



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED USEFULNESS* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
TRANSPORTASI GOJEK DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Izrotul Ally Mutmainah

NPM. 22001081277



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

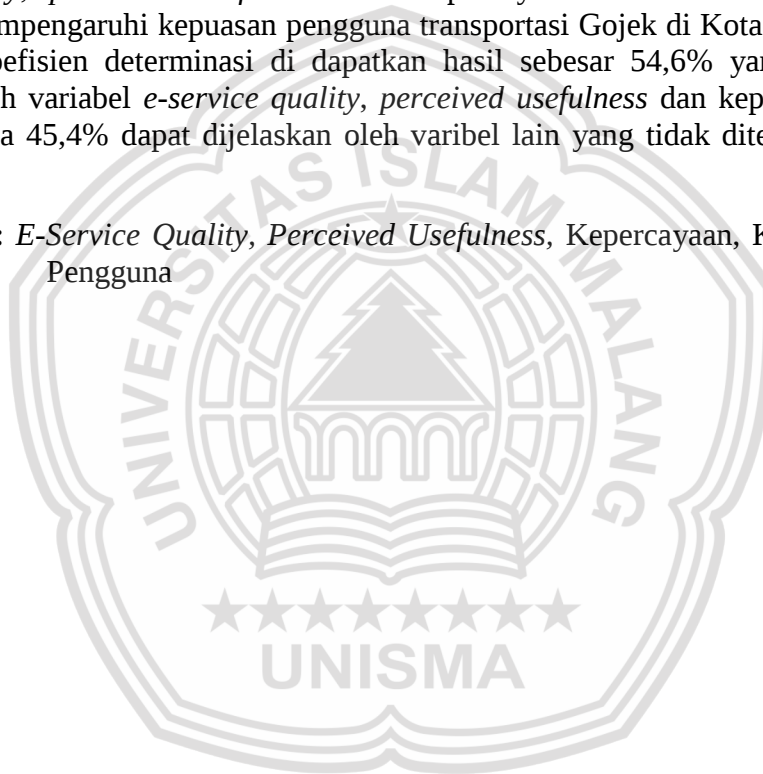
MALANG

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, *perceived usefulness* dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna transportasi Gojek di Kota Malang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini memiliki sampel sebanyak 80 responden konsumen di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner pada responden dengan bantuan alat analisis olah data SPSS.26. Hasil penelitian ini menunjukkan *e-service quality*, *perceived usefulness* dan kepercayaan secara simultan dan signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna transportasi Gojek di Kota Malang. Dalam uji koefisien determinasi di dapatkan hasil sebesar 54,6% yang dapat dijelaskan oleh variabel *e-service quality*, *perceived usefulness* dan kepercayaan sedangkan sisa 45,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

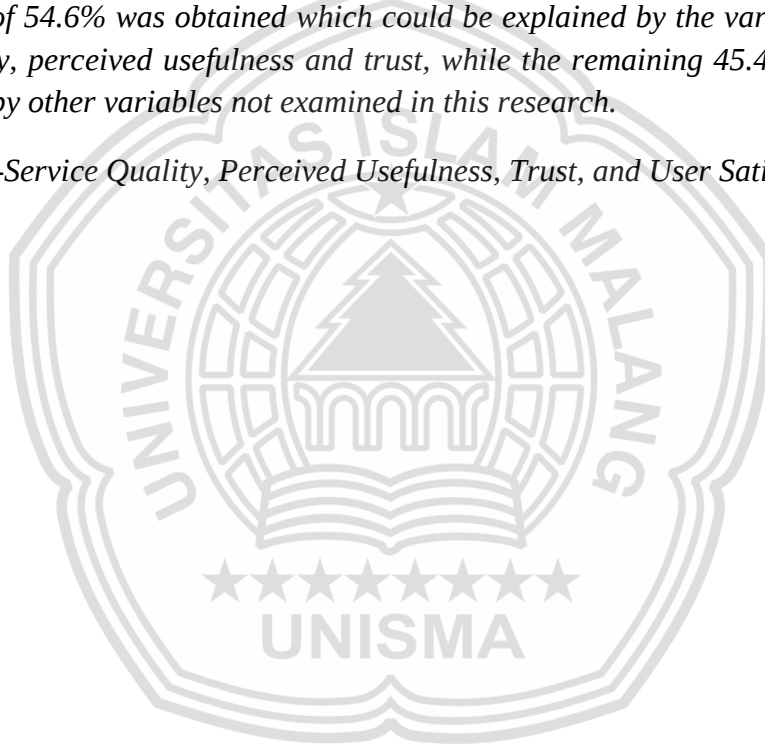
Kata Kunci : *E-Service Quality*, *Perceived Usefulness*, Kepercayaan, Kepuasan Pengguna



