

Dampak Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi *Online* (Studi Kasus Penggunaan *GoRide* oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Jakarta)

Alfian Noor^{1*}, Gilang Nursidiq²

^{1,2}Fakultas Administrasi Bisnis, Universitas Jakarta, Kota Jakarta Timur
email: alfian.beta21@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi *online*, dengan studi kasus pada penggunaan *GoRide* oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan regresi linear berganda dan serangkaian uji lainnya. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 102 orang yang diperoleh dari perhitungan menggunakan metode slovin. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik harga maupun kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *GoRide*, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 66,6% menunjukkan bahwa 66,6% variasi dalam keputusan penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan, sementara 33,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Temuan ini mengindikasikan bahwa harga yang kompetitif dan pelayanan berkualitas tinggi adalah faktor utama yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih layanan *GoRide*. Saran untuk pengelola *GoRide* meliputi peningkatan kualitas pelayanan melalui pelatihan pengemudi, strategi penetapan harga yang kompetitif, dan pelaksanaan survei kepuasan pelanggan secara rutin. Selain itu, diversifikasi layanan dan program loyalitas juga dianjurkan untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan transportasi *online* dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Kata kunci: harga, keputusan penggunaan, kualitas pelayanan, transportasi *online*

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of price and service quality on the decision to use online transportation services, with a case study on the use of GoRide by students of the Faculty of Administrative Sciences, University of Jakarta. The research method employed is quantitative analysis using multiple linear regression and a series of other tests. The sample in this study consisted of 100 respondents obtained through calculations using the Slovin method. This research was conducted at the Faculty of Administrative Sciences, University of Jakarta. The results show that both price and service quality have a significant effect on the decision to use GoRide, with a significance value of 0.000. The coefficient of determination (R^2) value of 66.6% indicates that 66.6% of the variation in the decision to use can be explained by the variables of price and service quality, while the remaining 33.4% is influenced by other variables not examined in this study. These findings indicate that competitive pricing and high-quality service are the main factors influencing students' decisions in choosing GoRide services. Recommendations for GoRide management include improving service quality through driver training, competitive pricing strategies, and regular customer satisfaction surveys. Additionally, service diversification and loyalty programs are recommended to expand the market share and enhance customer satisfaction and loyalty. This study provides insights for online transportation companies in developing more effective strategies to attract and retain customers.

Keywords: decision to use, online transportation, price, service quality

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk di bidang transportasi. Teknologi yang semakin canggih memberikan kemudahan dalam aksesibilitas, meningkatkan efisiensi, dan menciptakan sistem transportasi yang lebih aman dan terjangkau (Maulidah et al., 2024). Di Jakarta, meskipun banyak masyarakat yang memiliki kendaraan pribadi, kemacetan tetap menjadi masalah utama karena jumlah kendaraan yang banyak tidak diimbangi dengan luas jalan yang memadai.

Kendaraan menjadi kebutuhan penting di era modern ini. Sepeda motor misalnya, dapat menembus kemacetan namun tidak semua orang mampu membelinya. Ojek pangkalan menjadi salah satu solusi, namun memiliki kekurangan seperti keterbatasan jumlah dan lokasi, serta harga yang tidak transparan dan harus dinegosiasikan. Untuk mengatasi masalah tersebut, Gojek hadir dengan layanan ojek *online* yang dapat dipesan kapan saja dan di mana saja melalui aplikasi, dengan harga yang jelas dan sesuai jarak.

Transportasi *online* seperti Gojek memudahkan masyarakat dalam mobilitas sehari-hari. Gojek menyediakan berbagai layanan, mulai dari *GoRide* untuk ojek roda dua, *GoCar* untuk taksi *online*, *GoSend* untuk pengiriman barang, hingga *GoFood* untuk pesan antar makanan. Keberadaan Gojek memberikan solusi transportasi yang praktis dan efisien di tengah kemacetan Jakarta, serta menawarkan berbagai layanan tambahan yang mempermudah kehidupan sehari-hari.

