang akan dipilih oleh masyarakat Indonesia. Tentunya hal tersebut dapat terjadi karena Go-Jek memiliki kualitas layanan yang dapat memehuni harapan dan kebutuhan masyarakat.

Kualitas Layanan Go-Jek

Kemudia pembahasan kualitas layanan Go-Jek di dapatkan dari penelitian dari jurnal ilmiah serta artikel yang diambil dari Google Scholar yang relevan dengan judul yang sedang diteliti. Hasil penelitian dari lima jurnal yang membahas tentang kualitas layanan Go-Jek, penelitian tersebut menunjukkan hasil yang relatif sama, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan Go-Jek dikalangan masyarakat sudah sangat baik dan masyarakat sangat puas dengan pelayanan konsumen tersebut. Hal tersebut dapat dianalisis dengan hasil penelitian pada jurnal dan artikel yang memberikan pernyataan tentang hasil yang positif dan signifikan anantara variabel. Pada analisis yang dilakukan, pada hasil analisis tersebut tidak hanya memiliki variabel kualitas layanan dan kepuasan konsumen saja, namun terdapat variabel lainnya seperti: harga, loyalitas konsumen, kualitas layanan elektronik, nilai pelanggan, persepsi manfaat, dan lainnya. Pada jurnal yang memiliki variabel lain masih menyatakan pada hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa kualitas layanan Go-Jek berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

Dampak Penyediaan Jasa Go-Jek

Kemudian pembahasan dampak dari adanya penyediaan jasa transportasi online dalam penelitian kali ini yaitu Go-Jek. Pembahasan kali ini yaitu meneliti dan menganalisis 5 Jurnal dan artikel terkait dampak yang dirasakan oleh masyarakat dari adanya Go-Jek. Layanan transportasi online berdampak pada kesempatan kerja dan memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat, kemudian berpengaruh terhadap kesejahteraan perekonomian masyarakat. Hal tersebut terjadi karena masyarakat mulai menjadikan Go-Jek sebagai mata pencaharian mereka untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka dan kesejahteraannya. Dampak yang paling dirasakan oleh masyarakat tentunya adalah terbukanya lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat.

Kemudian adanya penyediaan Gojek dapat membawa perubahan sosial yang terjadi pada masyarakat. Perubahan sosial sendiri terjadi karena melakukan pengadopsian dalam layanan transportasi yang berpengaruh secara signifikan dalam pola interaksi dan transaksi yang terjadi di masyarakat, perubahan tersebut mengarah ke aspek yang lebih modern yaitu menggunakan teknologi berbasis internet. Layanan transportasi online seperti Go-jek mengubah akses ke berbagai fasilitas, mengubah cara konsumen dalam mengatur perjalanan dan memesan makanan, hingga dalam mengakses jasa kebersihan. Hal tersebut kemudian dapat merubah pola kehidupan sehari-hari dengan menyederhanakannya agar dapat meningkatkan efisiensi dalam menjalankan kegiatan sehari-hari.

Pada saat ini sebagian masyarakat mendapatkan manfaat lebih dari kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan oleh teknologi. Namun sebagian masyarakat yang belum mampu dan kurangnya akses pada teknologi. Yang kemudian menjadi isu dalam masyarakat bagaimana teknologi dapat diakses dan memberikan manfaat kepada seluruh lapisan masyarakat. Meskipun demikian penyediaan jasa transportasi online telah membawa banyak manfaat kepada masyarakat, hal tersebut berupa efisiensi dan aksesibilitas yang semakin meningkat, namun sangat penting dalam mempertimbangkan dan mengelola dampak negatif yang terjadi (Danylova. 2022)

Kemudian juga berdampak pada jasa transportasi tradisional. Dengan munculnya Go-Jek yang dapat memberikan dampak signifikan pada transportasi tradisional di Indonesia. Dengan menawarkan layanan transportasi online yang lebih fleksibel dan efisien serta membandingkannya pada transportasi tradisional seperti taksi dan angkutan umum, yang kemudian dapat mengakibatkan perubahan minat masyarakat dalam memilih jasa transportasi (Maulidia & Ratnasari. 2021). Dampak dari adanya Go-Jek terhadap transportasi tradisional di Indonesia merupakan sebuah contoh seperti apa teknologi dan model bisnis baru dapat merubah industri namun harus seimbang dengan kebijakan yang bijaksana dalam memastikan bahwa semua pihak mendapatkan manfaat yang adil dan menjadikan sistem informasi yang lebih efektif dan efisien.

