

Pengaruh Harga Pelayanan Dan Keselamatan Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Ojek Online

The Effect Of Price Service And Safety On The Level Of Satisfaction Of Students In Using Online Motorcycle Taxis (GOJEK)

Nabila Aulia¹, Mochamad Afif Nurdiansyah², Shalihatunnisa³, Diego Christian⁴, Indra Angeline Seru⁵, Sifriyani⁶, Nariza Wanti Wulan Sari⁷, Desi Yuniarti⁸, Thesya Atarezcha Pangruruk⁹, Erlyne Nadhilah Widyaningrum¹⁰

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}Jurusan Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam,
Universitas Mulawarman, Indonesia

^{a)} Corresponding author: sifriyani@fmipa.unmul.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price, service, and safety on the level of satisfaction of FMIPA students at Mulawarman University in using online motorcycle taxi services (Gojek). This study uses a quantitative approach with the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Square (PLS). A sample of 100 students was obtained through accidental sampling. The variables studied include price, service, safety, and customer satisfaction, each measured by several indicators. The analysis results indicate that the three independent variables (price, service, and safety) have a positive and significant effect on student satisfaction, with safety being the most dominant factor. The R-square value of 0.669 indicates that the model explains 66.9% of the variability in student satisfaction. Validity and reliability tests show that all constructs meet the model's validity criteria. This study suggests that online ride-hailing service providers should prioritize safety aspects, accompanied by improvements in service quality and reasonable price adjustments to enhance user satisfaction.

Keywords: price, safety, customer satisfaction, online motorcycle taxi, service, SEM-PLS

1. Pendahuluan

Layanan transportasi berbasis aplikasi atau ojek *online* kini telah menjadi bagian penting dalam sistem mobilitas masyarakat perkotaan, termasuk di kalangan mahasiswa. Mahasiswa FMIPA Universitas Mulawarman merupakan salah satu kelompok pengguna aktif layanan tersebut karena keunggulan dalam hal fleksibilitas dan efisiensi biaya yang ditawarkan. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul pertanyaan mendasar mengenai faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan ojek online.

Konsep kepuasan pelanggan memegang peran sentral di bidang pemasaran serta pengelolaan layanan. Kotler dan Keller (2016) menggambarkannya sebagai reaksi emosional berupa perasaan senang atau kecewa yang muncul saat pelanggan menimbang performa suatu produk atau layanan terhadap ekspektasi mereka. Tingkat kepuasan ini tidak hanya memengaruhi loyalitas pelanggan, tetapi juga berperan sebagai indikator utama dalam menilai kualitas suatu layanan secara keseluruhan.

Salah satu teori yang relevan dalam memahami kepuasan pelanggan adalah *Consumer Value Theory* yang dikemukakan oleh Zeithaml (dalam Lupiyoadi, 2013). Teori tersebut menjelaskan bahwa pelanggan menilai suatu layanan berdasarkan persepsi terhadap keuntungan yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang harus ditanggung, seperti harga, kualitas, serta pengalaman penggunaan. Sejalan dengan pandangan ini, Tjiptono (2017) menegaskan bahwa harga menjadi komponen krusial di dalam bauran pemasaran yang secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian dan tingkat kepuasan pelanggan. Harga yang dianggap wajar dan sepadan dengan kualitas layanan dapat menimbulkan persepsi positif terhadap penyedia jasa.

Selain harga, kualitas pelayanan juga menjadi faktor krusial dalam menentukan kepuasan pelanggan. Lupiyoadi (2013) menjelaskan bahwa pelayanan mencakup aspek seperti kecepatan, keramahan, dan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepat. Pandangan ini sejalan dengan Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (dalam Gaspersz, 2013), yang menguraikan lima dimensi utama kualitas layanan, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Dalam konteks ojek *online*, faktor-faktor seperti ketepatan waktu kedatangan pengemudi, kesopanan dalam berkomunikasi, serta kemudahan interaksi menjadi indikator yang cukup krusial untuk menilai kualitas pelayanan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya keluhan pelanggan terhadap layanan ojek *online*, mulai dari ketidaksesuaian harga, sikap pengemudi yang kurang ramah, hingga isu keamanan dalam perjalanan. Secara akademik, fenomena tersebut dianalisis melalui metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS), yang mampu mengevaluasi hubungan laten antar variabel secara simultan (Ghozali, 2014).