Menurut survei Balitbang Kementerian Perhubungan (2023), Gojek adalah aplikasi transportasi *online* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Jabodetabek, dengan 59,13% responden memilih Gojek, dibandingkan dengan Grab (32,24%) dan Maxim (6,93%). Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih layanan transportasi *online* adalah harga. Gojek, meskipun memiliki tarif yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya seperti Grab dan Maxim, menawarkan harga yang dinamis sesuai dengan permintaan dan penawaran di area pengguna.

Penetapan harga dinamis oleh Gojek, yang tergantung pada kondisi permintaan di sekitar pengguna, menjadi salah satu aspek penting dalam persaingan dengan layanan transportasi *online* lainnya. Meskipun harga Gojek bisa lebih tinggi pada saat permintaan tinggi, perusahaan ini tetap mengikuti batas harga yang diatur oleh pemerintah. Dinamika harga ini menjadi celah bagi kompetitor untuk menawarkan tarif yang lebih kompetitif dan menarik konsumen yang sensitif terhadap harga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan jasa *GoRide* di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Jakarta angkatan 2019. Pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada observasi bahwa banyak mahasiswa yang menggunakan layanan Gojek meskipun ada alternatif lain seperti Grab dan Maxim yang menawarkan tarif lebih murah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih layanan transportasi *online*.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif yang dianalisis menggunakan metode statistik. Penelitian dilakukan dari bulan Februari hingga Agustus 2023 yang berlokasi di Universitas Jakarta, Jalan Pulomas Barat, Kecamatan Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Provinsi Jakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 102 orang yang diperoleh menggunakan metode slovin dengan tingkat eror sebesar 5%. Data yang dikumpulkan terbagi menjadi dua yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden sedangkan data sekunder diperoleh melalui pihak Universitas Jakarta dan sumber-sumber ilmiah lainnya.

Pengujian kuesioner dalam penelitian ini dilakukan melalui dua cara, yaitu dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk memastikan keakuratan dan konsistensi kuesioner penelitian. Uji validitas menilai apakah instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur dan dilakukan dengan menguji signifikansi koefisien pada taraf signifikansi 0,05; instrumen dianggap valid jika r hitung $>$ r tabel. Uji reliabilitas menilai sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya dengan hasil yang konsisten.

Dalam menganalisis data dilakukan melalui beberapa uji, seperti: asumsi klasik, normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolonieritas. Uji asumsi klasik adalah serangkaian pengujian yang dilakukan dalam analisis regresi untuk memastikan validitas model (Sholihah et al., 2023). Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah residual (kesalahan prediksi) berdistribusi normal, yang

penting untuk validitas beberapa uji statistik (Martaningtyas et al., 2024). Uji heteroskedastisitas mengevaluasi apakah varians residual konstan di seluruh rentang prediktor, karena heteroskedastisitas dapat menyebabkan estimasi koefisien yang bias dan tidak efisien (Irrawati, 2024). Uji multikolinieritas memastikan tidak adanya hubungan linear yang kuat antara variabel independen, karena multikolinieritas dapat mempersulit interpretasi koefisien regresi dan mengurangi stabilitas model (Suci et al., 2023).

Dengan demikian, pengujian ini penting untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi dasar yang diperlukan untuk analisis yang akurat dan dapat diandalkan. Selain itu, uji regresi linear berganda dilakukan untuk menilai hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen (Naulibasa et al., 2023). Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan penggunaan
- A = Konstanta
- B = Koefisien regresi variabel independen
- X1 = Harga
- X2 = Kualitas Pelayanan
- e = error

