



## PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, DISKON DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GO-JEK DI KECAMATAN LAMONGAN

Dia Nita Indah Sari, M. Sulton, S.M.,M.M., Ika Purwanti,S.Pd.,M.M

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Ahmad Dahlan Lamongan, Lamongan, 62211, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Ahmad Dahlan Lamongan, Lamongan, 62211, Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Ahmad Dahlan Lamongan, Lamongan, 62211, Indonesia

| Info Article   | Abstract  |
|--|---|
| <p><b>History Article:</b><br/>           Submitted<br/>           Revised<br/>           Accepted</p> <hr/> <p><b>Keywords:</b><br/> <i>e-service quality, discount, price, customer satisfaction</i></p> | <p><i>This study aims to determine the effect of e-service quality, discounts, and prices on customer satisfaction of Go-Jek online transportation. This study uses quantitative methods. The population used in this study were customers of Go-Jek online transportation users in Lamongan District using a sampling technique, namely purposive sampling, as many as 100 samples based on the specified criteria. The variables studied were e-service quality, discounts, and prices which are independent variables and customer satisfaction which is the dependent variable. The research data were analyzed using multiple linear regression analysis using the SPSS analysis tool.</i></p> <p><i>The results of the study indicate that partially the e-service quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction, the discount variable has a positive and significant effect on customer satisfaction and the price variable has a positive and significant effect on customer satisfaction. While the simultaneous results of the e-service quality, discount, and price variables have a positive and significant effect on customer satisfaction.</i></p> |

|  | Abstrak  |
|--|--|
| <p><b>Kata Kunci:</b><br/> <i>e-service quality, diskon, harga, kepuasan pelanggan</i></p> | <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara <i>e-service quality</i>, diskon, dan harga terhadap kepuasan pelanggan transportasi online Go-Jek. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna transportasi online Go-Jek di Kecamatan Lamongan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling sebanyak 100 sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan. Variabel yang diteliti adalah <i>e-service quality</i>, diskon, dan harga yang merupakan variabel independen dan kepuasan pelanggan yang merupakan variabel dependen. Data penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel <i>e-service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel diskon</p> |

How to Cite: Author's name. (20...). Title of the article. *JMBD: Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, Vol(No), xx-xx

□ correspondence Address  
 Institutional address:  
 E-mail:

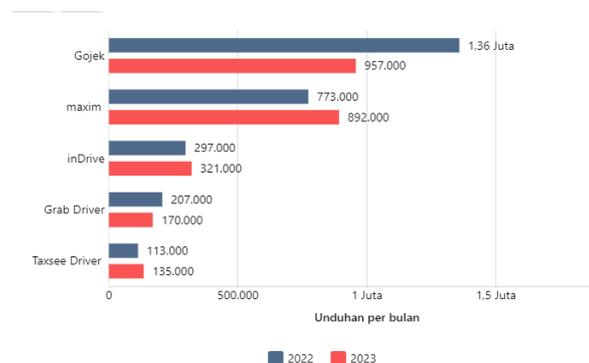
ISSN  
 XXXX-XXXX  
 (print)  
 XXXX-XXXX  
 (online)  
 DOI:  
 XXXXXXXXXXXXX

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil secara simultan variabel *e-service quality*, diskon, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## PENDAHULUAN

Globalisasi menjadi fenomena yang signifikan dalam perkembangan masyarakat, mempengaruhi berbagai aspek kehidupan termasuk dalam hal teknologi. Saat ini teknologi memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari karena perkembangannya semakin pesat dan hampir mempengaruhi semua aspek dari cara kita bekerja, belajar, berkomunikasi, berbisnis hingga dalam hal mengakses transportasi. Adanya perkembangan teknologi menimbulkan berbagai kemudahan-kemudahan yang di dapat oleh manusia. Kemudahan yang digunakan oleh manusia membuat munculnya berbagai inovasi baru yang dibuat oleh pelaku bisnis. Perusahaan akan selalu dituntut untuk dapat menciptakan inovasi baru agar terus menciptakan, meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen.

Kebutuhan akan jasa transportasi semakin tahun terus meningkat dan mengalami perkembangan. Berdasarkan data yang dirilis oleh Perhubungan, (2022), sektor transportasi mengalami pertumbuhan yang positif dan terus meningkat. Saat ini banyak pelaku usaha di bidang transportasi online yang menciptakan inovasi baru, salah satunya ojek online. Sudah banyak penyedia jasa ojek online seperti Go-Jek, Grab, Maxim, Uber, InDrive, Anterin dan lain-lain yang sudah menyebar luas di seluruh wilayah Indonesia. Berdasarkan laporan dari Santika (2024) Go-Jek menempati posisi teratas dengan rata-rata 957 ribu unduhan per bulan pada tahun 2023. Angka ini mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya, yakni 1,36 juta unduhan per bulan pada tahun 2022. Data tersebut mengindikasikan bahwa Go-Jek tetap menjadi aplikasi yang populer dan diminati oleh masyarakat di berbagai daerah di Indonesia. Go-Jek merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi yang menyediakan layanan sehari-hari seperti delivery makanan dan antar jemput baik menggunakan mobil maupun motor. Hadirnya Go-Jek sangat membantu masyarakat yang belum memiliki atau sedang tidak ada kendaraan untuk berpergian. Berikut gambar 1 yang menunjukkan bahwa 5 aplikasi transportasi online dengan rerata unduhan terbanyak di Indonesia:



**Gambar 1. Survey 5 Aplikasi Transportasi Online dengan Rerata Unduhan Terbanyak di Indonesia (2022-2023)**

Sumber: databoks.katadata.co.id, (2024)

