

DETERMINASI LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA: PENDEKATAN KUANTITATIF

Oleh:

Fitriana¹

Abdur Rohman²

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: Jl. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten
Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: 230721100049@student.trunojoyo.ac.id,
Abdur.rohman@trunojoyo.ac.id.

Abstract. *This study aims to determine the factors that influence customer loyalty towards Go-Jek services among students of Universitas Trunojoyo Madura (UTM). This study uses a quantitative approach with a survey method to collect data from 30 respondents. This study investigates the relationship between service quality, price, and customer loyalty, focusing on how these factors affect student satisfaction and their loyalty towards Go-Jek. Data were analyzed using statistical techniques, including regression and correlation analysis, to determine the significance of the relationship between variables. The results show that both service quality and price have a significant influence on customer satisfaction which in turn affects customer loyalty. This study provides valuable insights for Go-Jek management in improving services and maintaining customer loyalty among students. This study confirms that improving service quality and competitive pricing strategies can be key factors in maintaining and increasing customer loyalty, especially in the student market segment. These findings provide theoretical contributions to the development of digital consumer behavior studies and offer practical insights for Go-Jek management to design service strategies that are more responsive to the needs of the younger generation of online transportation application users.*

DETERMINASI LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA: PENDEKATAN KUANTITATIF

Keywords: *Go-Jek, Customer Loyalty, Service Quality, Price, Quantitative Approach, Student Satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap layanan Go-Jek di kalangan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura (UTM). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari 30 responden. Penelitian ini menginvestigasi hubungan antara kualitas layanan, harga, dan loyalitas pelanggan, dengan fokus pada bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi kepuasan mahasiswa dan loyalitas mereka terhadap Go-Jek. Data dianalisis menggunakan teknik statistik, termasuk analisis regresi dan korelasi, untuk menentukan signifikansi hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas layanan maupun harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang pada gilirannya mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen Go-Jek dalam meningkatkan layanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan dan strategi penetapan harga yang kompetitif dapat menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, khususnya di segmen pasar mahasiswa. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan studi perilaku konsumen digital dan menawarkan wawasan praktis bagi manajemen Gojek untuk merancang strategi layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan generasi muda pengguna aplikasi transportasi online.

Kata Kunci: Go-Jek, Loyalitas Pelanggan, Kualitas Layanan, Harga, Pendekatan Kuantitatif, Kepuasan Mahasiswa.

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk sektor transportasi. Salah satu inovasi yang muncul sebagai respons terhadap kebutuhan mobilitas yang cepat dan efisien adalah layanan transportasi berbasis aplikasi, seperti Go-Jek. Go-Jek, yang didirikan pada tahun 2010, kini telah menjadi salah satu platform layanan transportasi online terbesar di Indonesia, menyediakan berbagai layanan mulai dari transportasi, pengiriman barang,

hingga layanan pesan antar makanan. Layanan ini sangat populer di kalangan mahasiswa, yang merupakan kelompok pengguna yang aktif dalam memanfaatkan teknologi untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka.

Di tengah persaingan yang semakin ketat dengan layanan serupa seperti Grab, Go-Jek terus berusaha mempertahankan loyalitas pelanggannya. Loyalitas pelanggan menjadi kunci penting bagi keberlanjutan bisnis Go-Jek. Pelanggan yang loyal cenderung menggunakan layanan secara berulang dan merekomendasikannya kepada orang lain. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sangat penting untuk pengembangan strategi bisnis yang efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek di kalangan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura (UTM). Mahasiswa dipilih sebagai sampel karena mereka merupakan pengguna yang aktif dan bergantung pada layanan transportasi berbasis aplikasi. Selain itu, mahasiswa sering kali dipengaruhi oleh faktor harga yang terjangkau serta kualitas layanan yang baik dalam memilih layanan transportasi online.

Loyalitas pelanggan diukur melalui beberapa dimensi, antara lain kepuasan, kepercayaan, dan kesetiaan terhadap merek. Kualitas layanan dan harga dipilih sebagai variabel utama karena keduanya dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi pelanggan dan keputusan mereka untuk tetap menggunakan layanan Go-Jek. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan, harga, dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Go-Jek, khususnya di kalangan mahasiswa. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan Go-Jek.

METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas

DETERMINASI LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA: PENDEKATAN KUANTITATIF

layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek di kalangan mahasiswa Universitas Teknologi Malaysia (UTM). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan dan harga mempengaruhi loyalitas pelanggan.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Teknologi Malaysia (UTM) yang menggunakan layanan Go-Jek. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 orang mahasiswa yang dipilih secara purposive sampling. Pemilihan sampel dilakukan dengan kriteria mahasiswa yang telah menggunakan layanan Go-Jek minimal dua kali dalam sebulan. Sampel sebanyak 30 responden dipilih untuk memberikan gambaran yang representatif mengenai loyalitas pelanggan Go-Jek di kalangan mahasiswa UTM.

3. Variabel Penelitian

Penelitian ini mengukur tiga variabel utama yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini:

a. Kualitas Layanan (X1)

Dihitung berdasarkan persepsi pelanggan terhadap keandalan, ketepatan waktu, kenyamanan, dan sikap pengemudi Go-Jek.

b. Harga (X2)

Dihitung berdasarkan persepsi pelanggan mengenai harga yang ditawarkan oleh Go-Jek dan apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas layanan yang diterima.

c. Loyalitas Pelanggan (Y)

Dihitung berdasarkan kesetiaan pelanggan dalam menggunakan layanan Go-Jek secara berulang dan kecenderungan mereka untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

4. Instrumen Penelitian

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang terdiri dari beberapa bagian:

a. Kualitas Layanan

Menggunakan 10 item pertanyaan untuk mengukur keandalan, ketepatan waktu, kenyamanan, dan sikap pengemudi Go-Jek.

b. Harga

Menggunakan 8 item pertanyaan untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap harga dan nilai yang mereka terima.

c. Loyalitas Pelanggan

Menggunakan 10 item pertanyaan yang mengukur frekuensi penggunaan Go-Jek, kepuasan pelanggan, dan kecenderungan untuk merekomendasikan layanan tersebut.

5. Skala Likert digunakan untuk mengukur semua variabel, dengan skala 1-5, di mana 1 berarti sangat tidak setuju dan 5 berarti sangat setuju. Kuesioner ini diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan uji validitas konstruksi dan Cronbach's Alpha sebelum digunakan untuk pengumpulan data.

6. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui metode survei, dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang telah dipilih. Kuesioner diberikan secara langsung kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Setiap responden diminta untuk mengisi kuesioner mengenai pengalaman mereka menggunakan layanan Go-Jek, dengan fokus pada kualitas layanan, harga, dan loyalitas mereka terhadap Go-Jek.

7. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan inferensial. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan, digunakan uji regresi linier berganda. Sebelumnya, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat mengukur variabel yang diteliti dengan baik. Semua analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS.

8. Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura (UTM) yang menggunakan layanan Go-Jek. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh pengguna Go-Jek di Indonesia, melainkan hanya untuk populasi mahasiswa UTM. Selain itu, penelitian ini hanya mengkaji dua faktor utama yaitu kualitas layanan dan harga yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

DETERMINASI LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA: PENDEKATAN KUANTITATIF

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

a) Deskripsi Data Responden

Penelitian ini melibatkan 30 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura (UTM) yang telah menggunakan layanan Go-Jek minimal dua kali dalam sebulan. Berdasarkan data demografis, 70% responden adalah mahasiswa laki-laki, sementara 30% sisanya adalah mahasiswa perempuan. Mayoritas responden berusia antara 18 hingga 24 tahun (90%) dan berasal dari berbagai program studi yang ada di UTM.

b) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek. Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner memiliki korelasi yang signifikan dengan variabel yang diukur, dengan nilai $p < 0,05$. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel lebih dari 0,7, yang mengindikasikan bahwa kuesioner yang digunakan memiliki reliabilitas yang baik.

c) Hasil Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek. Hasil uji regresi memperlihatkan bahwa kualitas layanan (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), dengan nilai $p = 0,001$ dan koefisien regresi sebesar 0,412. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan, semakin tinggi tingkat loyalitas yang mereka miliki terhadap Go-Jek. Selain itu, harga (X_2) juga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai $p = 0,02$ dan koefisien regresi sebesar 0,320. Ini menunjukkan bahwa harga yang dianggap wajar dan terjangkau oleh pelanggan juga meningkatkan

