



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
ELEKTRONIK, KEPERCAYAAN,
DAN NILAI YANG DIRASAKAN
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA MODA
TRANSPORTASI GOJEK
DI PEKALONGAN**
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam
Negeri K.H. Abdurrahman Wahid
Pekalongan)



EMILIA DWI LESTARI
NIM. 4118122

2025

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
ELEKTRONIK, KEPERCAYAAN, DAN NILAI YANG
DIRASAKAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA MODA TRANSPORTASI
GOJEK DI PEKALONGAN**
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

EMILIA DWI LESTARI
NIM. 4118122

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
ELEKTRONIK, KEPERCAYAAN, DAN NILAI YANG
DIRASAKAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA MODA TRANSPORTASI
GOJEK DI PEKALONGAN**
**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

EMILIA DWI LESTARI
NIM. 4118122

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Emilia Dwi Lestari

NIM : 4118122

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Kepercayaan, dan Nilai yang Dirasakan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Moda Transportasi Gojek di Pekalongan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya, demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 03 Mei 2025



Emilia Dwi Lestari

NOTA PEMBIMBING

Farida Rohmah, S.Pd., M.Sc

Perumahan Stain Residence Blok F19 Desa Wangandowo, Bojong

Lamp : 2 (Dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Emilia Dwi Lestari

Kpd Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seepperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Emilia Dwi Lestari

NIM : 4118122

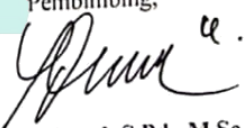
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Kepercayaan, dan Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pemimpin ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 7 Mei 2025

Pembimbing,



Farida Rohmah S.Pd., M.Sc.

NIP. 198880106 201908 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingwasulur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi saudara:

Nama : Emilia Dwi Lestari
NIM : 4118122
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Kepercayaan, dan Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Moda Transportasi Gojek Di Pekalongan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)

Dosen Pembimbing : Farida Rohmah, S.Pd., M.Sc

Telah diujikan pada hari Rabu, 28 Mei 2025 dan dinyatakan LULUS, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I


Happy Sista Devy, M.M
NIP. 19931014 201801 2 003

Penguji II


Ardiyan Darutama, M.Phil.
NIP. 19850126 202012 1 004

Pekalongan, 4 Juni 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag
NIP. 19780616 200312 1 003

MOTTO

“Proses sama pentingnya dibandingkan hasil. Hasilnya nihil tak apa yang penting sebuah proses telah dicanangkan dan dilaksanakan.”

(Sujiwo Tejo)

“Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil, tetapi berusahalah menjadi manusia yang berguna”

(Albert Einstein)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayahnya, sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Rasmidi dan Suemi, sebagai tanda bukti rasa hormat dan rasa terima kasih saya atas segala doa serta dukungannya.
2. Terimakasih untuk diri saya sendiri yang tetap berjuang dan bertahan sampai terselesaikannya skripsi ini.
3. Saudara-saudara saya Puji Lestari, Wahyu Widiyanto, dan Sigit Purnomo, serta keponakan saya Adiba, Kafa, dan Kafa.
4. Dosen pembimbing saya. Ibu Farida Rohmah, S.Pd., M.Sc. yang telah sabar membimbing dalam penyelesaian skripsi ini serta telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya.
5. Dosen Wali Bapak Agus Fakhрина, M. Si yang telah menyetujui judul penelitian ini.
6. Okta Riski Alhindi terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga, waktu, maupun materi, telah menjadi pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung maupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah serta memberikan semangat untuk pantang menyerah.
7. Sahabat saya Ghina Kamilia yang telah tulus dan ikhlas memberikan dukungan, masukan, serta saran untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman saya Sofiyatul, Khasnah, Renza, Jaza, Imroatus, Laila, Siska, Selfi, Prihatini dan lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu saya ketika penyusunan skripsi ini berlangsung.
9. Almameter saya program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

ABSTRAK

EMILIA DWI LESTARI, Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Kepercayaan, Dan Nilai Yang Dirasakan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Moda Transportasi Gojek Di Pekalongan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)

Kepuasan Pelanggan merupakan hasil yang dirasakan atas penggunaan produk atau jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting bagi keberlangsungan sebuah perusahaan. Persaingan semakin ketat ditandai dengan adanya pesaing usaha baru sejenis yang bermunculan. Untuk itu harus ada suatu hal yang dimiliki perusahaan untuk dapat menarik konsumen agar tetap menggunakan produk atau jasa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada moda transportasi Gojek di Pekalongan pada mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengumpulan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS 27.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan elektronik secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan nilai yang dirasakan pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji IBM SPSS secara simultan kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan moda transportasi Gojek di Pekalongan pada mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan Elektronik, Kepercayaan, Nilai yang Dirasakan Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

EMILIA DWI LESTARI, *The Effect of E-Service Quality, Trust, and Customer Perceived Value on Customer Satisfaction in Gojek Transportation Mode in Pekalongan (Case Study On Students of the State Islamic University K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)*

Customer satisfaction is the result felt from using a product or service that meets or exceeds the expected expectations. Customer satisfaction has become one of the key factors for a company's sustainability. Competition is becoming increasingly fierce, as indicated by the emergence of new similar business competitors. Therefore, companies must possess certain advantages to attract consumers and ensure they continue using their product or services. The purpose of this study is to determine the effect of elektronik service quality, trust, and customer perceived value on customer satisfaction in the Gojek transportation mode in Pekalongan, with a focus on student of the State Islamic University K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

The research is a type of quantitative study. The data collection method used in this research is a questionnaire survey, with a sample 97 respondents. The sampling technique employed is purposive sampling. This study uses multiple linier regression analysis with the assistance of IBM SPSS 27 software.