Perbandingan tarif minimum Go-Jek dengan pelaku usaha transportasi online lainnya di Lamongan sangat terdapat perbedaan yang mencolok. Go-Jek menerapkan tarif yang sudah terstandarisasi dan diatur oleh kebijakan nasional, sehingga memberikan kepastian harga di seluruh wilayah. Pelaku usaha lokal di Lamongan cenderung menawarkan tarif yang lebih fleksibel dan dapat bervariasi, tergantung pada negosiasi dan jenis layanan yang dipilih pelanggan, memberikan keleluasaan namun juga ketidakpastian harga. Berdasarkan data yang diambil dari situs Lamonganpos (2021), tarif minimum untuk layanan ojek online lokal di Lamongan berada dalam kisaran Rp; 3.000 hingga Rp; 7.000. Tarif ini berlaku untuk perjalanan dengan jarak pendek sesuai dengan regulasi yang telah ditetapkan oleh pihak pengelola layanan ojek lokal. Banyaknya ojek online berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga, perbedaan fitur-fitur yang digunakan, adanya diskon dan banyaknya alternatif pilihan jasa ojek online (Hendriarto & Gusti, 2022). Hal ini mengakibatkan konsumen semakin selektif dalam memilih jasa transportasi online. Kepuasan pelanggan menjadi peranan penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, yang mana dapat meningkatkan kompetensi dalam bersaing serta menjadi alasan bagi para konsumen untuk memutuskan berbelanja produk maupun jasanya (Sri Handayani & Syarifudin, 2022). Kepuasan pelanggan menjadi peranan penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, yang mana dapat meningkatkan kompetensi dalam bersaing serta menjadi alasan bagi para konsumen untuk memutuskan berbelanja produk maupun jasanya (Sri Handayani & Syarifudin, 2022).

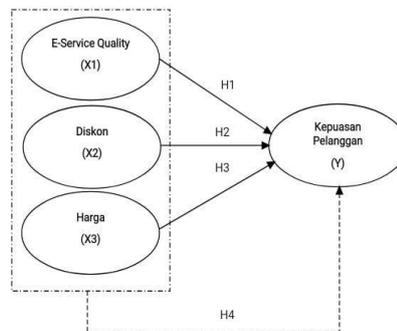
Hasil penelitian dari Muldani et al., (2024) yang berjudul Pengaruh *E-Service Quality* dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Go-Jek menyatakan bahwa *E-Service Quality* secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, dalam penelitian Haniya Arifa et al., (2024) yang berjudul Pengaruh Harga Dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pengguna Ojek Online Go-Jek di Wilayah DKI Jakarta menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna ojek online Go-Jek di wilayah Jakarta. Dari hasil penelitian di atas lebih banyak berfokus pada konteks kota-kota besar, sehingga perlu penelitian lebih lanjut untuk melihat apakah temuan tersebut berlaku juga di konteks lokal yakni di Kecamatan Lamongan. Tantangan yang sering dihadapi oleh Go-Jek dalam hal *e-service quality* adalah tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Sejumlah pelanggan mengungkapkan keluhan terkait kendaraan yang tidak sesuai dengan deskripsi di aplikasi, seperti kondisi kendaraan yang kurang layak atau berbeda dari informasi yang tercantum. Fitur pada aplikasi Gojek pun sering dianggap kurang ramah pengguna, sehingga menyulitkan pelanggan dalam mengakses layanan. Permasalahan lain yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan Gojek adalah isu harga. Perbedaan tarif antar wilayah kerap menimbulkan kesan ketidakadilan bagi pelanggan. Tarif minimum di beberapa wilayah, sebagai contoh, lebih tinggi dibandingkan wilayah lain meskipun jarak perjalanan sama. Pelanggan juga sering membandingkan harga Gojek dengan kompetitor lainnya seperti layanan transportasi lokal, dan hal ini dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih layanan. Masalah terkait promosi dan diskon juga menjadi sorotan. Meskipun Gojek menyediakan berbagai kode promo, banyaknya pilihan sering kali membingungkan pelanggan. Nilai diskon yang ditawarkan sering dianggap tidak terlalu signifikan, sehingga kurang memberikan dampak besar terhadap penghematan biaya. Apabila kepuasan yang didapat oleh pengguna memenuhi harapan, maka pengguna terus menerus memakai jasa Go-Jek ini dan menjadi

pelanggan, sehingga Go-Jek harus dituntut untuk memberikan pelayanan dan kenyamanan sebaik mungkin yang dibutuhkan oleh penggunanya, sehingga Go-Jek dapat bersaing secara unggul dengan dalam hal jasa transportasi online. Perlu untuk diketahui bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penilaian pengguna tentang *e-service quality*, diskon, harga serta kepuasan pelanggan yang dapat dirasakannya. Hal ini penting sebagai bentuk acuan dalam membenahan pelayanan agar dapat mendapatkan diskon dan harga yang diharapkan para konsumen.

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah persaingan dalam hal transportasi online semakin hari semakin berkembang dan semakin pesat sehingga perusahaan Go-Jek harus memberikan pelayanan yang baik dan mumpuni kepada pelanggan. Karena kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh E-Service Quality, Diskon Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Go-Jek di Kecamatan Lamongan”**. Penelitian ini perlu dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, serta membantu Go-Jek dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagi manajemen dalam pengambilan keputusan strategis dan membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut mengenai faktor lain yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan di sektor transportasi online. Dengan demikian, penelitian ini sangat relevan untuk meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di masa depan.

Dalam penelitian ini dipaparkan bahwa *e-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, diskon berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan *e-service quality*, diskon, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka kerangka konsep penelitian ditunjukkan pada Gambar 2 dibawah:



**Gambar 2 Kerangka Konsep Penelitian**

Keterangan:  
→ : berpengaruh secara parsial  
---→ : berpengaruh secara simultan

Melalui kerangka konsep diatas dapat diketahui bahwa *E-Service Quality* (X1), Diskon (X2) dan Harga (X3) menjadi variabel bebas atau variabel independent dan Kepuasan Pelanggan (Y) menjadi variabel terikat atau variabel dependent.