Selanjutnya untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan uji t dan uji F. Pengujian signifikansi parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2), terhadap variabel dependen, keputusan pengguna (Y). Jika nilai signifikansi < 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Keller, 2009). Uji signifikansi simultan (uji F) menguji apakah keseluruhan model regresi signifikan, H0 ditolak jika Fhitung > Ftabel dan nilai probabilitas ≤ 0,05. Koefisien determinasi (R2) mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen, dengan nilai R2 mendekati satu menunjukkan pengaruh yang besar dari variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan nilai R2 mendekati nol menunjukkan pengaruh yang kecil.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas memastikan bahwa pertanyaan atau item dalam kuesioner benar-benar merepresentasikan konsep atau variabel yang diteliti (Marselinus & Rudianto, 2024). Hasil pengujian kuesioner penelitian dapat diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut adalah valid (tabel 1).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kuesioner

Butir Pertanyaan	r hitung	Status
X1.1	0,726	Valid
X1.2	0,71	Valid
X1.3	0,769	Valid
X1.4	0,32	Valid
X1.5	0,777	Valid
X1.6	0,757	Valid
X1.7	0,619	Valid
X2..1	0,899	Valid
X2.2	0,873	Valid

X2.3	0,824	Valid
X2.4	0,822	Valid
X2.5	0,806	Valid
X2.6	0,815	Valid
Y1.1	0,697	Valid
Y1.2	0,825	Valid
Y1.3	0,645	Valid
Y1.4	0,806	Valid
Y1.5	0,82	Valid
Y1.6	0,741	Valid
Y1.7	0,721	Valid
Y1.8	0,613	Valid
Y1.9	0,688	Valid
Y1.10	0,622	Valid
Y1.11	0,609	Valid

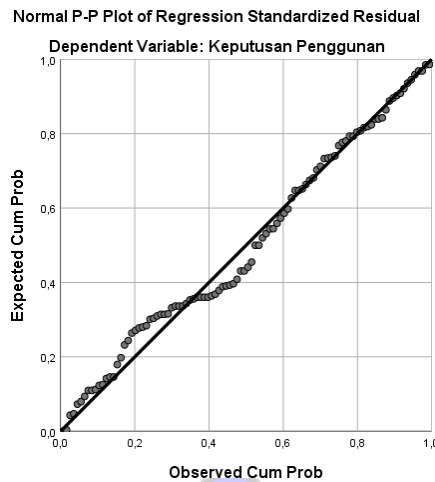
Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai konsistensi atau kestabilan hasil yang diperoleh dari instrumen penelitian ketika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama (Dasli & Achamd, 2024). Reliabilitas memastikan bahwa instrumen menghasilkan data yang konsisten dan dapat diandalkan (Sahal & Moho, 2024). Hasil uji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini juga menunjukkan nilai yang lebih dari alpha (0,60) sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan berstatus reliabel (tabel 2).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	Nilai Alpha	Status
Harga (X1)	0,774	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,916	Reliabel
Keputusan Pengguna (Y)	0,895	Reliabel

Berdasarkan hasil uji t maka dapat diketahui bahwa variabel harga (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna (Y). Pendapat ini didukung dengan hasil uji statistik yang menunjukkan nilai X1 di bawah significant level (0,05). Hal yang sama juga berlaku pada variabel kualitas pelayanan (X2) yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pengguna dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (tabel 3).

Pengujian normalitas dilakukan untuk menentukan apakah dalam model regresi, distribusi variabel dependen terhadap variabel independennya mengikuti distribusi normal. Model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas jika data residual tersebar di sekitar garis diagonal pada plot normalitas dan mengikuti arah garis tersebut (Suyanto & Anggreani, 2024). Pada pendekatan histogram, data dianggap berdistribusi normal jika bentuk distribusi tidak condong ke kiri atau ke kanan. Sedangkan pada pendekatan grafik, data dianggap normal jika titik-titik data tersebar sepanjang garis diagonal.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Dalam penelitian ini titik-titik yang dihasilkan cenderung tersebar di sepanjang garis diagonal (gambar 1). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini dapat dikatakan dalam kategori normal dan telah memenuhi asumsi dasar yang diperlukan. Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengidentifikasi adanya korelasi yang kuat antara variabel independen dalam model regresi. Dalam model regresi yang ideal, seharusnya tidak ada korelasi signifikan antara variabel independen, karena korelasi tinggi antara variabel-variabel bebas dalam regresi linier berganda dapat mengganggu hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan memeriksa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk setiap variabel independen. Jika nilai VIF <10, ini menunjukkan tidak ada gejala multikolinieritas. Sebaliknya, nilai VIF >10 mengindikasikan adanya multikolinieritas.