2. Tinjauan Pustaka

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan suatu pendekatan atau teknik statistik multivariat yang digunakan untuk menganalisis dan menguji hubungan kausalitas antara variabel secara menyeluruh. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memodelkan serta menjelaskan hubungan antara variabel laten dengan variabel indikator yang mewakilinya. Dengan demikian, SEM berperan sebagai alat analisis yang mampu menggambarkan hubungan struktural antar konstruk dalam suatu sistem yang kompleks. Adapun beberapa istilah penting yang umum digunakan dalam konteks SEM antara lain:

1. Variabel laten adalah variabel yang tidak bisa diamati atau diukur secara langsung. Keberadaannya diperkirakan berdasarkan variabel indikator yang terkait. Dalam diagram SEM, variabel ini biasanya digambarkan dengan bentuk elips. Ada dua kategori variabel laten:
 - a. Variabel eksogen (variabel independen) yaitu variabel independen yang menjadi faktor penyebab dan tidak terpengaruh oleh variabel lain dalam model. Simbolnya adalah ξ (dibaca “ksi”),
 - b. Variabel endogen (variabel dependen) yaitu variabel dependen yang nilainya ditentukan oleh variabel lain dalam model. Simbolnya adalah η (dibaca “eta”).
2. Variabel Teramati (*Manifest Variable*) adalah variabel yang bisa diukur secara langsung melalui pengamatan atau data empiris. Variabel ini juga dikenal sebagai *observed variable*, *measured variable*, atau *indicator variable*.
3. Variabel *Intervening* adalah variabel yang berperan sebagai perantara yang menghubungkan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Keberadaannya memungkinkan suatu pengaruh terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung.
4. Variabel *Error* adalah variabel yang mewakili pengaruh dari faktor-faktor di luar model yang tidak diteliti, tetapi masih mungkin mempengaruhi variabel endogen.
5. Diagram Jalur adalah gambar yang menampilkan hubungan sebab-akibat antara variabel, terutama dari variabel eksogen ke endogen. Diagram ini memperlihatkan alur hubungan yang diajukan dalam model.
6. Koefisien Jalur adalah angka yang mengindikasikan seberapa besar pengaruh langsung dari variabel eksogen ke variabel endogen dalam diagram jalur.

Menurut Hair, et. al. terdapat dua kategori model dalam SEM, yaitu:

1. Model Pengukuran (*Outer Model*) adalah model yang dapat menjelaskan keterkaitan antara variabel laten dan variabel indikatornya. Terdapat dua bentuk model:
 - a. Model reflektif merupakan model yang setiap perubahan pada variabel laten tercermin pada semua indikatornya. Variabel laten dianggap memantulkan dirinya melalui indikator-indikator tersebut.
 - b. Model formatif yang menunjukkan bahwa variabel laten justru terbentuk oleh indikator-indikatornya. Artinya, perubahan pada indikatorlah yang memicu perubahan pada variabel laten.
2. Model Struktural (*Inner Model*) merupakan model yang mengilustrasikan hubungan timbal balik antar variabel laten, termasuk keterkaitan dari variabel independen eksternal ke variabel dependen internal, serta dari satu variabel dependen internal ke variabel dependen internal lainnya.

Terdapat cara untuk mengatasi keterbatasan asumsi yang terdapat dalam SEM konvensional, digunakan pendekatan alternatif yaitu *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS). Metode ini memiliki keunggulan karena tidak memerlukan banyak asumsi statistik dan dapat diterapkan pada ukuran sampel yang relatif kecil. Selain itu, metode SEM-PLS memiliki beberapa keunggulan, di antaranya kemampuannya untuk mengolah data yang tidak berdistribusi normal secara multivariat serta fleksibilitasnya dalam menggunakan indikator baik yang bersifat formatif maupun reflektif untuk mengukur variabel laten. Seperti yang diungkapkan oleh Ghozali dan Fuad, SEM-PLS dapat dimanfaatkan untuk dua tujuan utama: mengonfirmasi suatu teori dan menjelaskan hubungan kausal antar variabel dalam suatu model penelitian.