Berdasarkan kerangka konsep penelitian diatas maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H1: *E-Service Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di Kecamatan Lamongan

H2: Diskon berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di Kecamatan Lamongan

H3: Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di Kecamatan Lamongan

H4: *E-Service Quality*, Diskon, Harga bersama-sama dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di Kecamatan Lamongan

## METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode *explanatory research*. Metode penelitian *explanatory research* ialah untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas yaitu *e-service quality*, diskon, harga dan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan yang ada di dalam hipotesis. Lokasi penelitian ini di Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Dalam penelitian ini subjek yang digunakan yakni pelanggan pengguna transportasi online Go-Jek. Sumber data yang akan digunakan penelitian ini adalah data primer. Data penelitian ini yaitu kuesioner berupa link Googleform yang disebarakan melalui media sosial dan berisi beberapa pernyataan tertulis kemudian diserahkan kepada responden untuk ditanggapi.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Kecamatan Lamongan yang pernah menggunakan aplikasi Go-Jek dengan jumlah populasi belum diketahui. Sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus *Cochran*, yang menghasilkan total 96 responden. Untuk mempermudah proses analisis, jumlah tersebut dibulatkan menjadi 100 responden. Penelitian ini melibatkan masyarakat Kabupaten Lamongan sebagai sampel, dengan kriteria bahwa mereka memiliki pengalaman dalam menggunakan aplikasi Go-Jek. Populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus *Cochran* yang ditunjukkan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2} \quad n = \frac{2401}{25} \quad n = 96,04$$

Keterangan:

n= banyaknya sampel

z= harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p= peluang benar 50% =0,5

q= peluang salah 50% =0,5

e= margin error 10%

Rumus sampel tersebut menghasilkan jumlah sampel sebesar 96 responden dan untuk kemudahan pengolahan data, jumlah tersebut dibulatkan menjadi 100 responden. Jumlah akhir responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode teknik *non-probability sampling* dan dengan *purposive sampling*

sebagai teknik penentuan sampelnya. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Penelitian ini diukur dengan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Adanya skala likert, maka variabel yang akan diukur dirincikan sebagai titik tolak untuk menyusun semua item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut skala likert yang ditujukan pada tabel 1:

**Tabel 1 Bobot Skala Likert**

| No. | Jawaban                   | Skor |
|-----|---------------------------|------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)        | 5    |
| 2   | Setuju (S)                | 4    |
| 3   | Netral (N)                | 3    |
| 4   | Tidak Setuju (TS)         | 2    |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (STJ) | 1    |

Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini memiliki maksimum skor 5 dan minimum skor 1. Dengan rentang skor 1 hingga 5, kita dapat mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden secara lebih rinci. Skala ini cukup sederhana untuk dipahami oleh responden namun tetap memberikan informasi yang relevan. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dan menggunakan uji hipotesis analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu e-service quality (X1), diskon (X2), dan harga (X3) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) dengan menggunakan aplikasi SPSS. Pengambilan data dilakukan menggunakan data primer serta teknik data dengan uji heterkedastisitas, uji normalitas, uji autokorelasi, regresi sederhana, uji t, uji koefisien determinasi dan menggunakan SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil penyebaran kuesioner kepada pelanggan pengguna transportasi online Gojek di Kecamatan Lamongan berjumlah 100 responden, maka diperoleh jenis kelamin, pekerjaan, usia, karakteristik frekuensi penggunaan aplikasi Go-Jek, dan alamat sebagai berikut:

**Tabel 2 Karakteristik Responden**

| No.    | Karakteristik Responden | Keterangan                 | Jumlah |      |
|--------|-------------------------|----------------------------|--------|------|
|        |                         |                            | N      | %    |
| 1.     | Jenis Kelamin           | Laki-laki                  | 49     | 41%  |
|        |                         | Perempuan                  | 51     | 51%  |
|        | Jumlah                  |                            | 100    | 100% |
| 2.     | Usia                    | 14-20 tahun                | 19     | 19%  |
|        |                         | 21-30 tahun                | 70     | 70%  |
|        |                         | 31-40 tahun                | 4      | 4%   |
|        |                         | 41-50 tahun                | 7      | 7%   |
| Jumlah |                         | 100                        | 100%   |      |
| 3.     | Pekerjaan               | Pelajar/Mahasiswa          | 76     | 76%  |
|        |                         | Pegawai Negeri Sipil (PNS) | 9      | 9%   |

|        |                                      |                          |      |      |
|--------|--------------------------------------|--------------------------|------|------|
|        |                                      | Wiraswasta               | 11   | 11%  |
|        |                                      | Ibu Rumah Tangga         | 1    | 1%   |
|        |                                      | Lainnya                  | 3    | 3%   |
|        | Jumlah                               |                          | 100  | 100% |
| 4.     | Frekuensi Penggunaan Aplikasi Go-Jek | <1 kali/bulan            | 42   | 42%  |
|        |                                      | 1-3 kali/bulan           | 37   | 37%  |
|        |                                      | 4-6 kali/bulan           | 18   | 18%  |
|        |                                      | 6 kali/bulan             | 3    | 3%   |
|        | Jumlah                               |                          | 100  | 100% |
| 5.     | Alamat                               | Desa Karanglangit        | 6    | 6%   |
|        |                                      | Desa Kebet               | 2    | 2%   |
|        |                                      | Desa Kramat              | 4    | 4%   |
|        |                                      | Desa Made                | 16   | 16%  |
|        |                                      | Desa Pangkatrejo         | 6    | 6%   |
|        |                                      | Desa Plosowahyu          | 2    | 2%   |
|        |                                      | Desa Rancangkencono      | 3    | 3%   |
|        |                                      | Desa Sendangrejo         | 3    | 3%   |
|        |                                      | Desa Sidomukti           | 5    | 5%   |
|        |                                      | Desa Sumberjo            | 3    | 3%   |
|        |                                      | Desa Tanjung             | 2    | 2%   |
|        |                                      | Desa Wajik               | 6    | 6%   |
|        |                                      | Kelurahan Banjarmendalan | 6    | 6%   |
|        |                                      | Kelurahan Jetis          | 5    | 5%   |
|        |                                      | Kelurahan Sidoharjo      | 8    | 8%   |
|        |                                      | Kelurahan Sidokumpul     | 10   | 10%  |
|        |                                      | Kelurahan Sukomulyo      | 2    | 2%   |
|        |                                      | Kelurahan Sukorejo       | 3    | 3%   |
|        |                                      | Kelurahan Tlogoanyar     | 4    | 4%   |
|        | Kelurahan Temenggungan               | 4                        | 4%   |      |
| Jumlah |                                      | 100                      | 100% |      |