The result of the study show that the variable of elektronik service quality does not have a partial effect on customer satisfaction. In contrast, trust have a partial effecton customer satisfaction, and customer perceived value have a partial effect on customer satisfaction. The results of the IBM SPSS 27 simultaneous test indicate that elektronik service quality, trust, and customer perceived value together have a significant effect on customer satisfaction with the Gojek transportation mode in Pekalongan among students of State Islamic University K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Keywords: *Elektronic Service Quality, Trust, Customer Perceived Value, and Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat rahmat serta hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini, oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. AM Muh. Khadidz Ma'shum, M.Ag selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'i M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Happy Sista Devy, M.M. selalu Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Farida Rohmah, S.Pd., M.Sc. selaku Dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Pengampu Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Kedua orang tua penulis, Bapak Rasmidi dan Ibu Suemi, atas segala doa serta dukungan baik secara moral maupun material.
9. Semua teman yang telah membantu dan mendukung penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

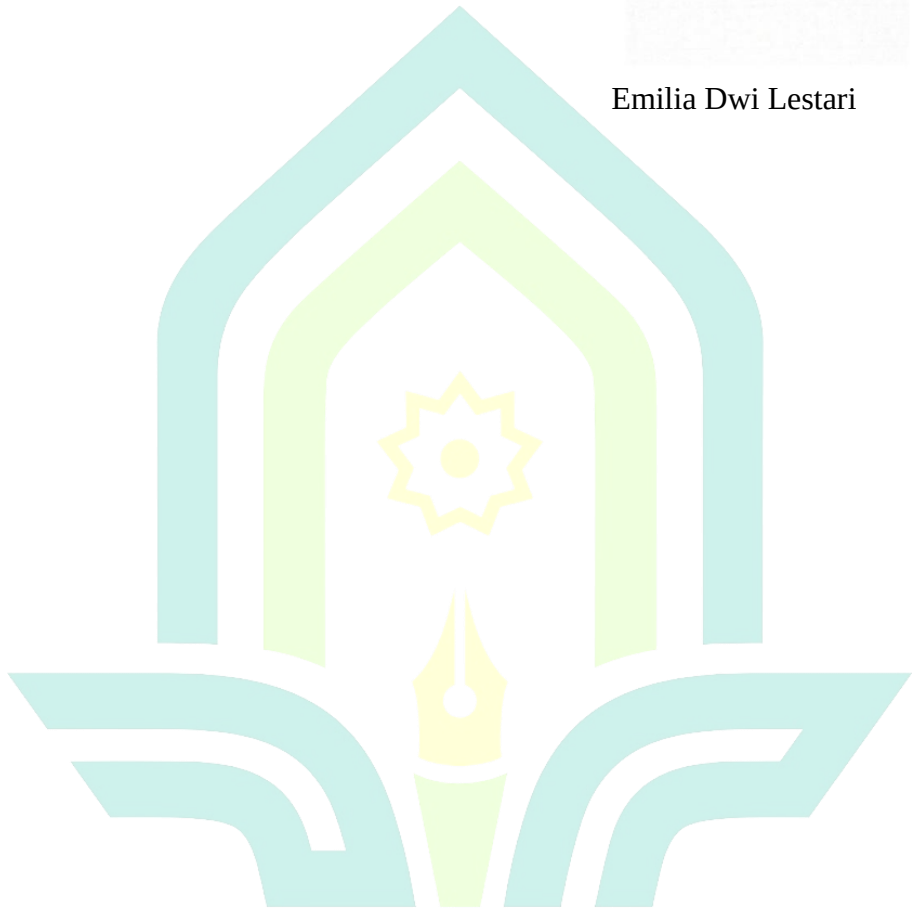
Akhir kata penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini. Semoga skripsi ini membawa membawa

manfaat bagi pengemban ilmu.

Pekalongan, 03 Mei 2025

A rectangular stamp containing a handwritten signature in black ink. The signature is cursive and appears to read 'Emilia'.

Emilia Dwi Lestari



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Pembatasan Penelitian.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. <i>Theory Of Planned Behavior</i>	11
2. Kualitas Pelayanan Elektronik	11
3. Kepercayaan	16
4. Nilai Yang Dirasakan Pelanggan	18
5. Kepuasan Pelanggan	21
B. Telaah Pustaka	25
C. Kerangka Berfikir	33
D. Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Metode Penelitian	37

1. Jenis Penelitian	37
2. Pendekatan penelitian	37
B. Setting Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	38
1. Populasi	38
2. Sampel	38
D. Variabel Penelitian	39
1. Variabel Bebas	39
2. Variabel Terikat	39
3. Definisi Operasional	39
E. Sumber Data	41
F. Teknik Pengumpulan Data	42
G. Metode Analisis Data	43
1. Uji Instrumen	43
2. Uji Asumsi Klasik	43
3. Uji Regresi Linier Berganda	44
4. Uji Hipotesis	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Penyajian Data	49
1. Deskripsi Data.....	49
2. Karakteristik Responden	49
3. Deskripsi Variabel	51
C. Analisis Data	54
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	55
3. Uji Asumsi Klasik	56
4. Analisis Regresi Linier Berganda	58
5. Uji Hipotesis	61
D. Pembahasan Hasil Analisis Data	65
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Keterbatasan Penelitian	69
C. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ʾ	Apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
اَ = a		أَ = ā
إِ = i	أَيَ = ai	إِي = ī
أُ = u	أَوَ = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:
 مرآة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah* Ta marbutah mati
 dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

فاطمة ditulis *fāṭimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا Ditulis *Rabbanā*

البرر Ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر Ditulis *al-qamar*

البدیع Ditulis *al-badī'*

الجلال Ditulis *al-jalāl*

6. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostof /'/.