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of e-service quality, perceived usefulness and trust on the satisfaction of Gojek transportation users in Malang City. This research is a quantitative research between independent variables and dependent variables. This research has a sample of 80 consumer respondents in Lowokwaru District, Malang City. This research uses primary data by distributing questionnaires to respondents with the help of the SPSS data analysis tool. The results of this research show that e-service quality, perceived usefulness and trust simultaneously and significantly influence the satisfaction of Gojek transportation users in Malang City. In the coefficient of determination test, a result of 54.6% was obtained which could be explained by the variables e-service quality, perceived usefulness and trust, while the remaining 45.4% could be explained by other variables not examined in this research.

Keywords : E-Service Quality, Perceived Usefulness, Trust, and User Satisfaction



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital atau transportasi digital layanan transportasi terus menyesuaikan diri agar pelayanan semakin meningkat. Kementerian perhubungan dan seluruh *stakeholder* transportasi berupaya untuk meningkatkan pelayanan transportasi dengan mengatur regulasi yang ada agar teknologi digital dapat diatur sehingga kehadirannya dapat menjadi lebih bermanfaat. Contohnya di bidang transportasi kini sudah mulai ada taksi *daring* dan ojek *online* sehingga, pemerintah menyiapkan aturan terkait taksi *daring* dan ojek *online* yang harus memenuhi unsur yang melindungi pengendara dan memikirkan perusahaan tersebut. Layanan transportasi *online* terutama ojek *online* kembali mengaktifkan fitur angkutan sepeda motor pada era *new normal* ini. Perkembangan teknologi di era digital telah memberikan dampak besar pada industri transportasi, terutama dengan munculnya transportasi *online* berbasis aplikasi.

Transportasi *online* memberikan kemudahan, biaya yang lebih terjangkau, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, karena transportasi *online* merupakan perusahaan pertama yang mengalami kemajuan sangat pesat dari waktu ke waktu. Selain itu, teknologi juga memungkinkan pengembangan transportasi digital startup desa, yang dapat meningkatkan

kemudahan akses transportasi dan distribusi barang di desa-desa. Namun, pengembangan transportasi *online* juga menghadapi beberapa tantangan, seperti terbatasnya infrastruktur yang mendukung, rendahnya tingkat pendidikan teknologi masyarakat desa dan keamanan dan keandalan layanan transportasi online.

Ojek online atau yang juga dikenal sebagai ride-hailing service telah mengalami perkembangan yang pesat sejak awal tahun 2010-an. Pertumbuhan internet yang semakin pesat pada saat itu menjadi salah satu faktor utama yang memungkinkan perkembangan ojek online. Pada awalnya, ojek online hanya tersedia di beberapa negara seperti Amerika Serikat dan China. Namun, pada tahun 2010, perusahaan ride-hailing pertama di Indonesia, Gojek, didirikan. Gojek kemudian menjadi salah satu perusahaan ride-hailing terbesar di Asia Tenggara. Pertumbuhan internet yang semakin pesat pada saat itu memungkinkan Gojek dan perusahaan ride-hailing lainnya untuk menjangkau lebih banyak pengguna.

Dengan adanya internet, pengguna dapat dengan mudah memesan ojek online melalui aplikasi di *smartphone* mereka. Selain itu, internet juga memungkinkan perusahaan ride-hailing untuk menganalisis perilaku pengguna, sehingga mereka dapat meningkatkan layanan mereka dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna. Saat ini, terdapat sekitar 10 aplikasi ojek *online* di Tanah Air yaitu: Gojek, Grab, Maxim, In Driver, Anterin, OjekBro, OKEJEK, She-Jek, JogjaKita, KURIRIO. Ojek