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 2 tersebut maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 51 orang atau 51%, sedangkan responden laki-laki dengan jumlah 49 orang atau 49%. Hal ini menunjukkan responden perempuan memiliki minat menggunakan jasa transportasi online Go-Jek lebih tinggi daripada responden laki-laki. Kondisi ini dapat disebabkan oleh sejumlah faktor, salah satunya adalah tingkat kenyamanan dan rasa aman yang diberikan oleh layanan Go-Jek. Banyak perempuan cenderung memilih transportasi online karena proses pemesanan yang praktis melalui aplikasi, sehingga tidak perlu repot mencari kendaraan secara langsung di jalan.

Mayoritas responden berada dalam rentang usia 14-20 tahun, yaitu sebanyak 70% dari total responden, kemudian responden dengan usia 14-20 sebanyak 19 orang atau 19%, responden dengan usia 41-50 tahun sebanyak 7 orang atau 7% dan yang terakhir dengan

jumlah paling sedikit yaitu pada usia 31–40 tahun dengan perolehan 4 orang atau 4%. Temuan ini menunjukkan bahwa generasi muda, khususnya yang berada pada rentang usia 14–20 tahun, memiliki ketertarikan dan kecenderungan lebih tinggi dalam menggunakan layanan transportasi online seperti Go-Jek. Hal ini bisa disebabkan oleh tingkat adaptasi teknologi yang lebih tinggi pada kelompok usia muda, yang umumnya lebih akrab dengan penggunaan smartphone dan aplikasi digital.

Responden dengan pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 76 orang atau 76%, Wiraswasta sebanyak 11 orang atau 11%, Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 9 orang atau 9% sedangkan pekerjaan lainnya yaitu wirausaha sebanyak 1 orang atau 1%, petani 1 orang atau 1%, dan pegawai swasta 1 orang atau 1%. Temuan ini mencerminkan bahwa kalangan pelajar/mahasiswa merupakan kelompok pengguna dominan layanan Go-Jek. Hal ini dapat dijelaskan oleh kebutuhan mobilitas tinggi di kalangan pelajar/mahasiswa untuk keperluan sekolah/kuliah, kegiatan organisasi, atau aktivitas harian lainnya, yang menuntut efisiensi waktu dan kemudahan akses transportasi.

Responden penelitian ini adalah responden dari frekuensi <1 kali/bulan lebih banyak 42 orang dengan presentase 42%, responden dengan frekuensi 1-3 kali/bulan sebanyak 37 orang atau 37%, responden dengan frekuensi 4-6 kali/bulan sebanyak 18 orang atau 18% dan responden 6 kali/bulan sebanyak 3 orang atau 3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah responden yang frekuensi <1 kali/bulan. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden bukan merupakan pengguna aktif atau rutin dari layanan transportasi online Go-Jek, melainkan pengguna insidental yang hanya memanfaatkan layanan tersebut dalam kondisi tertentu saja. Faktor jarak tempuh yang relatif dekat dari tempat tinggal ke lokasi aktivitas utama juga bisa menjadi alasan mengapa layanan ini tidak digunakan secara rutin.

Jumlah 100 responden yang diambil dari 20 desa/kelurahan di Kecamatan Lamongan sebagai sampel dengan nilai terbanyak dari Desa Made yaitu 16 orang atau 16%, dan Desa Kebet, Desa Plosowahyu, Desa Tanjung, dan Kelurahan Sukomulyo sebanyak 2 orang dengan presentase terendah yaitu 2%. Temuan ini menunjukkan bahwa penyebaran penggunaan layanan transportasi online Go-Jek di wilayah Kecamatan Lamongan masih belum merata. Konsentrasi responden yang lebih besar di Desa Made dapat mengindikasikan bahwa wilayah tersebut memiliki tingkat aktivitas masyarakat yang lebih tinggi, akses teknologi yang lebih baik, atau kepadatan penduduk yang lebih besar, sehingga mempengaruhi tingginya penggunaan layanan transportasi online. Sebaliknya, desa/kelurahan dengan jumlah responden rendah mungkin kebutuhan transportasi yang tidak terlalu tinggi. Selain itu, bisa jadi layanan Go-Jek belum menjangkau secara optimal wilayah-wilayah tersebut, sehingga tingkat penggunaannya pun lebih rendah.