Contoh:

أمرت Ditulis *Umirtu*

شيء Ditulis *syai`un*

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Pustaka	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional	39
Tabel 3.2 Skala Likert	42
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Fakultas	50
Tabel 4.3 Memiliki Aplikasi Gojek	50
Tabel 4.4 Penggunaan Aplikasi Gojek	51
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Terkait Variabel Kualitas Pelayanan Elektronik (X1)	51
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Terkait Variabel Kepercayaan (X2)	52
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Terkait Variabel Nilai Yang Dirasakan Pelanggan (X3)	52
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Terkait Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial)	61
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan)	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64

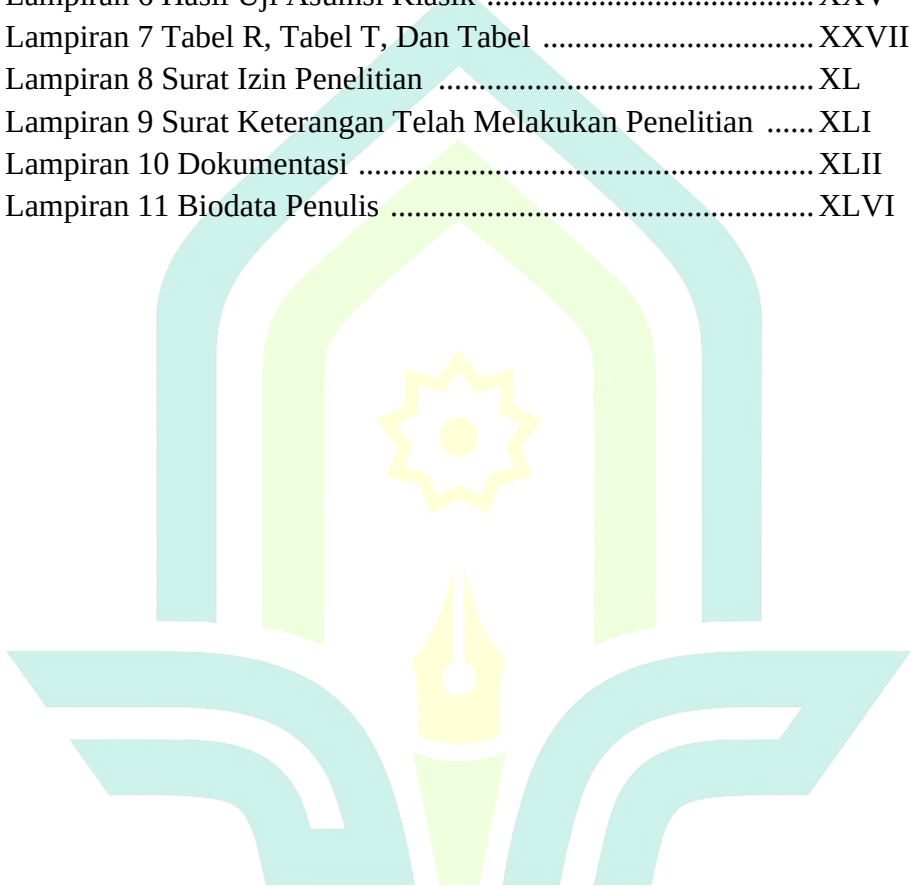
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	33
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitia	I
Lampiran 2 Data Responden	IV
Lampiran 3 Hasil Data Mentah Kuesioner Penelitian	VII
Lampiran 4 Hasil Perhitungan Statistik	XIX
Lampiran 5 Hasil Instrumen Penelitia	XXI
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	XXV
Lampiran 7 Tabel R, Tabel T, Dan Tabel	XXVII
Lampiran 8 Surat Izin Penelitian	XL
Lampiran 9 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	XLI
Lampiran 10 Dokumentasi	XLII
Lampiran 11 Biodata Penulis	XLVI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era modern seperti sekarang, penggunaan internet semakin canggih. kehadiran internet mempunyai pengaruh yang besar kepada majunya peradaban manusia. Internet saat ini telah diakui menjadi suatu kebutuhan primer yang berguna dalam membantu aktivitas sehari-hari. Di era informasi seperti ini internet memegang peranan penting dalam segala aspek kehidupan manusia. Sumber lain mendefinisikan internet sebagai sebuah jaringan besar yang menghubungkan jaringan komputer baik dari organisasi bisnis, organisasi pemerintahan, dan sekolah-sekolah dari seluruh dunia secara langsung dan cepat menurut Turban, Rainer & Potter dalam (Susan & Rachman, 2016). Bahkan saat ini dapat dikatakan dari semua profesi yang ada sudah tergantung pada internet, mulai pencarian informasi di internet bahkan sampai menambah pendapatan keuangan lewat internet (Suenaga, 2020) dalam (Susan & Rachman, 2016).

Tidak terkecuali dengan sarana transportasi yang ikut berdampak dengan adanya internet. Sarana transportasi merupakan salah satu perhubungan yang sangat penting dalam segala hal aktivitas manusia. Semakin berkembang sarana transportasi semakin mudah terjalin hubungan antar manusia. Sejak zaman dahulu mobilitas masyarakat manusia telah terjadi. Mobilitas penduduk ini juga diikuti oleh mobilitas barang yang dibawa oleh mereka. Oleh karena itu sarana transportasi sejak masa lampau telah dibutuhkan oleh manusia. Pada masa sekarang dimana mobilitas manusia dan barang sangat tinggi, dan terjadi bukan hanya di dalam satu wilayah tetapi juga antar pulau dan bahkan antar negara, maka sarana transportasi sangat memegang peranan yang penting (Rafika & Nila, 2021).

Perkembangan jasa yang signifikan ini ditunjang oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Perkembangan TIK terus terjadi setiap saat memberikan dampak yang baik bagi perusahaan-perusahaan saat ini dan memberikan

kemudahan memperkenalkan dan memasarkan produk atau jasa mereka. Cara ini digunakan dengan tujuan agar perusahaan dapat memasarkan produk atau jasa mereka tanpa mengeluarkan biaya yang mahal serta tidak terbatas ruang dan waktu. Pemanfaatan teknologi informasi komunikasi dalam dunia bisnis, sudah merambah ke jasa transportasi (Hezron et al., 2021).

