

**PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN JASA TRANSPORTASI ONLINE DI YOGYAKARTA
(STUDI KOMPARATIF GOJEK DAN GRAB)**

Oleh:
Ricky Ardika
16051293

ABSTRAK

Persaingan dua perusahaan penyedia jasa layanan transportasi online, Gojek dan Grab, terlihat di Yogyakarta. Mitra dari kedua perusahaan tersebut mendominasi jalanan di Yogyakarta. Studi pendahuluan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan menjadi alasan utama konsumen memilih Gojek. Sedangkan tarif yang lebih murah dibandingkan penyedia jasa transportasi lainnya menjadi alasan utama konsumen memilih Grab.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membandingkan pengaruh *perceived service quality* dan *perceived value* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Gojek dan Grab. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis komparatif. Data diambil menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 100 pelanggan Gojek dan 100 pelanggan Grab di Yogyakarta. Data diolah menggunakan teknik statistik uji T dan uji F.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa baik pada Gojek maupun Grab variabel *perceived service quality* dan *perceived value* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Kepuasan pelanggan Grab lebih banyak dipengaruhi oleh *perceived value* yaitu sebesar 20,5%, berbanding terbalik dengan kepuasan pelanggan Gojek yang lebih banyak dipengaruhi oleh *perceived service quality* yaitu sebesar 22%. Sedangkan loyalitas pelanggan Grab dan Gojek sama-sama lebih banyak dipengaruhi oleh *perceived service quality* yaitu sebesar 12% dan 9,7%. Hasil tersebut mengkonfirmasi hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan sebelumnya.

Kata Kunci: transportasi *online*, kepuasan, loyalitas, pelayanan, nilai

**THE EFFECT OF PERCEIVED SERVICE QUALITY AND
PERCEIVED VALUE TOWARDS ONLINE TRANSPORTATION
CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY
IN YOGYAKARTA
(Comparative Study of GOJEK and GRAB)**

By

Ricky Ardika
16051293

ABSTRACT

Competition between two online transportation service providers, Gojek and Grab, is seen in Yogyakarta. The partners of the two companies dominate the streets of Yogyakarta. The results of preliminary studies show that customer satisfaction is the main reason

consumers choose Gojek. Meanwhile, cheaper rates compared to other transportation service providers are the main reason consumers choose Grab.

This study aims to determine and compare the effect of perceived service quality and perceived value on customer satisfaction and loyalty of Gojek and Grab. The type of the research is quantitative with comparative analysis. Data was collected using a questionnaire given to 100 Gojek customers and 100 Grab customers in Yogyakarta. The data were processed using statistical techniques T-test and F-test.

The results of this study indicate that, both Gojek and Grab, perceived service quality and perceived value have a significant positive effect on customersatisfaction and loyalty, both partially and simultaneously. Grab customer satisfaction is more influenced by perceived value by 20.5%, opposite to Gojek customer satisfaction which is more influenced by perceived service quality by 22%. Meanwhile, Grab and Gojek customer loyalty are both influenced more by perceived service quality, by 12% and 9.7%. These results confirm the results of the preliminary studies.

Keywords: *online transportation, satisfaction, loyalty, service quality, value*