Proses estimasi parameter dalam SEM-PLS dilakukan melalui serangkaian prosedur yang melibatkan analisis regresi, baik sederhana maupun berganda, dengan menggunakan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Estimasi parameter tersebut mencakup tiga aspek penting, yaitu:

- a. Estimasi bobot (*weight estimate*), berfungsi dalam membentuk skor atau nilai dari variabel laten.
- b. Estimasi lintasan (*path estimate*), menggambarkan besaran hubungan antar variabel laten, sekaligus estimasi *loading* antara variabel laten dengan indikatornya.
- c. Rata-rata dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi), menunjukkan nilai rata-rata dan parameter lokasi (seperti *intercept* dalam regresi) untuk indikator dan variabel.

Menurut Ghazali dan Latan, evaluasi model dalam SEM-PLS umumnya dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)
 - a. Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)
 - b. Uji Average Variance Extracted (AVE)
 - c. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)
 - d. Uji Reliabilitas Komposit dan *Cronbach's Alpha*
2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)
 - a. Uji Koefisien Determinasi atau R Square (R^2)
 - b. Uji Predictive relevance (Q^2)
3. Pengujian Hipotesis dengan Uji t

Nilai tstatistik dan *p-value* digunakan untuk melihat pengaruh variabel. Variabel berpengaruh signifikan jika $t_{statistik} > t_{tabel}$ atau $p-value < 0,05$.

3. Metodologi

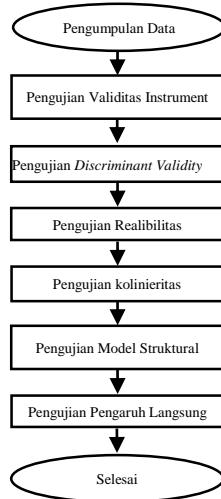
3.1 Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner sebagai instrumen untuk mengumpulkan data dari 100 responden mahasiswa Fakultas Matematika Universitas Mulawarman yang aktif terdaftar pada tahun 2022-2024 dan pernah menggunakan kendaraan online. Pemilihan sampel dilakukan melalui teknik *Accidental Sampling*, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan pertemuan kebetulan (GS, Istanti, & Kristiawati, 2022). Kuesioner berisi pertanyaan terkait harga, pelayanan, keselamatan, dan kepuasan mahasiswa dengan skala interval 1-4 untuk menilai tanggapan responden. Adapun variabel dengan masing-masing indikatornya disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Variabel dan Operasionalisasi Penelitian

Variabel Laten	Indikator
Harga (X1)	Jarak
	Promo
	Kesopanan
Pelayanan (X2)	Ketepatan waktu
	Kemudahan berkomunikasi
Keselamatan (X3)	Kepatuhan terhadap lalu lintas
	Kelengkapan alat keselamatan
Tingkat kepuasan mahasiswa (Y)	Kondisi kendaraan
	Kepuasan layanan
	Rekomendasi
	Buat menggunakan kembali
Kemudahan dalam akses layanan	

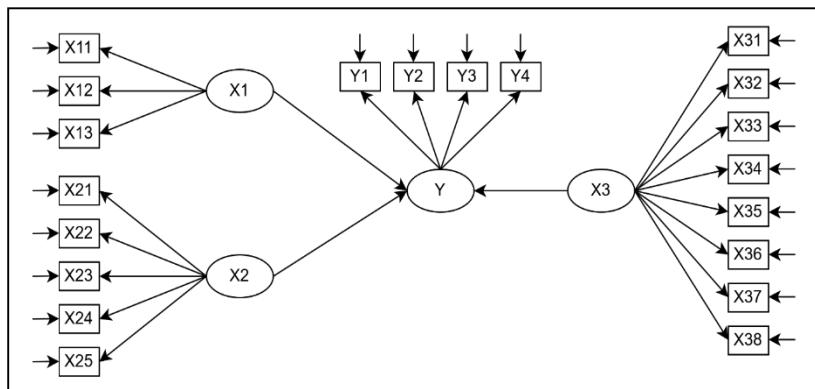
Teknik analisis data dengan metode PLS diterapkan dengan menggunakan *software* Smart PLS versi 4.0 dengan langkah analisis sebagai berikut.