Jasa transportasi di masa sekarang ini merupakan sarana yang penting di dalam kehidupan masyarakat guna mempermudah segala aktifitas yang dilakukan sehari-hari. Transportasi diciptakan dengan tujuan mempermudah seseorang yang akan bepergian. Saat ini muncul transportasi yang bisa diakses menggunakan aplikasi pada *smartphone*, yang biasa disebut transportasi *online* (Onsardi & Deky, 2022). Dengan adanya transportasi *online* seseorang dimudahkan untuk memesan sarana transportasi menggunakan aplikasi. Jenis transportasi *online* salah satunya ojek *online*, Selain kemudahan dengan transportasi *online* menjawab kekhawatiran masyarakat tentang jaminan keamanan transportasi umum (Asri, 2018).

Transportasi berbasis aplikasi atau transportasi *online* adalah pelayanan jasa transportasi yang berbasis internet dalam setiap kegiatan transaksinya, mulai dari pemesanan, pemantauan jalur, pembayaran, dan penilaian terhadap pelayanan jasa itu sendiri menurut (Pratama et al., 2016) dalam (Herlambang et al., 2019). Ojek *online* menjawab kekhawatiran masyarakat dengan aplikasi berbasis data dimana masyarakat mengetahui supirnya, dengan kelebihan ini masyarakat bisa mengetahui siapa yang akan menjadi *driver* ojek pesanannya, lengkap dengan data diri *driver* yang bersangkutan. Dengan aplikasinya, ojek *online* ini sangat mengedepankan faktor keamanan si pengguna. Biasanya di dalam aplikasi sudah tersedia informasi lengkap tentang pengemudi seperti nama, kontak, dan foto pengemudi (Wiratri et al., 2016).

Pada zaman digital seperti saat ini, selalu mengandalkan teknologi untuk memenuhi segala kebutuhan termasuk memenuhi mobilitasnya dari satu tempat ke tempat lain. Bentuk

atau hasil dari perkembangan teknologi salah satunya adalah kepraktisan dan kemudahan penggunaan. Hadirnya transportasi *online* merupakan kolaboratif dari kebutuhan mobilitas dengan perkembangan teknologi. Hadirnya transportasi online dapat memberikan kemudahan dan kepraktisan bermobilitas. Di Pekalongan perkembangan transportasi online ada sejak pertengahan tahun 2017 dan masih eksis hingga saat ini. Beberapa aplikasi ojek online yang bisa digunakan di Pekalongan diantaranya Gojek, Grab, dan Maxim (Herlambang et al., 2019).

Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan adalah satu-satunya Perguruan Tinggi Islam Negeri di wilayah eks-Karisidenan Pekalongan, yang meliputi Kota Pekalongan, Kabupaten Pekalongan, Kabupaten Batang, Kabupaten Pemalang, Kota Tegal, Kabupaten Brebes dan Kota Brebes. Terdapat berbagai fakultas di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yaitu Fakultas Syariah, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah, Fakultas, serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Hidup dan Biaya Pendidikan Terjangkau oleh kemampuan masyarakat, namun tetap mengutamakan kualitas. Selain mengutamakan kualitas Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan juga mengutamakan sarana dan prasarana yang lengkap, dimana sarana dan prasarana di desain dengan jangka menengah dan jangka panjang untuk memberikan kenyamanan studi bagi mahasiswa, dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti perpustakaan, ruang kelas yang representatif dan berbasis IT, Laboratorium serta sarana-sarana pendukung olahraga dan seni bagi mahasiswa (uingusdur.ac.id, 2025).

Aktivitas mahasiswa pada umumnya juga tidak terlepas dengan kepentingan pendukung lain seperti penyiapan pangan, mengurus pakaian, kesehatan dan lain-lain seperti kegiatan sosial budaya (ke masjid, berorganisasi, seni, dan olahraga, dan lain-lain). Demikian juga kegiatan perkuliahan yang serba disiplin menuntut mahasiswa hadir tepat waktu, akan secara langsung terkait dengan pemanfaatan alat transportasi khususnya ojek

online. Meskipun pada ojek *online* pengguna tidak bisa memilih driver sesuai keinginan, misalnya mahasiswi menginginkan *driver* ojek *online* yang juga perempuan maupun yang laki-laki dengan laki-laki sulit terpenuhi, namun angkutan jenis roda dua ini tetap diminati mahasiswa (laki-laki maupun perempuan) dan masyarakat pada umumnya (Riswanto et al., 2018).

Gojek merupakan perusahaan yang didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 di Jakarta. Gojek menjadi peringkat pertama transportasi online yang banyak digunakan pada tahun 2022. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh dataindonesia.id menunjukkan bahwa dari 2.304 pengguna ojek *online*. Gojek mendapatkan persentase terbesar pengguna meskipun pelanggan mempunyai aplikasi yang lain. Namun Gojek masih menjadi minat terbanyak pelanggan yakni sebesar 82,6%. Selanjutnya, pengguna Grab sebesar 57,3% disusul dengan pengguna Maxim sebesar 19,26% dan yang terakhir pengguna inDriver sebesar 4,9%. Semakin ketatnya dunia persaingan tentunya perlu dilakukan inovasi perusahaan agar pelanggan tidak mudah berpindah pada yang lain. Dengan menjadi alat transportasi *online* yang banyak digunakan tentunya terdapat banyak faktor- faktor yang mempengaruhi pelanggan menjadi loyal dan puas (Annisa et al., 2023).