loyalitas mereka terhadap Go-Jek. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah 0,564, yang menunjukkan bahwa 56,4% variasi dalam loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan harga. Sisa 43,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Sanjaya & Sawitri, 2017). Dalam konteks Go-Jek, kualitas layanan yang baik, seperti ketepatan waktu, kenyamanan, dan keandalan pengemudi, merupakan faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung lebih loyal dan lebih sering menggunakan layanan Go-Jek. Harga juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, yang menguatkan temuan dalam penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa harga yang kompetitif dapat mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan layanan (Sugiarsih, 2019). Dalam hal ini, Go-Jek berhasil menjaga harga yang terjangkau bagi mahasiswa, yang memungkinkan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut secara berulang. Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa ada faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yang belum diteliti, seperti pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi dan layanan pelanggan yang diberikan oleh Go-Jek. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut dapat mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti promosi atau faktor sosial lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian ini, manajemen Go-Jek perlu terus meningkatkan kualitas layanan, terutama dalam hal ketepatan waktu pengemudi, kenyamanan, dan komunikasi yang baik antara pengemudi dan pelanggan. Selain itu, penting bagi Go-Jek untuk mempertahankan harga yang kompetitif dan sesuai dengan daya beli mahasiswa, yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis bagi pengelola Go-Jek dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru,

DETERMINASI LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA: PENDEKATAN KUANTITATIF

khususnya di kalangan mahasiswa. Dengan memperhatikan kualitas layanan dan harga yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, Go-Jek dapat mempertahankan posisinya sebagai salah satu layanan transportasi online terkemuka di Indonesia.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga memiliki kontribusi yang berbeda dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan Go-Jek. Berdasarkan analisis regresi, kualitas layanan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan harga dalam membangun loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun harga merupakan faktor penting, kualitas layanan tetap menjadi faktor yang lebih menentukan dalam menciptakan loyalitas jangka panjang bagi pelanggan Go-Jek.

Kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan mempengaruhi persepsi mereka terhadap keseluruhan pengalaman menggunakan layanan Go-Jek. Sebagai contoh, mahasiswa UTM yang menjadi responden penelitian ini menilai bahwa pengemudi Go-Jek yang ramah, tepat waktu, dan memiliki pengetahuan yang baik tentang rute perjalanan, memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan mereka. Oleh karena itu, Go-Jek perlu menjaga konsistensi kualitas layanan dari pengemudi, seperti memastikan pengemudi selalu menggunakan atribut yang sesuai, seperti jaket dan helm yang telah disediakan, serta menjaga profesionalisme dalam berinteraksi dengan pelanggan.

Selain itu, kemudahan dalam menggunakan aplikasi juga berperan penting dalam meningkatkan kualitas layanan. Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, mahasiswa lebih memilih menggunakan Go-Jek karena aplikasi yang user-friendly dan mudah diakses. Oleh karena itu, peningkatan kualitas teknis aplikasi Go-Jek, seperti memperbaiki masalah teknis atau mempercepat respons aplikasi, dapat lebih memperkuat loyalitas pelanggan.

Harga, meskipun memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, menunjukkan bahwa Go-Jek harus mempertimbangkan daya beli mahasiswa dalam menentukan tarif. Mahasiswa, sebagai segmen pasar yang memiliki keterbatasan finansial, lebih cenderung memilih layanan yang menawarkan harga yang terjangkau namun tetap memberikan pengalaman berkualitas. Hasil penelitian ini mencerminkan bahwa harga yang kompetitif

menjadi daya tarik tersendiri, namun kualitas layanan yang memadai tetap menjadi prioritas utama bagi pelanggan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan bahwa loyalitas pelanggan Go-Jek bukan hanya ditentukan oleh satu faktor, melainkan kombinasi antara kualitas layanan yang tinggi dan harga yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Oleh karena itu, Go-Jek perlu terus berinovasi dalam meningkatkan kedua aspek ini untuk mempertahankan dan memperluas basis pelanggan di kalangan mahasiswa. Perusahaan juga perlu melakukan evaluasi berkelanjutan terhadap tingkat kepuasan pelanggan untuk mengetahui aspek-aspek mana yang perlu ditingkatkan lebih lanjut.

Selain itu, hasil penelitian ini juga menyarankan agar Go-Jek lebih memperhatikan faktor-faktor eksternal lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti promosi dan pengalaman pelanggan dalam menghadapi situasi khusus, seperti kemacetan atau cuaca buruk, yang seringkali dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap layanan. Mengingat tingginya tingkat persaingan di pasar transportasi online, inovasi yang terus menerus sangat dibutuhkan agar Go-Jek tetap dapat bersaing dengan layanan sejenis lainnya, seperti Grab dan Maxim.