Gambar 3.1 Diagram Alir

3.2 Kerangka Model Penelitian

Tahap ini melibatkan penyusunan suatu model yang memvisualisasikan keterkaitan antar variabel laten, serta keterkaitan antara variabel laten dengan indikator-indikator pengukurnya, dengan berpedoman pada landasan teori yang relevan.



Gambar 3.2 Path Diagram Hybrid Model

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- H_1 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan ojek online.
- H_2 : Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan ojek online.
- H_3 : Keselamatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan ojek online.

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan Gambar 3.2, evaluasi akan dilakukan terhadap model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*) yang melibatkan empat variabel. Tiga variabel bersifat eksogen, yaitu Harga (X1), Pelayanan (X2), dan Keselamatan (X3), serta satu variabel endogen, yaitu Tingkat Kepuasan Mahasiswa (Y).

4.1 Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran dengan indikator reflektif terdiri dari empat uji yaitu:

a. Uji Validitas Kovergen (*Discriminant Validity*)

Hasil perhitungan nilai *loading factor* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai *loading factor*

Indikator	Harga	Pelayanan	Keselamatan	Kepuasan Mahasiswa
X11	0,862			
X12	0,806			
X13	0,666			
X21		0,788		
X22		0,777		
X23	0,652			
X24		0,831		
X25		0,840		
X31			0,828	
X32			0,818	
X33			0,719	
:			:	
X38			0,746	
Y1				0,811
Y12				0,860
Y13				0,837
Y14				0,798

Berdasarkan hasil pada Tabel 2, teridentifikasi sejumlah indikator yang menunjukkan nilai *loading factor* kurang dari ambang batas 0.7. Oleh karena itu, indikator-indikator tersebut dikeluarkan dari model. Selanjutnya, dilakukan rekonstruksi terhadap model struktural yang hanya memuat indikator dengan *loading factor* lebih dari 0.7. Nilai *loading factor* yang tinggi ini mengonfirmasi bahwa setiap indikator memiliki hubungan atau berkorelasi kuat dengan variabel laten yang hendak diukur, yaitu variabel harga, pelayanan, keselamatan, dan kepuasan mahasiswa.

b. Uji Average Variance Extracted (AVE)

Hasil perhitungan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk seluruh variabel laten disajikan dalam Tabel 3 berikut.

Tabel 3. *Average Variance Extracted* (AVE)

Average Variance Extracted (AVE)	
Harga	0,898
Pelayanan	0,828
Keselamatan	0,785
Kepuasan mahasiswa	0,827

Berdasarkan Tabel 3, terlihat bahwa nilai akar AVE untuk masing-masing variabel laten melampaui nilai korelasi antar variabel-variabel tersebut. Sebagai contoh, variabel Harga (X1) menunjukkan akar AVE sebesar 0,898. Nilai ini melebihi koefisien korelasi dengan variabel Pelayanan (X2) sebesar 0,828 dan dengan variabel Keselamatan (X3) sebesar 0,785. Pola yang konsisten ini juga teramat pada variabel-variabel lainnya. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa persyaratan validitas diskriminan untuk seluruh variabel laten dalam model, yaitu X1, X2, X3, dan Y, telah terpenuhi.