Gojek memiliki keunggulan untuk mempertemukan sopir (*driver*) dengan konsumen dengan cepat dan sesuai dengan wilayah sehingga konsumen dapat dengan cepat mendapatkan ojek. Sementara dari sisi pengguna ojek, keamanan dan kenyamanan ojek lebih unggul dibandingkan alat transportasi umum lainnya.

Customer Satisfaction (Kepuasan konsumen) merupakan suatu penilaian pelanggan terhadap pengalaman mereka berinteraksi dengan penyedia produk atau jasa sampai saat ini, yang menjadi dasar sebagai pelanggan untuk memprediksi pengalaman yang akan mereka dapatkan di masa yang akan datang ketika menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh provider yang sama (Crosby et al., 1990) dalam (Innocentius

& Patricia, 2017). Ada beberapa faktor yang menjadikan pelanggan mendapatkan kepuasan dari jasa yang ditawarkan transportasi *online* seperti kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan pelanggan.

E-service quality (Kualitas Pelayanan Elektronik) merupakan layanan berbasis elektronik yang digunakan untuk memudahkan dalam berbelanja, membeli, dan mengirimkan barang, produk dan jasa secara efektif dan efisien (Zeithaml et al., 2002) dalam (Alkhatras, 2024). *E-service quality* juga menjadi sebuah sistem yang berbeda dengan sistem kualitas layanan tradisional, dimana *e-service quality* lebih menekankan kemudahan dalam mendapatkan informasi dari penyedia layanan yang berbasis elektronik, serta konsumen juga memiliki kontribusi dalam tanggung jawab pemberian layanan Bressolles et al., (2014) dalam Jose & Teguh (2022). Menurut Zeithaml et al., (2018) dalam Dinda & Annastya (2022) kualitas layanan elektronik adalah evaluasi konsumen dalam mengenali sejauh mana kualitas layanan elektronik memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan layanan elektronik yang dirasakan pelanggan akan menjadi evaluasi terhadap layanan yang digunakan.

Selain kualitas pelayanan elektronik (*e-service quality*) perusahaan penyedia jasa transportasi *online* juga harus memperhatikan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Menurut Mowen dan Minor (2012) dalam Lutfi et al., (2023) kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan, dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Konsep *trust* atau kepercayaan adalah salah satu elemen terpenting yang mengarah pada terciptanya hubungan jangka panjang dengan pelanggan, terutama dalam menjaga kerahasiaan informasi yang berkaitan dengan klien, dan komitmen untuk memberikan layanan atau produk terbaik dari waktu ke waktu Al-dweeri et al., (2019) dalam Lutfi et al., (2023).

Penilaian pelanggan terhadap suatu barang atau jasa menjadi salah satu hal penting dalam terbentuknya kepuasan konsumen. Menurut Zeithaml (1988:24) dalam Nadila dan Willy (2024) *customer perceived value* adalah “*Perceived value is the customer’s overall assessment of the utility of a product based on perception of what is received and what is given*”. Nilai yang dirasakan pelanggan adalah keseluruhan penilaian pelanggan terhadap kegunaan suatu produk atas apa yang diterima dan yang diberikan oleh produk itu. Nilai yang dirasakan pelanggan merupakan penilaian yang dilakukan dengan cara membandingkan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh produk atau jasa. *Customer perceived value* merupakan usaha pelanggan membandingkan produk atau jasa dari perusahaan tertentu dengan perusahaan pesaing di tinjau dari manfaat, kualitas, harga dalam Nadila & Willy (2024).

Penelitian yang dilakukan oleh William dan Wibawa (2020) menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan elektronik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Faruk dan Rinaldi (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Thalia et al., (2018) hasilnya menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank SulutGo. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Paskah et al., (2020) menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Stella et al., (2018) hasil penelitian menyatakan nilai yang dirasakan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yunita (2016) nilai yang dirasakan pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dari uraian masalah diatas ditemukan *Risearch Gap*

antara hasil penelitian terdahulu mengenai kepuasan pelanggan terhadap layanan transportasi *online*. Oleh karena itu penulis tertarik mengkaji ulang seberapa berpengaruh kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna transportasi *online* dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Kepercayaan, dan Nilai Yang Dirasakan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Moda Transportasi Gojek Di Pekalongan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan elektronik berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada moda transportasi Gojek di Pekalongan?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada moda transportasi Gojek di Pekalongan?
3. Apakah nilai yang dirasakan pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada moda transportasi Gojek di Pekalongan?
4. Apakah kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan pelanggan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada moda transportasi Gojek di Pekalongan?

C. Pembatasan Masalah

Penelitian memberikan batasan agar permasalahan dalam penelitian ini tidak meluas, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada moda transportasi di Pekalongan. Adapun variabel yang menjadi objek dalam penelitian dibatasi pada:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di pekalongan yaitu pada

mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan.

2. Variabel yang digunakan meliputi variabel independen (X_1) yaitu kualitas pelayanan elektronik, (X_2) kepercayaan, (X_3) yaitu nilai yang dirasakan pelanggan, serta variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan pada moda transportasi Gojek di Pekalongan.
2. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada moda transportasi Gojek di Pekalongan.
3. Menganalisis pengaruh nilai yang dirasakan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada moda transportasi Gojek di Pekalongan.
4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada moda transportasi Gojek di Pekalongan.