## Uji Validitas

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas**

| Variabel               | Pernyataan | r-hitung | r-tabel | Nilai Sig | Keterangan |
|------------------------|------------|----------|---------|-----------|------------|
| E-Service Quality (X1) | X1.1       | 0,1966   | 0,750   | 0,000     | Valid      |
|                        | X1.2       | 0,1966   | 0,633   | 0,000     | Valid      |
|                        | X1.3       | 0,1966   | 0,669   | 0,000     | Valid      |
|                        | X1.4       | 0,1966   | 0,641   | 0,000     | Valid      |
|                        | X1.5       | 0,1966   | 0,709   | 0,000     | Valid      |

|                              |       |        |       |       |       |
|------------------------------|-------|--------|-------|-------|-------|
|                              | X1.6  | 0,1966 | 0,586 | 0,000 | Valid |
|                              | X1.7  | 0,1966 | 0,718 | 0,000 | Valid |
|                              | X1.8  | 0,1966 | 0,805 | 0,000 | Valid |
|                              | X1.9  | 0,1966 | 0,747 | 0,000 | Valid |
|                              | X1.10 | 0,1966 | 0,700 | 0,000 | Valid |
|                              | X1.11 | 0,1966 | 0,746 | 0,000 | Valid |
|                              | X1.12 | 0,1966 | 0,709 | 0,000 | Valid |
| Diskon<br>(X2)               | X2.1  | 0,1966 | 0,755 | 0,000 | Valid |
|                              | X2.2  | 0,1966 | 0,740 | 0,000 | Valid |
|                              | X2.3  | 0,1966 | 0,743 | 0,000 | Valid |
|                              | X2.4  | 0,1966 | 0,653 | 0,000 | Valid |
|                              | X2.5  | 0,1966 | 0,703 | 0,000 | Valid |
|                              | X2.6  | 0,1966 | 0,651 | 0,000 | Valid |
| Harga<br>(X3)                | X3.1  | 0,1966 | 0,802 | 0,000 | Valid |
|                              | X3.2  | 0,1966 | 0,752 | 0,000 | Valid |
|                              | X3.3  | 0,1966 | 0,772 | 0,000 | Valid |
|                              | X3.4  | 0,1966 | 0,670 | 0,000 | Valid |
|                              | X3.5  | 0,1966 | 0,662 | 0,000 | Valid |
|                              | X3.6  | 0,1966 | 0,821 | 0,000 | Valid |
| Kepuasan<br>Pelanggan<br>(Y) | Y1    | 0,1966 | 0,722 | 0,000 | Valid |
|                              | Y2    | 0,1966 | 0,678 | 0,000 | Valid |
|                              | Y3    | 0,1966 | 0,704 | 0,000 | Valid |
|                              | Y4    | 0,1966 | 0,719 | 0,000 | Valid |
|                              | Y5    | 0,1966 | 0,746 | 0,000 | Valid |
|                              | Y6    | 0,1966 | 0,801 | 0,000 | Valid |
|                              | Y7    | 0,1966 | 0,681 | 0,000 | Valid |
|                              | Y8    | 0,1966 | 0,735 | 0,000 | Valid |
|                              | Y9    | 0,1966 | 0,776 | 0,000 | Valid |
|                              | Y10   | 0,1966 | 0,712 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 3 diatas, semua item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Dalam uji validitas ini, nilai  $r$  tabel sebesar 0.1966 diperoleh dari  $(N-2)=98$  pada tingkat signifikasi 0,05. Selain itu, nilai signifikasi  $<$  0,05 yang semakin menguatkan bahwa seluruh item dalam kuesioner memenuhi kriteria validitas.

### Uji Reabilitas

**Tabel 4 Hasil Uji Reabilitas**

| Variabel               | Nilai Cronbach Alpha | Batas Alpha | Cronbach Alpha | Keterangan |
|------------------------|----------------------|-------------|----------------|------------|
| E-Service Quality (X1) | 0,907                | 0,60        |                | Reliabel   |
| Diskon (X2)            | 0,801                | 0,60        |                | Reliabel   |
| Harga (X3)             | 0,843                | 0,60        |                | Reliabel   |

---

|                        |       |      |          |
|------------------------|-------|------|----------|
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,901 | 0,60 | Reliabel |
|------------------------|-------|------|----------|

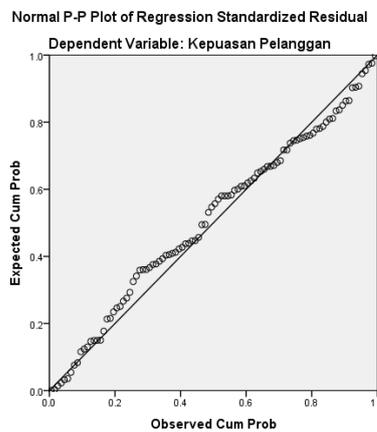
---

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4 nilai *cronbach alpha* untuk variabel *e-service quality* (0,907), diskon (0,801), harga (0,843) dan kepuasan pelanggan (0,786) semuanya lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian reliabel dan layak digunakan sebagai alat ukur.

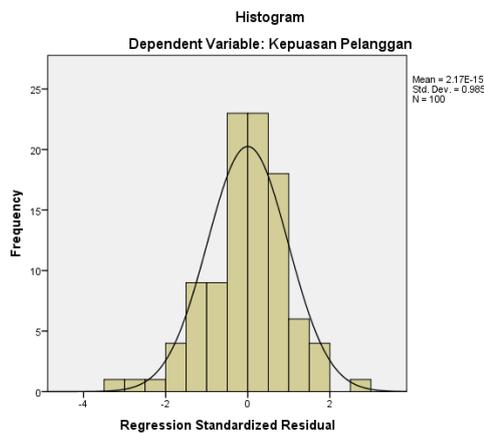
### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel terikat dan variabel bebas terdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini didukung oleh uji statistik dengan menggunakan histogram dan grafik P-P Plot. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan uji histogram dan grafik P-P Plot ditunjukkan pada gambar dibawah.



**Gambar 3 Hasil Grafik P-P Plot.**  
Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan Gambar 3 grafik P-P Plot data menyebar mengikuti garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga disimpulkan data tersebut berdistribusi normal. Kemudian pada tampilan grafik histogram ditunjukkan pada Gambar 4 dibawah ini.



**Gambar 4 Histogram Normalitas**  
Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan Gambar 4 histogram normalitas menunjukkan pola berdistribusi normal yang artinya tampilan histogram membentuk lonceng, tidak condong ke kanan atau condong ke kiri.