c. Uji Validitas Diskriminan

Tabel 4. Nilai *Cross Loading*

Indikator	Harga	Pelayanan	Keselamatan	Kepuasan Mahasiswa
X11	0,922	0,281	0,408	0,492
X12	0,873	0,298	0,342	0,391
X21	0,328	0,823	0,361	0,559
X22	0,260	0,814	0,617	0,552
X24	0,207	0,827	0,582	0,579
X25	0,270	0,850	0,484	0,515
X31	0,174	0,566	0,827	0,575
X32	0,335	0,664	0,818	0,589
X33	0,300	0,443	0,719	0,513
X34	0,306	0,550	0,791	0,617
X35	0,359	0,506	0,746	0,575
X36	0,355	0,470	0,742	0,622
X37	0,311	0,585	0,789	0,635
X38	0,468	0,600	0,829	0,731
Y1	0,374	0,648	0,699	0,812
Y12	0,472	0,548	0,724	0,859
Y13	0,274	0,551	0,560	0,836
Y14	0,174	0,440	0,569	0,798

Berdasarkan Tabel 4, dapat diidentifikasi bahwa setiap indikator memiliki nilai *cross loading* tertinggi pada variabel laten yang menjadi konstruk utamanya, apabila dibandingkan dengan nilai *cross loading*-nya terhadap variabel laten lainnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun terdapat korelasi antar variabel laten dalam model, setiap blok indikator secara konsisten menunjukkan keterkaitan yang paling kuat dengan variabel yang seharusnya diukurnya. Hasil ini memperkuat bukti bahwa model pengukuran yang dibangun telah memenuhi syarat validitas diskriminan.

d. Uji Reliabilitas Komposit

Hasil perhitungan nilai realibilitas komposit dan *cronbach's alpha* dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Nilai Realibilitas Komposit dan *Cronbach's Alpha*

	Composite reability	Cronbach's Alpha
Harga	0,893	0,762
Pelayanan	0,897	0,848
Keselamatan	0,928	0,911
Kepuasan Mahasiswa	0,896	0,846

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh kesimpulan bahwa seluruh variabel penelitian yaitu harga, pelayanan, keselamatan, dan kepuasan mahasiswa sudah memenuhi standar reliabilitas. Hal ini terlihat dari nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* untuk masing-masing variabel yang telah memenuhi atau melampaui ambang batas 0,70. Oleh sebab itu, dapat dinyatakan bahwa semua indikator yang diterapkan telah konsisten dan akurat dalam menilai konstruk variabel yang dimaksudkan.

4.2 Evaluasi Model Struktural

Evaluasi terhadap model struktural pada indikator reflektif dalam penelitian ini dilakukan melalui menganalisis nilai *R-Square* (R^2). Hasil perhitungannya disajikan pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Nilai *R Square* (R^2)

	R Square
Kepuasan Mahasiswa	0,669

Berdasarkan Tabel 6, nilai R^2 pada variabel kepuasan mahasiswa adalah sebesar 0,669. Nilai ini menunjukkan bahwa 66,9% varians dari kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan oleh pengaruh bersama dari

variabel harga, pelayanan, dan keselamatan. Sementara itu, sisanya sebesar 33,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

4.3 Hasil Hipotesis dengan Uji t

Tabel 7. Estimasi Path Coefficient

	Koefisien	T Statistics	P-value	Keterangan
Harga Mahasiswa → Kepuasan Mahasiswa	0,198	2,668	0,008	Signifikan
Pelayanan Mahasiswa → Kepuasan Mahasiswa	0,226	2,352	0,019	Signifikan
Keselamatan Mahasiswa → Kepuasan Mahasiswa	0,538	5,079	0,000	Signifikan