Dalam penelitian ini, kedua variabel independen, yaitu X1 dan X2, memiliki nilai VIF yang berada dalam batas toleransi yang telah ditentukan, yaitu di bawah 10 (tabel 3). Ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas di antara variabel independen tersebut. Hal ini berarti tidak ada korelasi yang kuat antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pengguna, sehingga hubungan antara variabel-variabel dalam model tidak terganggu.

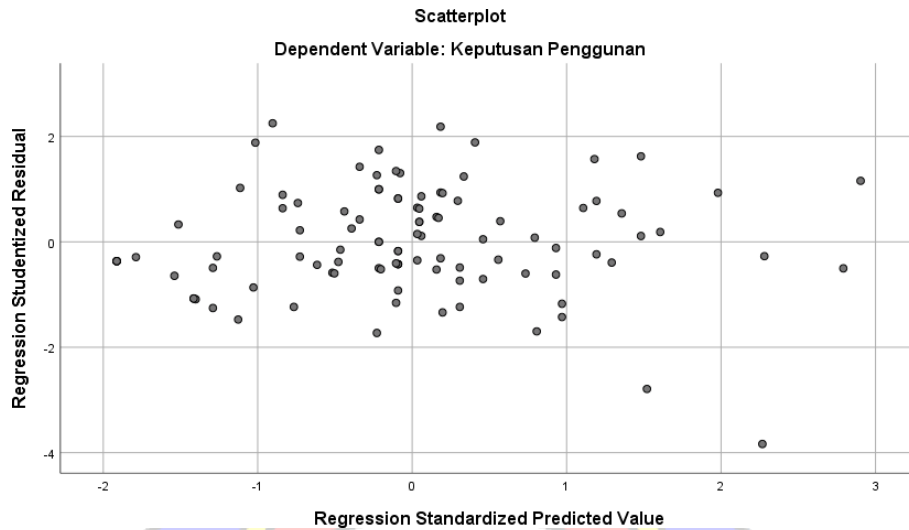
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics		VIF
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance		
1 (Constant)	2,886	1,510		1,911	,059			
Harga	,701	,141	,440	4,985	,000	,433	2,309	
KualitasPelayanan	,774	,159	,431	4,880	,000	,433	2,309	

a. Dependent Variable: Keputusan_Penggunaan

Dalam penelitian ini, kedua variabel independen, yaitu X1 dan X2, memiliki nilai VIF yang berada dalam batas toleransi yang telah ditentukan, yaitu di bawah 10. Ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas di antara variabel independen tersebut. Hal ini berarti tidak ada korelasi yang kuat antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pengguna, sehingga hubungan antara variabel-variabel dalam model tidak terganggu.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah ada ketidaksamaan varians residual di antara pengamatan dalam model regresi. Jika varians residual konstan di seluruh pengamatan, maka kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika varians residual berbeda, kondisi ini disebut heteroskedastisitas.



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa titik-titik data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas, meskipun beberapa titik terlihat berdekatan di beberapa bagian (gambar 2). Titik-titik ini tersebar di sepanjang sumbu Y, dengan beberapa titik berkumpul di bagian atas. Dengan demikian maka dapat ditunjukkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat heteroskedastisitas, atau dengan kata lain, tidak ada perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya.

Regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil uji regresi yang dilakukan dapat terlihat bahwa variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (tabel 4).

Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,886	1,510		1,911	,059
	Harga	,701	,141	,440	4,985	,000
	Kualitas Pelayanan	,774	,159	,431	4,880	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pengguna

Persamaan yang dihasilkan dari hasil regresi linear berganda yang dilakukan yaitu:

$$Y = 2,886 + 0,701X1 + 0,774 X2$$

Y = Keputusan jasa *online*

B = Koefisien regresi masing-masing variabel independen

X1 = Harga

X2 = Kualitas Pelayanan

Dari persamaan regresi yang dihasilkan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Konstanta (a) = 2,886 menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen adalah 0, maka keputusan pengguna (Y) akan bernilai 2,886.
2. Koefisien variabel X1 sebesar 0,701 menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna (Y). Artinya, jika harga meningkat satu satuan, keputusan pengguna akan naik sebesar 0,701.
3. Koefisien variabel X2 sebesar 0,774 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna (Y). Dengan kata lain, jika kualitas pelayanan meningkat satu satuan, keputusan pengguna akan naik sebesar 0,774.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, ditemukan bahwa nilai signifikansi untuk variabel harga (X1) adalah 0,000 dan untuk variabel kualitas pelayanan adalah juga 0,000. Kedua nilai signifikansi ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna (Y). Oleh karena itu, hipotesis nol (H0) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna harus ditolak. Sebaliknya, hipotesis alternatif (H1) yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pengguna dan hipotesis H2 yang menyatakan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pengguna diterima berdasarkan hasil pengujian tersebut. Lebih lanjut, hasil dari uji F mengindikasikan bahwa variabel independen secara keseluruhan berpengaruh terhadap variabel dependen. Ini terbukti dari hasil uji statistik dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (tabel 5). Oleh karena itu, hipotesis H3 dalam penelitian ini dapat diterima.

Tabel 5. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3203,228	2	1601,614	98,483	,000 ^b
	Residual	1610,027	99	16,263		
	Total	4813,255	101			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pengguna

b. Predictors:(Constant),Kualitas_Pelayanan_Harga

Selain itu, dalam penelitian ini juga dilakukan analisis koefisien determinasi (R²). Berdasarkan hasil analisis R² dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh adalah sebesar 0,666. Artinya, sebesar 66,6% dari variasi dalam keputusan mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan, sedangkan 33,3% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Nilai *R square* yang tinggi menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cukup efektif dalam memprediksi variabel dependen. Ini mengindikasikan bahwa harga dan kualitas pelayanan adalah faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keputusan mahasiswa.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,816 ^a	,666	,659	4,03273

a.Predictors:(Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga

Pembahasan

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pengguna

Hasil uji-t menunjukkan bahwa pengaruh variabel harga (X1) terhadap keputusan pengguna (Y) menghasilkan nilai t-hitung sebesar 4,985, sementara nilai t-tabel adalah 1,660, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Ini mengindikasikan bahwa t-hitung 4,985 lebih besar dari t-tabel 1,660. Hal ini menegaskan bahwa harga adalah faktor penting bagi pengguna jasa, khususnya mahasiswa, yang cenderung memilih transportasi yang mudah diakses dan terjangkau. Menurut Rahmatillah et al. (2024) harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar oleh konsumen atas manfaat yang diperoleh dari kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut. Dengan demikian, harga yang kompetitif merupakan pertimbangan utama bagi pengguna dalam memilih layanan *GoRide*.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pengguna