### Uji Multikolinieritas

Tabel 5 Uji Multikolinieritas

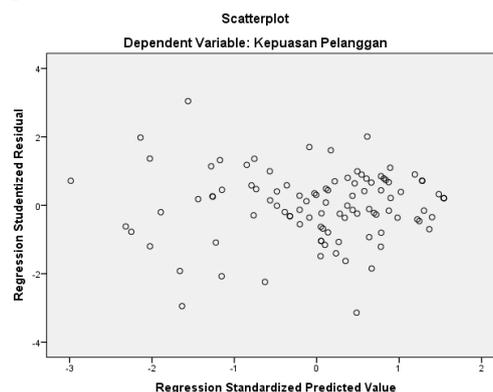
| No. | Variabel               | Tolerance | VIF   | Keterangan                      |
|-----|------------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| 1.  | E-Service Quality (X1) | 0,247     | 4,051 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| 2.  | Diskon (X2)            | 0,301     | 3,322 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| 3.  | Harga (X3)             | 0,223     | 4,476 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 5 nilai *tolerance* dari variabel *e-service quality* 0,247 , diskon 0,301 , dan diskon sebesar 0,223 artinya nilai *tolerance* semua variabel independen lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai *VIF* variabel *e-service quality* 4,051 , diskon 3.322 dan harga sebesar 4,476 yang artinya lebih kecil dari 10. Hasil uji tersebut menyatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel dependen (terikat) dalam model regresi atau terdapat korelasi sempurna antara variabel independen (bebas).

### Uji Heterokedastisitas

Ada tidaknya heterokedastisitas diambil dengan melihat grafik scatterplot, jika tidak terdapat pola tertentu pada titik-titik residualnya dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heterokedastisitas. Berikut gambar 5 hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut:



Gambar 5 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan Gambar 5 dapat terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak diatas maupun dibawah disekitar angka nol dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

| Model | Unstandardized |            | Standardized | t    | Sig.  |      |
|-------|----------------|------------|--------------|------|-------|------|
|       | Coefficients   |            | Coefficients |      |       |      |
|       | B              | Std. Error | Beta         |      |       |      |
|       | (Constant)     | 4.392      | 2.125        |      | 2.067 | .041 |
| 1     | X1             | .275       | .079         | .324 | 3.467 | .001 |
|       | X2             | .284       | .142         | .169 | 1.998 | .049 |
|       | X3             | .670       | .147         | .449 | 4.574 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 6 diperoleh model persamaan regresi yang terbentuk sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 4,392 + 0,275X_1 + 0,284X_2 + 0,670X_3 + e$$

Sehingga dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa:

1. Konstanta sebesar 4,392 yang artinya jika variabel independen (*e-service quality*, diskon, dan harga) bernilai tetap maka kepuasan pelanggan sebesar 4,392.
2. Koefisien *e-service quality* (X1) menunjukkan nilai sebesar 0,275 yang berarti jika variabel *e-service quality* (X1) meningkat sebesar satu kesatuan sedangkan diskon (X2) dan harga (X3) dianggap nilainya tetap, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,275.
3. Koefisien diskon (X2) menunjukkan nilai sebesar 0,284 yang berarti jika variabel diskon (X2) meningkat sebesar satu kesatuan sedangkan *e-service quality* (X1) dan harga (X3) dianggap nilainya tetap, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,284.
4. Koefisien harga (X3) menunjukkan nilai sebesar 0,670 yang berarti jika variabel harga (X3) meningkat sebesar satu kesatuan sedangkan *e-service quality* (X1) dan diskon (X2) dianggap nilainya tetap, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,670.

**Uji t (Parsial)**

**Tabel 7 Hasil Uji t**

| Variabel          | Nilai Beta/B | t-hitung | Sig   | t-tabel | Keterangan                     |
|-------------------|--------------|----------|-------|---------|--------------------------------|
| E-Service Quality | 0,275        | 3,467    | 0,001 | 1,660   | Berpengaruh Positif Signifikan |
| Diskon            | 0,284        | 1,998    | 0,049 | 1,660   | Berpengaruh Positif Signifikan |
| Harga             | 0,670        | 4,574    | 0,000 | 1,660   | Berpengaruh Positif Signifikan |

Sumber: Data primer diolah (2025)

Hasil pengujian pada Tabel 7 secara parsial melalui uji t antar variabel menunjukkan bahwa:

1. Pengaruh *e-service quality* (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).  
*E-service quality* memperoleh nilai t-hitung sebesar 3,467 dan nilai t-tabel 1,660 dengan demikian dapat dinyatakan bahwa  $3,467 > 1,660$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  yang artinya H0 ditolak dan H1 diterima. *E-service quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan memperoleh nilai beta sebesar 0,275.
2. Pengaruh diskon (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)  
 Diskon memperoleh nilai t-hitung sebesar 1,998 dan nilai t-tabel 1,660 dengan demikian dapat dinyatakan bahwa  $1,988 > 1,660$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,049 < 0,05$  yang artinya H0 ditolak dan H2 diterima. Diskon secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan memperoleh nilai beta sebesar 0,284.
3. Pengaruh harga (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)  
 Harga memperoleh nilai t-hitung sebesar 4,574 dan nilai t-tabel 1,660 dengan demikian dapat dinyatakan bahwa  $4,574 > 1,660$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya H0 ditolak dan H3 diterima. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan memperoleh nilai beta sebesar 0,670.