Berdasarkan hasil analisis jalur, diketahui bahwa variabel harga, pelayanan, dan keselamatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini dapat dilihat pada nilai p-value yang diperoleh, yaitu sebesar 0,008 untuk harga, 0,019 untuk pelayanan, dan 0,000 untuk keselamatan, yang seluruhnya berada dibawah nilai signifikansi 0,05. Selain itu, ketiga variabel memiliki koefisien jalur yang positif (harga = 0,198; pelayanan = 0,226; keselamatan = 0,538), yang mengindikasikan bahwa peningkatan pada variabel-variabel tersebut akan diikuti oleh peningkatan kepuasan mahasiswa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, pelayanan, dan keselamatan memiliki pengaruh yang signifikan pada tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan layanan ojek online. Temuan ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Putlely et al. (2021), yang menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan pengguna transportasi umum di Kota Ambon pada periode pandemi Covid-19, dengan kontribusi pengaruh sebesar 78,1%. Konsistensi hasil penelitian ini semakin diperkuat oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 66,9%, yang menunjukkan bahwa 66,9% variasi tingkat kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Meskipun arah pengaruh antarvariabel menunjukkan kesamaan dengan penelitian terdahulu, konteks penelitian ini memiliki perbedaan yang cukup mendasar. Studi yang dilakukan oleh Putlely et al. (2021) berfokus pada transportasi umum konvensional di masa pandemi, sedangkan penelitian ini dilakukan pada periode pascapandemi dengan objek layanan ojek online berbasis aplikasi *digital*. Perbedaan konteks ini menegaskan bahwa dimensi harga, pelayanan, dan keselamatan tetap menjadi faktor determinan utama kepuasan pengguna, baik dalam sistem layanan transportasi tradisional maupun dalam ekosistem digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat hasil penelitian sebelumnya, tetapi juga memperluas pemahaman terhadap model kepuasan pelanggan, khususnya pada sektor layanan transportasi daring di kalangan mahasiswa.

5. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa harga, pelayanan, dan keselamatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa FMIPA UNMUL dalam menggunakan layanan ojek online. Semakin sesuai harga layanan dengan ekspektasi mahasiswa, maka tingkat kepuasan mereka cenderung meningkat. Pelayanan yang ramah, tepat waktu, serta komunikasi yang baik dari driver juga turut memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pengguna. Di antara ketiga variabel tersebut, keselamatan menjadi faktor yang paling dominan memengaruhi kepuasan mahasiswa. Aspek keselamatan seperti kepatuhan terhadap peraturan lalu lintas, kelengkapan alat keselamatan, serta kondisi kendaraan menjadi penentu utama kenyamanan dan rasa aman pengguna layanan.

Berdasarkan temuan ini, disarankan agar perusahaan penyedia ojek online lebih memprioritaskan peningkatan aspek keselamatan karena faktor ini memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan mahasiswa. Selain itu, aspek pelayanan juga perlu ditingkatkan, khususnya dari segi keramahan dan ketepatan waktu dalam penjemputan. Harga layanan sebaiknya tetap dijaga agar tetap terjangkau dan sebanding dengan kualitas yang diberikan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan melibatkan lebih banyak responden dari berbagai fakultas dan mempertimbangkan penambahan variabel lain agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan aplikatif.

7. Daftar Pustaka

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gaspersz, V. (2013). *Total Quality Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. (2005). (2014). *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. (Vol. 53). Jakarta: Erlangga.
- GS, A. D., Istianti, E., & Kristiawati, I. (2022). Peran Timelimes Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyalty PT.JNE. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 1–7.
- I. Ghozali, & H. Latan. (2015). *Partial Least Squares Konsep Metode dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Indrajit, R. E. (2016). *Manajemen keamanan Informasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi keperilakuan*. Andi.
- Jolliffe, I. T., Hair, J. F., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (1988). Multivariate Data Analysis with Readings. *Journal of the Royal Statistical Society. Series A (Statistics in Society)*, 151(3). <https://doi.org/10.2307/2983017>
- Kementrian Perhubungan RI. (2020). *Pedoman Keselamatan Berkendara pada Transportasi Online*. Jakarta: Dirjen Perhubungan Darat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock. (2004). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2013). *SERVQUAL Model*. Jakarta: Gramedia .
- Putlely, Z., Andry Lesnussa, Y., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (t.t.). Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 4(1), 1-13.
- Rangkuti, F. (2006). *Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum*. Jakarta: Gramedia.
- Swastha, B. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Vercellis, D. F. (1990). *Business Intelligence: Data Mining and Optimization for Decision Making*. Chichester: John Wiley and Sons Ltd.
- Yulianti, R. (2019). *Analisis Pemilihan Moda Transportasi Online oleh Mahasiswa*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.