Hasil uji-t menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pengguna (Y) menghasilkan nilai t-hitung sebesar 4,980, sementara nilai t-tabel adalah 1,660, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa t-hitung 4,980 lebih besar dari t-tabel 1,660. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan elemen esensial yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, perusahaan dapat mengevaluasi tingkat kinerja yang dicapai. Hal ini sejalan dengan (Ananda et al., 2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas. Mahasiswa sebagai konsumen utama, cenderung memilih layanan dengan kualitas tinggi, seperti pengemudi yang sopan, komunikatif, dan responsif terhadap permintaan. Hal ini membuat mereka merasa nyaman dan aman saat menggunakan jasa tersebut, serta mendorong mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut di masa depan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi *online* (*GoRide*). Kedua variabel ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti pengaruhnya sangat signifikan. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 66,6% memperkuat temuan ini, menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa untuk menggunakan *GoRide* dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan. Dengan kata lain, 66,6% dari variasi dalam keputusan penggunaan jasa transportasi *online* oleh mahasiswa dapat diterangkan oleh kedua variabel tersebut, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya penyedia jasa transportasi *online* untuk memperhatikan harga dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, saran yang diberikan yaitu perusahaan penyedia jasa transportasi *online* *GoRide*, harus terus meningkatkan kualitas pelayanan, seperti pelatihan pengemudi untuk meningkatkan kesopanan, komunikasi, dan responsivitas. Selain itu, strategi penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan daya beli mahasiswa perlu dipertimbangkan. Survei kepuasan pelanggan secara rutin juga dianjurkan untuk mengidentifikasi area yang perlu perbaikan, dan diversifikasi layanan dapat membantu menangkap pangsa pasar yang lebih luas. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain seperti promosi, reputasi perusahaan, dan rekomendasi dari teman atau keluarga.

V. REFERENSI

- Ananda, B. P., Syofian, S., & Markoni, M. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online (Maxim Kota Bengkulu). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 370–380. <https://doi.org/10.46576/bn.v6i2.3494>
- BALITBANG. (2023). *Survey Perusahaan Aplikasi Transportasi Online yang Digunakan Publik Jabodetabek* (per September 2022).
- Dasli, A. P. E., & Achamd, R. (2024). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Trivindo Sukses Mandiri Aira. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 17–21.

- Irrawati, M. D. (2024). Implementasi Metode Regresi Linear Berganda untuk Mengatasi Pelanggaran Asumsi Klasik (Implementation of Multiple Linear Regression Methods to Overcome Violations of Classical Assumptions). *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 3(2), 83–94.
- Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Marselinus, & Rudianto, A. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Morenos PT . Kartika Boga Lestari di AEON Mall Sentul City). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 6–11.
- Martaningtyas, N. U., Septiyaningrum, E. A., & Maulana, Z. (2024). Dampak Pelanggaran Asumsi Klasik terhadap Kesalahan Inferensi Dalam Analisis Ekonometrika. *SYNERGY Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 255–265. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/sjim>
- Maulidah, A. R., Astuti, R. P., Nisa, K., Erlangga, W., & Hambarwati, E. (2024). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 4(1), 798–803. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>
- Naulibasa, G. V., Yunishari, D. E., & Ewaldo, K. (2023). *An Examination of the Quality of Service of PT Triloka Griya Bowling Toward Customer Satisfaction Telaah Kualitas Pelayanan PT Triloka Griya Bowling Terhadap Kepuasan Pelanggan An Examination of the Quality of Service of PT Triloka Griya Bowling Toward Cu*. 10(November), 49–65. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i3.575>
- Rahmatillah, K. I., Juniarsa, N., & Realita, T. N. (2024). Minat Pembelian Konsumen pada Kopi Senja Dengkol Singosari : Peran Harga dan Lokasi dalam Perspektif Pemasaran. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Berkontemplasi Dan Bernalar (SINAR)*, 2(1), 1–8.
- Sahal, M., & Moho, R. P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 12–16.
- Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Suci, M. D., Hutasuhut, J., Syamsuri, A. R., & Falahi, A. (2023). Pengaruh Pelatihan, Iklim Organisasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai Badan Pengelolaan Pajak Dan Retribusi Daerah Provinsi Sumatera Utara. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 357–369. <https://doi.org/10.46576/bn.v6i2.3397>
- Suyanto, & Anggreani, M. P. (2024). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Eceran Pasar Sederhana Teluk Dalam Kota Banjarmasin. *JInnovative: Ournal of Social Science Research*, 4(1), 9183–9190. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.8693>