Dengan memperhatikan hasil penelitian ini, Go-Jek dapat meningkatkan tidak hanya kualitas layanan dan harga tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik melalui peningkatan layanan pelanggan, pemberian insentif, atau pengenalan program loyalitas yang dapat memotivasi pengguna untuk terus menggunakan layanan mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 30 responden mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura (UTM) pengguna layanan Go-Jek, dapat disimpulkan bahwa:

- a. **Kualitas layanan dan harga** memiliki pengaruh signifikan terhadap **loyalitas pelanggan** Go-Jek di kalangan mahasiswa UTM.

DETERMINASI LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA: PENDEKATAN KUANTITATIF

- b. Kualitas layanan, seperti ketepatan waktu, kenyamanan, dan keandalan pengemudi, memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan dengan harga. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih cenderung untuk tetap menggunakan Go-Jek jika mereka merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan.
- c. Harga yang terjangkau juga berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, khususnya bagi segmen mahasiswa yang memiliki keterbatasan finansial. Meskipun harga tidak memiliki pengaruh sebesar kualitas layanan, harga yang kompetitif tetap menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan Go-Jek secara berulang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa rekomendasi yang dapat diberikan untuk manajemen Go-Jek adalah sebagai berikut:

- a. **Peningkatan Kualitas Layanan:** Go-Jek harus terus menjaga dan meningkatkan kualitas layanan, terutama dalam aspek ketepatan waktu, kenyamanan, serta profesionalisme pengemudi. Program pelatihan bagi pengemudi untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan pengetahuan tentang rute perjalanan sangat penting untuk memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan.
- b. **Optimalisasi Aplikasi:** Pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi Go-Jek harus selalu diperhatikan. Go-Jek perlu memastikan bahwa aplikasi berjalan lancar tanpa gangguan teknis, seperti kesalahan lokasi penjemputan atau masalah dalam pembayaran. Peningkatan fitur aplikasi yang mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka.
- c. **Harga yang Kompetitif:** Mengingat daya beli mahasiswa yang terbatas, Go-Jek harus mempertahankan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Penawaran promo dan diskon

untuk pelanggan setia atau mahasiswa dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka.

- d. **Pengembangan Program Loyalitas:** Go-Jek dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan program loyalitas yang dapat memberikan penghargaan kepada pelanggan yang sering menggunakan layanan mereka. Hal ini akan semakin memperkuat hubungan antara Go-Jek dan pelanggan, serta meningkatkan retensi pelanggan jangka panjang.
- e. **Inovasi Layanan:** Mengingat ketatnya persaingan di pasar transportasi online, Go-Jek perlu terus berinovasi dalam menyajikan layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Penambahan fitur atau layanan yang relevan dengan gaya hidup mahasiswa, seperti pengiriman barang antar kampus atau layanan pendidikan, dapat menjadi daya tarik tambahan bagi pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Lungsae, S., & Maika, M. R. (2021). *Pengembangan Layanan Aplikasi Go-Jek Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. *Infomatek*, 23(1), 7-20.
- Nainggolan, M. O., Lubis, N., & Novita, V. (2024). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE MAXIM STUDI KASUS MAHASISWA KOTA MEDAN*. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 5(1), 116-125.
- Purnama, N. I., & Aprillia, N. (2024). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa FEB Umsu Pengguna Aplikasi Gojek*. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(2), 203-214.
- Sanjaya, L. J. (2018). *Hubungan Antara Kenyamanan Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pengguna Layanan Go-Jek Di Semarang*. *Jurnal Empati*, 6(4), 149-156.

**DETERMINASI LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI
KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS TRUNOJOYO
MADURA: PENDEKATAN KUANTITATIF**

- Saputri, R. S. D. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Grab Semarang*. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46-53.
- Sujatmiko, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Go-Jek Pada Mahasiswa FIKOM Universitas Islam Riau*. *The Journal of Communication Management and Organization*, 2(1), 29-40.
- Widnyani, N. M., Rettobjaan, V. C., & Aristayudha, A. N. B. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Inovasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Studi Kasus Pada Universitas Bali Internasional)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 75-92.