E. Manfaat penelitian

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini, sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Dapat digunakan sebagai bahan penelitian dengan teori kualitas pelayanan, kepercayaan serta persepsi nilai dari pelanggan terhadap kepuasan pelanggan terkait dengan masalah peneliti.
 - b. Diharapkan hasil observasi ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur dan observasi di bidang jasa moda transportasi.
 - c. Hasil dari observasi ini diharapkan dapat dapat menjadi referensi dan memberikan kontribusi bagi penelitian sejenis dan akademik lainnya.
2. Manfaat praktis

- a. Bagi penulis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan baru kepada pembaca yang berkaitan dengan jasa moda transportasi.
- b. Bagi pembaca
Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para pembaca dan menjadi bahan pembelajaran.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk menghasilkan suatu pembahasan yang menyeluruh maka, diperlukan sistematika penulisan untuk menggambarkan susunan skripsi yang baik dan mudah dipahami. Dalam sistematika penulisan yang disusun memiliki beberapa bab yang akan dipaparkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup uraian secara umum yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini mencakup uraian terdiri dari deskripsi teori untuk menjelaskan *theory of planned behavior*, kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan pelanggan, dan kepuasan pelanggan pada moda transportasi, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian untuk memberikan jawaban sementara pada penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri gambaran umum objek penelitian, penyajian data berupa deskripsi data, karakteristik responden,

deskripsi variabel, dan analisis data berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan pembahasan hasil analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran yang berkaitan dengan pemecahan permasalahan dalam penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel kualitas pelayanan elektronik tidak memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.
2. Secara parsial variabel kepercayaan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.
3. Secara parsial variabel nilai yang dirasakan pelanggan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.
4. Secara simultan variabel kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan pelanggan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang terhadap variabel kepuasan pelanggan.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini ditempuh dan disusun sebaik mungkin, namun walaupun demikian masih terdapat beberapa keterbatasan seperti:

1. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesipner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan, dan pemahaman yang berbeda tiap responden.
2. Dalam melaksanakan penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan hanyalah tiga variabel yakni kualitas pelayanan elektronik, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan pelanggan. Disamping itu, masih terdapat faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari konsumen mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang menggunakan jasa moda transportasi Gojek.

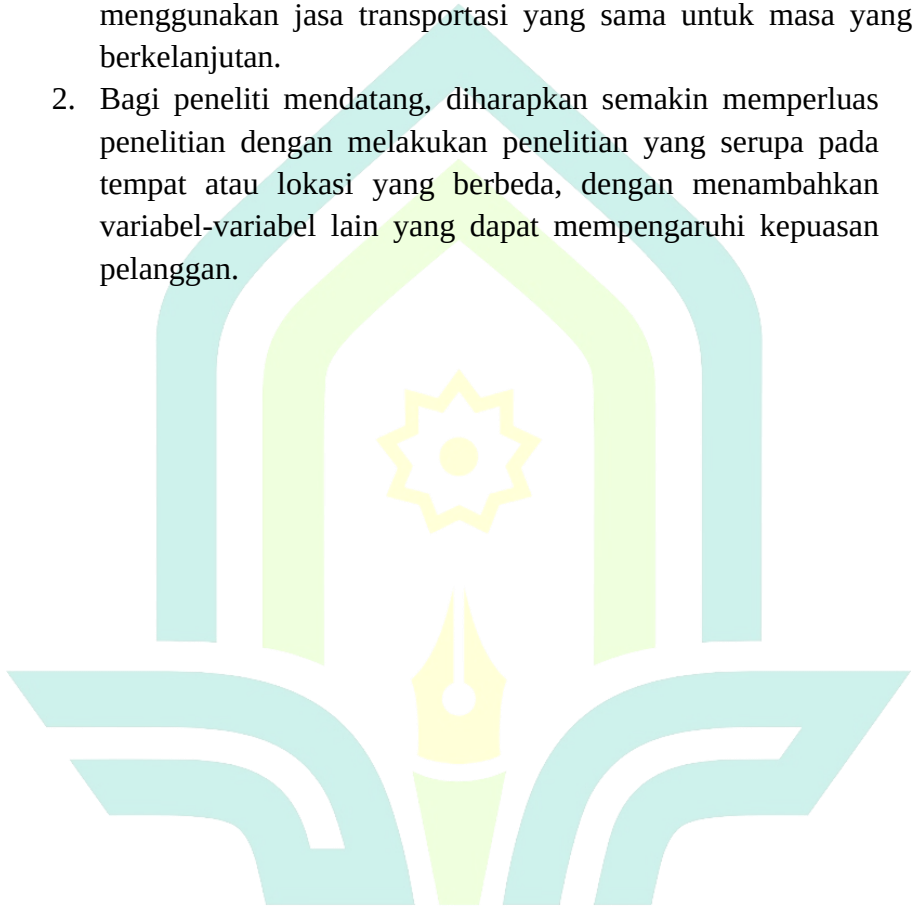
C. Saran

Dari penelitian yang sudah dilaksanakan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, diharapkan agar dapat meningkatkan kualitas

pelayanan elektronik yang yang diberikan kepada konsumen, serta dapat meningkatkan rasa kepercayaan konsumen terhadap jasa moda transportasi Gojek, serta dapat memberikan kesan nilai yang baik terhadap pelanggan agar tentunya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Karena semakin baik kualitas pelayanan elektronik yang diberikan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan untuk terus menggunakan jasa transportasi yang sama untuk masa yang berkelanjutan.

2. Bagi peneliti mendatang, diharapkan semakin memperluas penelitian dengan melakukan penelitian yang serupa pada tempat atau lokasi yang berbeda, dengan menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Putra. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Traveloka. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Agnesia, M., & Fery, J. (2018). Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, E-Loyalty, Dalam Konteks E-Commerce Bibli. *Jurnal Strategi Pemasaran* 5 (2).
- Ahmad, S. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam. *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam* 5 (1), 96-113.
- Alex, M. (2017). Teori Yang Biasa Digunakan Untuk Mengukur Perilaku Konsumen – Theory Of Reasoned Action. *Binus University Article*.
- Alkatras, B. (2024). Pengaruh E- Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi PLN Mobile Pelanggan PT PLN (Persero) ULP Perbaungan. *Skripsi*. Universitas Islam Sumatra Utara.
- Annisa, N., Soepartini, & Edy, P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Customer Perceived Value Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arif, A. (2019). Hubungan Antara Interpersonal Trust Terhadap Supervisor Dengan Kepuasan Kerja Pada Karyawan PT. NPN Surabaya. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Asri, M. (2018). Analisa Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Aplikasi Ojek Online Menggunakan *Unified Theory of Acceptance And Use Technology*. *Jurnal Algoritma* 15 (2), 61-66.
- Bayu, S., & Andi, M. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan

Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kek Pisang Di Outlet Botania Kota Batam. *Zona Manajerial: Program Studi Manajemen (S1) Universitas Batam* 11 (3), 290-296

- Bessie, J., & Hezron, B. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grabbike (Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi Online Grabbike Kota Kupang). *Jurnal Manajemen (UKM)* Vol. 14, No.2, 169-187.
- Carmelia, C., Fadlan, J., & Rohani, F. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3 (1), 211-224.
- Dian, S. (2019). Analisis Product Quality And Service Quality Terhadap Customer Satisfaction (Study Empiris Rumah Makan Di Kota Medan). *JUMANT* 11 (1), 45-56.
- Dinda, A., & Annastya, N. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E- Customer Satisfaction Dan Dampaknya Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Aplikasi BCA Mobile. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 6 (2), 934-953.
- Dino., & Suryadi. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Trust, Dan Customer Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Pada Transportasi Online Grab Di Kota Metro. *Jurnal Manajemen DIVERIFIKASI* 1 (2), 300-318.
- Edi, K., Zulkarnain., & Alfi, P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik (E-Servqual) terhadap kepercayaan dan kepuasan masyarakat pada media informasi publik (E-PPID) Badan Pemeriksaan Keuangan Perwakilan Riau. *Jurnal Daya Saing* 8 (3), 350-368.
- Fadhilah, Ird., & Wiry. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Harga, Dan Persepsi Manfaat Fitur Go-Pay Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Kota Padang. *Jurnal Managemen Universitas Bung Hatta* 16 (1), 48-56, 2021.

- Faruk, U., & Rinaldi, M. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E- Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tecno Kompak* 12 (2), 68-72.
- Fatimah, Anisa ., & Dewy. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Pada Transportasi Online Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6 (2),2491-2507, 2024.
- Faustyna., & Juman. (2015). Pengaruh Pengembangan Karir Dan Disiplin Kerja Karyawan Pada PT Pelabuhan Indonesia 1 (Persero) Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 15 (1).
- Fitri, Yulia (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek di Kota Batam. *Skripsi*. Universitas Putera Batam.
- Fitria, S. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Prespektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya. *Skripsi*. Universitas Airlangga.
- Glory. K., & Kristina, S. (2024). Pengaruh Customer Expectations Dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Pada User Aplikasi Dinotis. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Inovasi Universitas Sam Ratulangi*. 11 (1), 853-870.
- Hatane, S., & Julian, W. (2019). Brand Image, Customer Satisfaction, Dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13 (1), 27-34.
- Imron. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal On Software Engineering (IJSE)* 5 (1), 19-28.
- Innocentius, B., & Patricia. (2017). Pengaruh Perceived Value, Customer Satisfaction dan Trust Terhadap Customer Loyalty Restoran XYZ Di Tangerang. *Journal for Business and Entrepreneurship* 1 (1).

- Irfansyah, M. (2019). Gojek dan Masyarakat Beresiko (Studi pada Pengemudi dan Pengguna Aplikasi Gojek di Jakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ismaila, T. (2022). Digital Marketing Dan Customer Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Mirai Management* 7(3), 669-692.
- Izrotul, A. Hidayah, N., & Eris D. (2024). Pengaruh E-Service Quality, Perceived Usefulness Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Transportasi Gojek Di Kota Malang. *Jurnal E-JRM: Elektronik jurnal Riset Manajemen* 13 (01), 1014-1416, 2024.
- Jose, J., & Teguh, W. (2022). Pengaruh E- Service Quality Terhadap E-Customer Loyalty Melalui E- Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tiket.com. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)* 13 (1), 133-149.
- Junai, A., & Tri, Y. (2016). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 5 (6).
- Khoirun, Azizah. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KC Tanjungkarang). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Listiaroh. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Dan Minat Mahasiswa Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (Study Kasus Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Margaretha, A. (2012). Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference Dan Repurchase Intention Private Brand. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* 8 (2), 58-69.
- Martinus, W., & Sugianto, S. (2017). Pengaruh Customer Perceived

Value Terhadap Customer Satisfaction PT XYZ. *Jurnal Strategi Pemasaran* 4 (1), 5.

- Merlyantika, Yuria. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Makanan, Dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Gofood Di Aplikasi Gojek Dalam Perspektif Bisnis Islam Studi Kasus Pada Mahasiswa Perantau Uin Raden Intan Lampung Tahun 2024. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Mery, O., & Hendri, S. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Brand Image, Keputusan Pembelian Aqua. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 5 (5).
- Miranda, B., & Dinda, A. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Loyalty Pada Pengguna Gopay Di Indonesia. *REMIX: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer* 4 (2), 223-229.
- Mohammad, I., & Ade, P. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online Go-Ride Dalam Aplikasi Gojek Melalui Kepercayaan Konsumen Di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* 4 (1), 175-179.
- Muhammad, L., Agung, K., & Rahmi. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Trust Terhadap Customer Loyalty Yang Di Mediasi Oleh Customer Satisfaction Study Kasus Pada Pengguna Aplikasi Kesehatan. *Indonesian Jurnal Of Economy Business Entrepreneurship And Finance* 3 (1), 88-108.
- Nadila, I., & Willy, A. (2024). Pengaruh E-Trust, E- Service Quality, Dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Pada Konsumen E- Commerce B2C Coffe Shop. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis* 4 (3), 935-949.
- Nafis, N., Gunawan., & Ugik, R. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kopi Taji Lereng Bromo. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat* 6 (1), 145-156.