**Uji f (Simultan)**

**Tabel 8 Hasil Uji f**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |         |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
|                    | Regression | 2163.094       | 3  | 721.031     | 122.719 | .000 <sup>b</sup> |
| 1                  | Residual   | 564.043        | 96 | 5.875       |         |                   |
|                    | Total      | 2727.138       | 99 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan pada Tabel 8 telah diperoleh nilai f hitung sebesar 122,719 dan f tabel sebesar 2,69 yang diperoleh dari  $df(N1) = K-1 = 4-1=3$  dan  $df(N2)=n-k=100-4=96$  (k adalah jumlah variabel bebas maupun terikat dan n adalah jumlah sampel). Berdasarkan nilai f hitung dan f tabel yang diperoleh maka  $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$  atau  $122,719 > 2,69$  dengan nilai signifikansi yang diperoleh  $0,00 < 0,05$  , yang artinya H0 ditolak dan H4 diterima, sehingga variabel *e-service quality* (X1), diskon (X2) dan harga (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 8 Hasil Uji  $R^2$

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                 |                             |
|----------------------------|-------------------|----------|-----------------|-----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted Square | RStd. Error of the Estimate |
| 1                          | .891 <sup>a</sup> | .793     | .787            | 2.42393                     |

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 8 diperoleh R sebesar 0,891. Nilai R Square menunjukkan bahwa besarnya pengaruh *e-service quality* (X1), diskon (X2), dan harga (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 79,3% sedangkan sisanya 20,7% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Pembahasan

### Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik *e-service quality* yang diberikan dan pengguna akan merasakan *e-service quality* yang diterima sesuai yang diharapkan, maka akan membentuk persepsi positif terhadap *e-service quality* dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil tersebut dipengaruhi oleh faktor kebutuhan dan harapan terhadap layanan berbasis teknologi, serta tren penggunaan layanan digital yang terus meningkat juga memberikan kontribusi besar dalam memperkuat hubungan antara *e-service quality* dan kepuasan pelanggan. Kombinasi dari faktor-faktor tersebut menciptakan pengalaman layanan yang menyeluruh dan berdampak langsung pada tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Haniya Arifa et al., (2024) menyatakan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan Salsabila & Sari, (2022) juga menyatakan *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan dinyatakan bahwa semakin baik *e-service quality* yang diberikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

### Pengaruh Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel diskon memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diskon yang baik yaitu yang mampu menarik minat calon konsumen untuk menggunakan produk atau layanan tersebut. Hasil tersebut dilihat dari faktor yang mempengaruhinya, diskon memberikan nilai tambah secara langsung kepada pelanggan, sehingga mereka merasa memperoleh keuntungan lebih dari segi harga, yang pada akhirnya meningkatkan persepsi positif terhadap layanan. Pengaruh media sosial, keberanian promosi, dan kemudahan akses informasi harga juga turut memperkuat pengaruh diskon terhadap kepuasan pelanggan, karena konsumen kini lebih aktif membandingkan dan memilih penawaran yang dirasa paling menguntungkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ambarsari, (2023) yang menyatakan bahwa diskon berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Widjayanto et al., (2022) bahwa

diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan dinyatakan bahwa semakin besar diskon yang diberikan dan berbagai jenis diskon yang ditawarkan akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya pengaruh positif ini mengindikasikan bahwa semakin terjangkau dan sesuai harga yang ditawarkan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Daya beli masyarakat, kondisi ekonomi, serta keberadaan pesaing dengan penawaran harga yang relatif murah turut mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap harga. Ketika pelanggan merasa bahwa harga yang ditawarkan kompetitif dan adil dibandingkan dengan produk sejenis di pasar, hal ini akan membentuk persepsi positif yang berujung pada peningkatan kepuasan dan kemungkinan loyalitas terhadap produk atau layanan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh L. Sari & Tobing, (2022) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Gunawan & Watulandi, (2024) juga menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut dinyatakan bahwa dengan menerapkan strategi harga yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisinya di pasar yang kompetitif.

### **Pengaruh E-Service Quality, Diskon, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh *e-service quality*, diskon, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa *e-service quality*, diskon dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa pentingnya sinergi antara *e-service quality*, penawaran harga yang menarik, dan strategi diskon yang tepat dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Secara internal, kombinasi dari sistem layanan yang responsif dan mudah diakses, harga yang sesuai dengan kualitas, serta diskon yang relevan dan tepat sasaran mampu meningkatkan persepsi nilai yang diterima pelanggan. Sementara itu, faktor eksternal seperti persaingan pasar yang ketat, perkembangan teknologi, ekspektasi pelanggan yang semakin tinggi, serta keterpaparan terhadap berbagai pilihan produk atau layanan melalui media digital, memperkuat pentingnya variabel ketiga tersebut sebagai penentu utama kepuasan pelanggan. Ketika semua faktor tersebut dikelola dengan baik, pelanggan akan merasa kecewa, mendapatkan keuntungan, dan lebih cenderung untuk tetap setia terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.

Hasil dari analisis deskripsi responden jika ketiga variabel independen (bebas) dilakukan secara bersama-sama, maka hal ini dapat mempengaruhi dan menambah jumlah penggunaan atau pembelian pada aplikasi Go-Jek. Berdasarkan pertanyaan yang diajukan, dengan adanya *e-service quality* yang baik sesuai dengan harapan konsumen, diskon yang menarik dan harga yang kompetitif mampu memberikan perspektif positif terhadap suatu merek dan mampu memberikan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Damayanti & Kusyana, (2023) menyatakan bahwa *e-service quality*, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *e-service quality*, diskon, dan harga terhadap kepuasan pelanggan transportasi online Go-Jek di Kecamatan Lamongan. Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa variabel independen yaitu *e-service quality*, diskon, dan harga secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, Go-Jek harus memberikan perhatian yang serius terhadap *e-service quality* yang ditawarkan, strategi pemberian diskon yang efektif, serta penetapan harga yang kompetitif dan terjangkau. Secara simultan, kombinasi antara *e-service quality*, diskon, dan harga memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Ketiganya saling melengkapi dan membentuk fondasi penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif dan berkesan. Keberhasilan Go-Jek dalam membangun loyalitas pelanggan sangat bergantung pada kemampuannya mengelola aspek ketiga ini secara terpadu dan berkelanjutan.