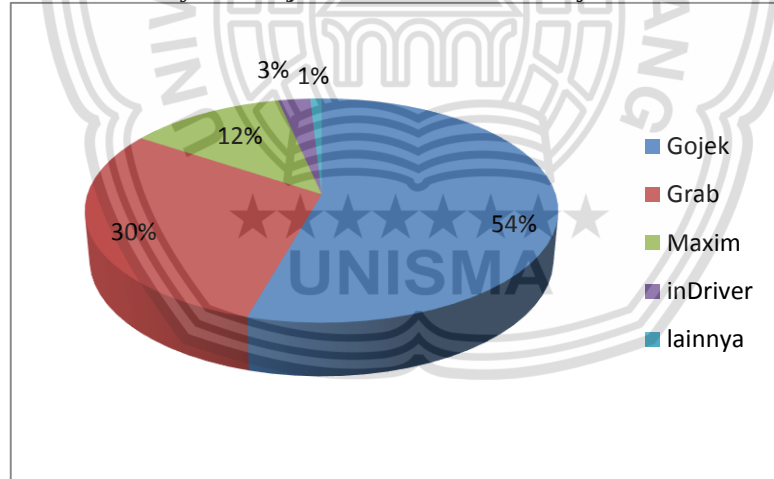
online memungkinkan pemesanan ojek melalui aplikasi di *smartphone* memberikan kemudahan, keamanan dan harga yang terukur bagi pengguna. Fenomena ini juga telah membuka banyak lapangan kerja baru dan memberikan beragam dampak positif. Selain layanan antar jemput, ojek *online* juga telah berkembang ke layanan lain seperti antar makanan, kurir, belanja, pengantaran barang besar, pembersihan, pijat, kecantikan dan lainnya. Perkembangan ini juga memicu persaingan antar perusahaan ojek *online*, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas layanan dan inovasi. Pemerintah dan *stakeholder* transportasi terus berupaya untuk meningkatkan pelayanan transportasi di era digital, dengan harapan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan pelayanan transportasi darat secara keseluruhan.

Perusahaan transportasi *online* dapat mewujudkan customer satisfaction dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas pelanggan. Sebagai contoh, perusahaan GrabBike diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para penggunanya dalam bidang transportasi dan tetap berkomitmen untuk menyediakan layanan transportasi yang aman, nyaman dan terjangkau. Selain itu, perusahaan transportasi *online* juga dapat meningkatkan promosi untuk memberikan informasi mengenai produk atau layanan baru dan mengembangkan inovasi produk atau layanan jasa transportasi *online*, serta

mengembangkan sistem aplikasi yang terintegrasi dengan perkembangan teknologi untuk menambah kualitas layanan yang lebih baik lagi.

Ojek *online* meningkatkan kepuasan karena berbagai alasan, termasuk kualitas pelayanan, harga relatif lebih terjangkau, kemudahan akses dan kenyamanan pengguna. Selain itu, faktor-faktor seperti kemudahan dalam mencari ojek, pelayanan yang ramah dan berkendara dengan aman dan nyaman juga berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pengguna ojek *online*. Sedangkan, peningkatan kepuasan pelanggan juga dapat terjadi akibat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dalam menggunakan layanan ojek *online*.

Gambar 1.1 Layanan Ojek Online Pilihan Masyarakat Indonesia



Sumber: Aditiya, 2023

Gojek merupakan layanan paling disukai oleh masyarakat dengan persentase paling tinggi dengan jumlah 54% semakin tinggi nilai persentase layanan ojek *online* maka akan semakin kuat didalam benak konsumen dan pada peringkat kedua adalah merek Grab dengan jumlah 30% selanjutnya

diposisi ketiga Maxim dengan jumlah 12%. baik itu kategori motor maupun mobil. Gojek menjadi transportasi *online* yang paling banyak digunakan konsumen Indonesia. Data ini juga menunjukkan, walaupun konsumen memiliki aplikasi lainnya seperti Maxim, inDriver, mereka juga memiliki aplikasi Gojek sebagai pilihan utamanya. Konsumen menilai Gojek sebagai *brand* yang paling memuaskan karena memberikan rasa aman paling tinggi bagi konsumen.

Berdasarkan pembahasan di atas hal ini menjadi fenomena yang menarik yang membuat peneliti tertarik untuk mengkaji masalah ini. Sehingga dari pemaparan latar belakang diatas, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh *E-Service Quality*, *Perceived Usefulness* Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Transportasi Gojek di Kota Malang” (Studi pada Konsumen Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang).**

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini mengamati dari berbagai fenomena yang terjadi. Dalam fenomena tersebut terdapat berbagai macam masalah yang dirumuskan oleh penulis. Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, rumusan masalah yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *E-service Quality*, *Perceived Usefulness* dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna transportasi Gojek di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang?