- Natasya, Nurul. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride Di Gojek Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dien. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2 (1), 128-145.
- Ni Wayan, A., & Rosvita, F. (2017). Pengaruh Service Performance Terhadap Nilai Sekolah, Kepuasan, Dan Loyalitas Pelajar Pada SMK Pariwisata Triatma Jaya Tabanan. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel* 1 (1), 28-35.
- Nidia, S., Risnita., & Syahran, J. (2023). Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1 (2), 24-36.
- Nilda, M., & Herianto. (2021). Konsep Validasi Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. *OSF Preprints*.
- Novita, Anjelita. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Daya Saing, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek Di Batam. *Skripsi*. Universitas Putera Batam.
- Nyayu, A., Luis, M., & Roswaty. (2022). Pengaruh Stres Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV Arwana Mas Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 3 (1), 6-12.
- Onsardi & Deky, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mitra Grab Cabang Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur dan Management Sains (JEMS)* 3 (2) 272-279.
- Paskah, A., Bonifasius, M.N., & Agus, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Sushimas. *Jurnal EDUTURISMA* 5 (1).
- Purnomo, E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Best Autowork. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1 (6), 755-764.

- Putri, Hermaliya (2023). Pengaruh Kualitas pelayanan elektronik dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan e-commerce lazada pada mahasiswa STIE Sampit. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sampit.
- Putu, Ayu., I Made. W., I Gusti, A., & Ni Wayan, E. (2023). *Niat Konsumen Membeli Kembali Berdasarkan Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, Elektronik, Serta Hubungan Timbal Balik*. Penerbit CV Intelektual Manifes Media.
- Rafika, S., & Nila, S. (2021). Sistem Kemitraan Perusahaan Transportasi Online Grab Dalam Prespektif Hukum Islam. 2021. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah* 1 (1), 81-95.
- Rahma, Ika Hidayati. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Elektronik, Dan Promosi Pada Aplikasi PLN Mobile terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN Distribusi Jawa Timur di Surabaya. *Skripsi*. Universitas 17 Agustus 1945.
- Reffi, O., & Jhon, F. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Padang. *Jurnal Economina* 2 (4), 993-1005.
- Ridho, A., & Wasis, G. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Moda Transportasi Gojek/ Go-Ride Di Kelurahan Halim Perdanakusuma Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah M-Progress* 11 (2), 2021.
- Rizqiani, Khasnah. (2024). Pengaruh Experiental Marketing, Cafe Atmosphere, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Konsumen Geisha Wonopringgo). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Riswanto, T., Mahyudin D., & Titiek, M. (2018). Pengguna Ojek Online Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado. *HOLISTIK, Journal Of Social and Culture*.

- Rosita, Putri. (2022). Pengaruh Citra, Keunggulan Produk, Kepuasan Konsumen, Dan Preferensi Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Bedda' Lotong (Studi Kasus Pada Konsumen Lulur Bedda Lotong Chasbeauty Pekalongan). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Salsabilla, L. (2023). Peranan Manajemen Pemasaran Dalam PT. GOJEK. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Sam'ani, I., Aditya, W., Maryatin., & Jati, P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Waktu Tunggu Terhadap Kepuasan Nasabah Elektronik Pada Penggunaan Fitur BCA M- Banking. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri* 4 (1), 16-21.
- Stella, L. I., Christina, E., & Maria, M. (2018). Pengaruh Perceived Value, Dan E-Service Quality Terhadap Customer Behavioral Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Pengguna Gojek Di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen* 6 (2) 131-147.
- Studi di UIN Gusdur (diakses pada bulan Mei 2025). <https://www.uingusdur.ac.id/penerimaan/sekilas/studi-di-uin-gusdur>
- Suharsimi. (1998). *Pendekatan penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Susan, H., & Rachmad, M. (2021). Pengaruh E-Service Quality terhadap E- Satisfaction pada pengguna aplikasi. *Jurnal Sosial & Sains* 1 (6), 477-481.
- Susi, H., & Fitri, H. (2014). Pengaruh Motivasi Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Lingkungan Sekretariat Daerah Provinsi Riau. *Jurnal Aplikasi Bisnis* 4 (2), 124-156.
- Syafira, N., Berlinton, P., & Emi, S. (2022). Pengaruh Penerapan Absensi Fingerprint Terhadap Disiplin Kerja Aparatur Sipil Negara Pada Bagian Pengadaan Barang Dan Jasa Sekretariat Kota Bandar Lampung. *Journal Strategy Of Management And Accounting Through Research And Technology (SMART)* 1 (2), 67-77.

- Thalia, C. M., Altji, T., & Imelda, W. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Management Bisnis, Dan Akuntansi* 6 (3).
- Vina, A. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Joglo Semar Bus (Study Kasus Wilayah Semarang Town Office). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- William, C., & Wibawa, P. (2022). Analisis Pengaruh E-Service Quality, Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction , Trust, Dan Customer Behavioral : Survei Pada Customer Toko Online www. Blibli.com. *Commentate: Journal Of Communication Management* 1 (2), 109-128.
- Wiratna Sujarweni, (2019). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupres.
- Wiratri, A., Melisa, A., & Devie, R. (2016). Analisa Penerimaan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online. *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC Universitas Bakrie* 2, 712-729.
- Yuanita, T. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Kasus Pengguna Gojek). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Yuni, C. (2017). Perceived Value Dan Perceived Quality Terhadap Behavioral Intention Wisatawan Di Taplau Padang. *UNES Journal Of Social And Economics Research* 2 (2), 143-149.
- Yulistia, D., Jilian., & Muhammad, R. (2025). Pengaruh E-Service Quality, Publisitas, dan Promosi terhadap loyalitas penggunaan layanan E-Commerce ditinjau dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Gen Z Pengguna Tokopedia). *Jurnal Inovasi Makro Ekonomi*. 7 (1)