Go-Jek juga memberikan dampak ekonomi lokal. Dengan hadirnya Go-Jek di Indonesia yang telah memberikan dampak secara signifikan terhadap ekonomi lokal di Indonesia. Melalui model bisnis yang diluncurkan oleh Go-jek telah memberikan kontribusi dalam menciptakan pendapatan baru pada aspek ekonomi lokal, dengan menawarkan berbagai jenis layanan yang dibutuhkan oleh masyarakat (Prihayati & Veriasa. 2021). Go-Jek membuktikan bahwa model ekonomi berbagi dapat memberikan manfaat dalam pertumbuhan ekonomi lokal dengan menghadirkan tantangan dan peluang bisnis baru yang dapat memberikan manfaat kepada masyarakat. Dengan inovasi yang terus dilakukan oleh Go-Jek manfaat yang diterima bukan hanya untuk konsumen saja namun dapat memberikan dampak secara positif kepada pengguna Go-Jek seperti masyarakat yang menjadikan Go-Jek sebagai mata pencaharian mereka dan berdampak pada UMKM yang bermitra dengan Go-Jek. Go-Jek memainkan peran penting dalam meningkatkan ekonomi lokal dan pembangunan ekonomi nasional.

Kemudian dengan adanya perkembangan teknologi dan inovasi yang dilakukan oleh Go-Jek yang kemudian inovasi tersebut bukan hanya sektor transportasi saja namun mulai merambat ke sektor kesehatan, pendidikan, bahkan fintech, yang dapat menciptakan ekosistem layanan yang lebih luas lagi dan terintegrasi. Melalui aplikasinya Go-Jek tidak hanya dapat

menyederhanakan cara orang dalam melakukan perjalanan, namun dapat memberikan kemudahan kepada konsumen dalam mengakses layanan keuangan, kesehatan, dan pendidikan (Maulidia & Ratnasari. 2021).

Dalam bidang fintech, Go-Jek mengembangkan platform pembayaran yang dapat mempermudah pengguna aplikasi mereka dalam melakukan transaksi sehari-hari. Go-Jek juga tidak hanya mempercepat transaksi keuangan namun dapat mendorong inklusi finansial pada daerah yang memiliki kekurangan dalam layanan perbankan tradisional (Van Uytsel. 2020). Hal tersebut tentunya dapat memberikan bantuan kepada usaha kecil dan menengah dalam menyediakan layanan keuangan yang lebih luas dan mampu dijangkau oleh seluruh masyarakat, tentu hal tersebut dapat membuka kesempatan baru dalam pertumbuhan ekonomi lokal.

Dalam sektor pendidikan. Go-Jek menjadi aplikasi yang digunakan dalam menghubungkan pelajar dengan tutor dan menyediakan materi dalam proses belajar digital yang semua hal tersebut dapat diakses hanya dengan melalui smartphone. Hal ini kemudian dapat membuka akses pendidikan untuk semua orang yang kemungkinan tidak memiliki akses pada sumber pembelajaran konvensional, tentu dengan tujuan dapat meningkatkan literasi dan kompetensi masyarakat (Blazhko 2021)

Dalam sektor kesehatan, Go-Jek memanfaatkan jaringan pengemudi dan teknologi mereka dalam menawarkan layanan antar obat dan konsultasi kesehatan secara virtual. Ini menjadi bagian penting karena dapat membantu dalam menghadapi pandemi global yang dimana semua akses fasilitas kesehatan sangat diperlukan (Bokolo. 2020). Layanan tersebut dapat memberikan kemudahan kepada pasien dalam mendapatkan perawatan tanpa harus meninggalkan rumah dan tentunya dapat mengurangi beban pada fasilitas kesehatan (Badawy & Radovic. 2020)

Secara keseluruhan Go-Jek dapat mendorong inovasi pada sektor teknologi dan memberikan contoh kepada perusahaan lainnya agar dapat memanfaatkan platform digital dalam meningkatkan kualitas layanan. Dengan terus melakukan inovasi dan mengintegrasikan teknologi ke dalam aspek kehidupan sehari-hari, Go-Jek tidak hanya mengubah cara masyarakat dalam melakukan tugas-tugas rutin, namun bagaimana Go-Jek dapat memanfaatkan potensi teknologi untuk memaksimalkan kualitas layanan mereka dan memberikan dampak yang positif pada masyarakat.

5. KESIMPULAN

Hasil dari analisis jurnal-jurnal terkait menyatakan bahwa kualitas layanan Go-Jek sangat memuaskan konsumen dan sangat baik dalam kualitas pelayanan mereka. Kualitas layanan tersebut memberikan nilai yang penting dalam menstimulus kepuasan konsumen, dan untuk menjaga atau meningkatkan kepuasan konsumen tersebut Go-Jek harus terus melakukan inovasi dan terus mengevaluasi mitra-mitra mereka dalam menyajikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen yang diharapkan agar konsumen merasa sangat puas dengan hasil yang mereka terima dari pelayanan Go-Jek. Kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan Go-Jek dapat mendorong konsumen untuk memilih menggunakan Go-Jek dan menjadikan Go-Jek sebagai pilihan utama mereka dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

Kemudian dampak yang dirasakan oleh masyarakat dengan hadirnya Go-Jek. Setelah menganalisis jurnal dan artikel terkait dapat disimpulkan bahwa Go-Jek memberikan dampak yang positif pada masyarakat, dampak tersebut berupa manfaat yang diterima oleh seluruh pengguna Go-Jek baik itu pelanggan dan mitra-mitra yang bergabung dengan Go-Jek. Dampak tersebut berupa layanan yang memberikan kemudahan dan lebih efisiensinya waktu konsumen dalam memakai jasa transportasi online. Kemudian manfaat yang dapat dirasakan oleh mitra Go-Jek seperti pemanfaatan dalam membuka usaha baru yang kemudian bermitra dengan Go-Jek, membuka lapangan pekerjaan baru kepada masyarakat yang membutuhkan, bahkan sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional.