2. Apakah *E-service Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna transportasi Gojek di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang?
3. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna transportasi Gojek di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang?
4. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna transportasi Gojek di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, *perceived usefulness* dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna transportasi Gojek di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Apakah pengaruh dari beberapa faktor tersebut bisa merubah pikiran konsumen untuk pengguna transportasi Gojek Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

1. Untuk mengetahui apakah *e-service quality*, *perceived usefulness* dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna transportasi Gojek di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.
2. Untuk mengetahui apakah *e-service quality* secara terhadap kepuasan pengguna transportasi Gojek di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

3. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* terhadap kepuasan pengguna transportasi Gojek di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.
4. Untuk mengetahui apakah kepercayaan terhadap kepuasan pengguna transportasi Gojek di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

1.3.2 Manfaat Penelittian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai kegunaan, adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai beirkut :

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis ini muncul ketidakpuasan atau keragaman terhadap teori yang sudah ada sehingga dilakukan penyidikan kembali secara empiris. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan ilmu pengetahuan dalam konsep praktik mengenai pengaruh *e-service quality*, *perceived usefulness* dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna transportasi Gojek di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis merupakan manfaat yang berguna untuk memecahkan masalah praktis.

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan usahanya tersebut kepada masyarakat luas. Serta dapat memberikan informasi apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pengguna transportasi tersebut

2. Bagi Konsumen

Hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum mereka melakukan pengguna terhadap transportasi. Sehingga dengan penelitian ini diharapkan konsumen bisa menjadi lebih cerdas dalam memutuskan pengguna transportasi.

3. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian diharapkan dapat menjadi salah satu *literature* dan rujukan bagi peneliti yang dalam bidang pengaruh *e-service quality*, *perceived usefulness* dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna transportasi Gojek di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *E-Service Quality*, *Perceived Usefulness* dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pengguna Transportasi Gojek di Kota Malang. Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *E-Service Quality*, *Perceived Usefulness* dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Transportasi Gojek di Kota Malang.
2. *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Transportasi Gojek di Kota Malang. Berdasarkan hasil tersebut dijelaskan bahwa peningkatan layanan dan kepuasan pengguna terhadap *e-service quality*.
3. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Transportasi Gojek di Kota Malang. Berdasarkan hasil tersebut dijelaskan bahwa semakin tinggi *perceived usefulness* memiliki kebermanfaatan yang akan meningkatkan kepuasan pengguna dalam sistem informasi.

4. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Transportasi Gojek di Kota Malang. Berdasarkan hasil tersebut dijelaskan bahwa dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna akan lebih tinggi dengan pengambilan tindakan yang dapat memperkuat kualitas informasi, pelayanan dan keamanan.

5.2 Keterbatasan

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yaitu:

1. Penelitian ini hanya dilakukan dengan mengambil populasi di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang, sehingga hasil yang digunakan hanya dilakukan pada Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.
2. Dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel bebas (independen) yaitu *e-service quality*, *perceived usefulness* dan kepercayaan dan variabel bebas (dependen) yaitu kepuasan pengguna.
3. Pengukuran dari masing-masing variabel hanya menggunakan beberapa indikator pada item pernyataan.
4. Metode penelitian hanya menggunakan *google form* sehingga data kurang akurat dan tanggapan responden yang diberikan kurang sesuai dengan keadaan sesungguhnya (dengan hanya menggunakan 80 responden).

5.3 Saran

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian diatas, masih terdapat banyak keterbatasan sehingga banyak yang perlu diperbaiki.