### Saran

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada semua pihak. Hasil penelitian menyatakan bahwa *e-service quality*, diskon, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi online Go-Jek. Go-Jek perlu terus meningkatkan *e-service quality* dengan memperbaiki sistem aplikasi agar lebih responsif, mudah digunakan, dan memiliki layanan pelanggan yang lebih cepat dalam menangani keluhan pengguna. Go-Jek dapat menerapkan strategi diskon yang lebih variatif, seperti promo loyalitas bagi pelanggan tetap atau diskon khusus pada jam tertentu, guna mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Go-Jek perlu menjaga harga tetap kompetitif dibandingkan dengan layanan transportasi lain, baik online maupun konvensional, agar tetap menjadi pilihan utama pelanggan di Kecamatan Lamongan.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan variabel seperti kepercayaan pelanggan (*trust*), loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), dan persepsi keamanan (*perceived security*), untuk memberikan hasil yang lebih komprehensif. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat memperluas penelitian dengan dilakukan di wilayah yang lebih luas, seperti tingkat kabupaten atau kota, sehingga dapat melihat apakah ada perbedaan hasil berdasarkan karakteristik demografis atau geografis pelanggan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan jurnal yang berjudul "**Pengaruh E-Service Quality**,

**Diskon Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Go-Jek Di Kecamatan Lamongan”**. Tujuan dari penulisan jurnal ini adalah sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen ITB Ahmad Dahlan Lamongan.

Selama melakukan penulisan jurnal ini, penulis banyak memperoleh bantuan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hj. Mu'ah, M.M.,M.Pd., selaku rektor ITB Ahmad Dahlan Lamongan yang telah memberikan kesempatan penulis untuk belajar di Program Studi S1 Manajemen ITB Ahmad Dahlan Lamongan.
2. Maulidza Nur Fauzi, S.Kom., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis ITB Ahmad Dahlan Lamongan.
3. Siti Musarofah, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen ITB Ahmad Dahlan Lamongan.
4. M. Sulton, S.M., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan sehingga jurnal ini dapat terselesaikan.
5. Ika Purwanti, S.Pd.,M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, mengarahkan dan memberikan masukan untuk jurnal ini.
6. Dr. Hj. Mu'ah, M.M.,M.Pd., selaku Dosen Penguji yang telah menyediakan waktu untuk menguji dan memberikan arahan kepada penulis.
7. Bapak/Ibu Dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah mendidik dan memberikan pengetahuan yang berguna selama perkuliahan.
8. Segenap tenaga kependidikan ITB Ahmad Dahlan Lamongan.
9. Kepada kedua orang tua saya serta keluarga tercinta, yang telah memberikan semangat, dukungan, perhatian, kasih sayang serta doa yang tidak pernah putus sehingga penulis dapat menyelesaikan jurnal ini.
10. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.
11. Kepada diri saya sendiri, terima kasih sudah mampu berusaha dengan keras dan berjuang sejauh ini. mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan jurnal ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Semoga jurnal berguna dan bermanfaat bagi pembaca bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

#### REFERENSI

- Ambarsari, D. (2023). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Ulang Jasa Transfortasi Online Maxim di Kota Solo*. 11.
- Damayanti, B. D., & Kusyana, D. N. B. (2023). *Pengaruh E-Service Quality, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online*. 3(11), 2247–2260.
- Gunawan, W. H., & Watulandi, M. (2024). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Ojek Online Gojek (Survey Pada Pelanggan Ojek Online Gojek di Kota Cirebon). *Indonesian Journal of Strategic Management*, 7(1), 37–52. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ijsm>
- Haniya Arifa, P., Wahid, A., Afifah, V., Putri, K. :, & Arifa, H. (2024). Pengaruh Harga Dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pengguna Ojek Online Gojek Di Wilayah Dki Jakarta. *Ilmu*

---

*Manajemen, Bisnis Dan Keuangan (Innobiz)*, 1(1), 34–41. <https://ejournal.cyber-univ.ac.id/index.php/innobiz/article/view/9/57>

Hendriarto, & Gusti, Y. K. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Jurnal Ilmiah Multi Science*, 2(1), 119 – 135. <https://doi.org/10.52657/jiem.v13i1.1730>

Lamonganpos. (2021). *Ojek Online dan Delivery Lamongan*. Lamonganpos.Com. <https://lamonganpos.com/2021/02/ojek-online-delivery-lamongan/>

Muldani, V., Nurjanah, & Casilam. (2024). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ( Studi Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Kota Depok ). *Jurnal Pajak Dan Bisnis*, 5(1), 11–17.

Perhubungan, K. (2022). *Sektor Transportasi Tumbuh 21,27% : Menhub Minta Semua Pihak Jaga Momentum Pertumbuhan Positif*. Dephub.Go.Id. <https://dephub.go.id/post/read/sektor-transportasi-tumbuh-21,27-menhub-minta-semua-pihak-jaga-momentum-pertumbuhan-positif>

Salsabila, K. Q., & Sari, D. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan ShopeeFood. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 265–272. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.1626>

Santika, E. F. (2024). *Aplikasi Transportasi Online Terbanyak Diunduh di RI 2023, Gojek Juaranya*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/4e49e3af7a225fe/aplikasi-transportasi-online-terbanyak-diunduh-di-ri-2023-gojek-juaranya>

Sari, L., & Tobing, P. R. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA SVOD WETV. *The American Mathematical Monthly*, 2(1), 151. <https://doi.org/10.2307/2322122>

Sri Handayani, L., & Syarifudin, A. (2022). the Effect of Service Quality, Price and Relationship Marketing on Consumer Satisfaction on Gojek Transportation Service. *Dimensi* , 11, 298–313. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Widjayanto, K. W., Maroah, S., & Danurwindo, M. A. (2022). Pengaruh Harga Diskon Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ojek Online Gojek Di Kota Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis 1*, 391–403.