Munculnya Go-Jek dengan layanan mereka dalam menyediakan jasa transportasi online dan lainnya. Dengan mempertahankan kualitas layanan mereka kepada konsumen memberikan hasil yang positif terhadap kepuasan konsumen yang telah memakai jasa Go-Jek dan memilih untuk terus memakai jasa Go-Jek dalam melakukan aktivitas sehari-hari karena konsumen merasa puas atas kualitas layanan yang mereka terima. Dan bukan hanya itu saja Go-Jek tidak hanya berdampak kepada penggunanya saja namun dapat memberikan dampak secara luas dalam masyarakat khususnya kepada masyarakat yang membutuhkan pekerjaan dan masyarakat yang memutuskan untuk usahanya bermitra dengan Go-Jek. Menjadikan Go-Jek dapat memberikan manfaat secara luas kepada seluruh masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen Gojek. *JUPE*, 8(3), 86–94.
- Aprillia, A., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Gojek pada masa pandemi COVID-19 di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(1), 242–257. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.222>
- Badawy, S. M., & Radovic, A. (2020). Digital approaches to remote pediatric healthcare delivery during the COVID-19 pandemic: Existing evidence and a call for further research. *JMIR Pediatrics and Parenting*, 3(1), e20049. <https://doi.org/10.2196/20049>
- Bahasoan, A. N., Qamariah, N. S., Rahmat, A., Listiawati, N., & B., I. (2024). Transformasi sosial dan ekonomi: Dampak Go-Jek dan Grab di Indonesia. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(4).
- Blazhko, L., Rassokha, I., & Rendiuk, S. (2021). Use of mobile applications in the learning process. *The Sources of Pedagogical Skills*, 26, 18–21. <https://doi.org/10.33989/2075-146x.2020.26.227421>
- Bokolo, A. J. (2020). Use of telemedicine and virtual care for remote treatment in response to COVID-19 pandemic. *Journal of Medical Systems*, 44(7), 132. <https://doi.org/10.1007/s10916-020-01596-5>
- Danylova, T., Storozhuk, S., Vus, V., Shmarhun, V., Kryvda, N., Pavlova, O., & Kholodynska, S. (2022). On social networks, digital media, and mental health. *Wiadomości Lekarskie*, 75(11), 2850–2854. <https://doi.org/10.36740/WLek202211222>
- Davidson, & Zhang. (2023). *Kewirausahaan (peluang dan tantangan e-commerce)*.
- Dhiyau dini, H., & Nirmalasari, L. (2021). Pengalaman pengguna aplikasi Gojek atas kualitas layanan dan kepuasan konsumen (studi literatur terhadap pelanggan Gojek di Indonesia).
- Huda, K., Fitriyani, Z. A., Sholeh, R., & Effendi, M. J. (2021). Dampak layanan transportasi online terhadap kesejahteraan perekonomian masyarakat Kota Mojokerto melalui kesempatan kerja. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(1), 102–117. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.176>
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mahaputra, M. R. (2023). Analisis kualitas pelayanan penyedia jasa transportasi online di Kota Tangerang Selatan (studi kasus: PT. Gojek Indonesia). *JSTL*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/jstl.v1i1>
- Maulidia, G., & Ratnasari, I. (2021). Analisis komparatif strategi digital marketing terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Gojek dan Grab di Kabupaten

Karawang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 12(1), 51–57.
<https://doi.org/10.36982/jiegmk.v12i1.1520>

- Oktarini, R. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa aplikasi Gojek di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sekretari/Administrasi Perkantoran*, 6(2).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pratama, G. Y., & Aminah, S. (2016). Perlindungan hukum terhadap data pribadi pengguna jasa transportasi online dari tindakan penyalahgunaan pihak penyedia jasa berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Diponegoro Law Journal*.
- Prihayati, Y., & Veriasa, T. O. (2021). Developing green tourism to create the sustainable landscape: Evidence from community-based coffee tourism (CbCT) in Puncak, Bogor, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 879(1), 012027.
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/879/1/012027>
- Santika, E. F. (2024). Aplikasi transportasi online terbanyak diunduh di RI 2023, Gojek juaranya.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, A. D., & Osa, O. S. (2020). Analisis kualitas layanan jasa.
- Van Uytsel, S. (2020). Horizontal shareholding among fintech firms in Asia: A preliminary competition law assessment. In M. Fenwick, S. Van Uytsel, & B. Ying (Eds.), *Springer Singapore* (pp. 177–203). https://doi.org/10.1007/978-981-15-5819-1_10