Adapun saran yang penulis sampaikan diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dalam subjek penelitian tidak hanya menggunakan Kecamatan Lowokwaru Kota Malang saja, agar penelitian ini dapat digunakan secara luas.
2. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dijadikan sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan Gojek untuk tetap perhatikan penggunaan dengan selalu memprioritaskan kebutuhan saat pelayanan transportasi Gojek.
3. Peneliti selanjutnya disarankan dalam metode penelitian dilakukan dengan mengkombinasikan pengumpulan data dengan kuesioner serta wawancara. Hal ini dilakukan agar dapat menghasilkan data yang lebih akurat.
4. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk tidak hanya melakukan penelitian dengan variabel peneliti ini saja, namun ditambahkan dengan variabel lain yaitu Kualitas Informasi dan Kualitas Pelayanan dengan memperluas objek penelitian dan menambahkan item pernyataan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, R., & Gunadi, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Moda Transportasi Ojek Online (Studi Kasus pada Gojek/Go Ride di Kelurahan Halim Perdanakusuma, Jakarta Timur). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(2).
- Anam, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Rental Mobil Mitra Tranport). *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 1, No. 1, Hal : 1-5
- AR (Asina) S. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Steak & Shake Melati Pekanbaru*. Riau University.
- Berliana,M., & Zulestiana, D. A. (2020). *Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. REMIK (Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer)*,4(2), 11.
- Damayanti, B. D., & Kusyana, D. N. B. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(11), 2247-2260.
- Dewi, L. G. W. P., Wijaya, P. Y., & Yoga, G. A. D. M. (2023). Pengaruh Sales Promotion, E-Service Quality Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(7), 1262-1275.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada PT fifgroup cabang manado). *Jurnal EMBA*, 4(1).
- Eny, E. R., Prayogo, A., & Rizkawati, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Grab Di Kota Mojokerto. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sosial*, 5(2), 30-39.
- Ependi, R., & Wijaksana, T. I. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Gojek Indonesia (Studi Kasus PadaPengguna Aplikasi Gojek Di Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 9(3).

- Farida, I., & Juanim, H. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Blibli. Com (Survei Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung)* (Doctoral dissertation, Universitas Pasundan Bandung).
- Firmansyah, A., & Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Ginting, D. B., & Marlina, M. R. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitaslayanan, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna Fasilitas E-Filing. *Media Informatika*, 16(1), 20–31.
- Gunawan, H., dan Ayuningtiyas, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152-165.
- Haqiqi, M., & Suwarno, A. E. (2019). *Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi Dan Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna Software Akuntansi (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Menggunakan Software Akuntansi Di Kecamatan Kartasura)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah surakarta).
- Ilmiah, J., Manajemen, M., April, A., Lidiya, T., Arta, F., & Azizah, S. N. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek*. 2(April), 291–303.
- Islamiyah, N., Hidayati, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(16).
- Joseph, M. dan A. Rofiq. 2010. The Effect of Customers Trust on ECommerce: A Survey of Indonesian Customer B to C Transactions. *Journal of Marketing Research*. 30(7- 27).
- Kusumadewi, R. N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko UD Putra TS Majalengka. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, Vol. 4 Nom.

- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh perceived usefulness dan trust terhadap kepuasan konsumen pada e-commerce Shopee. *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), 82-91.
- Lupioyadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 3). Jakarta:Salemba Empat.
- Lusiah. (2018). Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Hasil Penelitian Pada Mahasiswa Universitas Swasta Di Kota Medan (Pertama). Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Maghviro, A. N. M., Wahono, B., & Dianawati, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel HM Understell Kendaraan Roda Empat). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(17).
- Marsitoh, Martina Rahmawati dan Muhammad Johan Widikusyanto. 2017. "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Pada Niat Beli Ulang Secara Online". *Jurnal Sains Manajemen*. Vol 3. No 1 2017.
- Martono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Rajawali Pers
- Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intention to Buy Online patisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 26-31.
- Oktania, D. E. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Percieved Ease of Use dan Compatibility With Lifestyle Terhadap Niat Beli di Social Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*,
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2017). The impact of e-service quality on customer satisfaction and loyalty in mobile banking usage : case study of thailand. 15(2), 183–193.
- Putri et al. (2018). Gopay User Satisfaction Analysis in Semarang City during the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Admisi Dan Bisnis*, 22(1), 25-34.
- Rahmadhiansyah, R. A., & Suwitho, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(10).
- Rochman, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Yogyakarta Dagadu Yogyakarta). *Prodi Manajemen UPY*.

- Sajidah, R. S., & Aulia, P. (2021). *Pengaruh E-Service Quality dan Promosi terhadap kepuasan pelanggan pada layanan GrabFood*. *ProBank*, 6(2), 179-191.
- Singh, S. (2019). Measuring E-Service Quality and Customer Satisfaction with Internet Banking in India. *Theoretical Economics Letters*, 9(2), 308–326.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundalangi et al. (2014). *Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Tjipto, Priharma., & Sulaiman. (2019). *Pengaruh E-service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Maresto Bandung*. (2023).
- Wicaksono, A. P., & Khuzaini, K. (2020). Pengaruh kualitas layanan, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(4).
- Zeithaml. (2019:91). *Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Maresto Bandung*. (2023).

