
Analisis Perbandingan Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Gojek Dan Grab Di Denpasar Barat

Gita Afkarina Maulida¹, Feti Fatimah², Tatit Diansari R^{3*}

¹ Universitas Muhammadiyah Jember. 1; gitaafkarina@gmail.com

² Universitas Muhammadiyah Jember .2; fetifatimah@unmuhjember.ac.id

³ Universitas Muhammadiyah Jember .3; tatitdiansari@unmuhjember.ac.id

Abstrak: Teknologi dan informasi berkembang dengan sangat pesat. Akses informasi dan transmisinya dapat terjadi dalam hitungan detik. Hal ini dimungkinkan karena kecanggihan teknologi di era globalisasi saat ini. Salah satu aspek perkembangan teknologi internet adalah transportasi online. Gojek dan Grab adalah dua penyedia transportasi online dengan keunggulan berbeda dari segi biaya dan kualitas layanan. Penelitian dilakukan di Denpasar Barat karena jumlah pengemudi Gojek dan Grab meningkat drastis dalam lima tahun terakhir. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah terdapat perbedaan yang cukup besar pada harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan antara transportasi Gojek dan Grab di Denpasar Barat. Penelitian komparatif adalah jenis penelitian yang bersifat komparatif. Konsumen yang menggunakan jasa transportasi Gojek dan Grab di Denpasar Barat menjadi populasi penelitian. Purposive sampling adalah strategi pengumpulan data. Besar sampel untuk penelitian ini adalah 60 orang. Uji-t terpisah digunakan oleh alat analisis. Harga hasil pengujian menyatakan bahwa terdapat perbedaan yang cukup besar berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis. Ada perbedaan yang cukup besar dalam kualitas layanan, menurut hasil pengujian, dan ada perbedaan besar dalam kebahagiaan konsumen, menurut hasil pengujian.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

Abstrak: *Technology and information are developing very rapidly. Access to information and its transmission can occur in seconds. This is possible because of the sophistication of technology in the current era of globalization. One aspect of the development of internet technology is online transportation. Gojek and Grab are two online transportation providers with different advantages in terms of cost and quality of service. The study was conducted in West Denpasar because the number of Gojek and Grab drivers has increased dramatically in the last five years. The purpose of this study was to see if there were significant differences in price, service quality, and customer satisfaction between Gojek and Grab transportation in West Denpasar. Comparative research is a type of comparative research. Consumers who use Gojek and Grab transportation services in West Denpasar are the research population. Purposive sampling is a data collection strategy. The sample size for this study was 60 people. A separate t-test was used by the analyzer. The price of the test results states that there is a large enough difference based on the results of the calculation of the hypothesis test. There is a considerable difference in service quality, according to the test results, and there is a large difference in consumer happiness, according to the test results.*

Keywords: *Price, Quality of Service, Consumer Satisfaction.*

Pendahuluan

Di era sekarang ini, teknologi dan informasi berkembang sangat pesat. Akses informasi dan transfernya dapat dilakukan dalam hitungan detik. Hal ini dimungkinkan karena kompleksitas alat komunikasi di era globalisasi kontemporer. Perkembangan ini juga membuka banyak prospek bisnis yang menggiurkan. Banyak perusahaan yang berkembang karena kemajuan teknologi dan informasi saat ini dan sering disebut sebagai start-up. Sebagian besar perusahaan saat ini, terutama yang bergerak di industri jasa, menggunakan

kemajuan teknologi dan transfer informasi yang ada untuk meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan kepada pelanggan atau konsumennya. (Setyaji & Ngatno, 2016).

Denpasar Barat merupakan salah satu dari sekian banyak daerah di Indonesia yang berpotensi untuk menciptakan layanan transportasi online. Dimana Denpasar Barat merupakan salah satu pilihan daerah yang potensial di industri transportasi khususnya Gojek dan Grab. Salah satu alasannya adalah dekat dengan sejumlah sekolah serta berbagai kuliner di lingkungan sekitar. Di Indonesia, layanan transportasi online yang paling terkenal adalah Gojek dan Grab. Pada kategori aplikasi transportasi, hampir dua Gojek di lini ini menawarkan fungsionalitas layanan yang serupa dan biaya yang kompetitif. Transportasi adalah bisnis dengan banyak potensi untuk berkembang, terutama dengan kemajuan teknologi komunikasi, menjadikannya salah satu area perusahaan yang paling menguntungkan. Minat konsumen dan pelanggan terhadap jasa transportasi dapat dipengaruhi oleh teknologi. Kini, transportasi umum sedang dikembangkan melalui sebuah aplikasi yang disebut juga dengan transportasi online.

Teknologi memiliki kemampuan untuk mempengaruhi konsumen/pelanggan dan minat pelanggan terhadap jasa transportasi. Salah satu pertimbangan terpenting ketika memutuskan metode pengiriman pertama adalah penetapan harga; harga adalah salah satu variabel terpenting yang mencegah pelanggan beralih ke metode pengiriman lain. Faktor kedua adalah kualitas pelayanan, menurut (Tjiptono & Chandra, 2012) kemampuan suatu perusahaan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan/konsumen dan keinginan pelanggan/konsumen sesuai harapan pelanggan disebut dengan kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan merupakan aspek ketiga yang mendorong konsumen untuk menggunakan jasa transportasi online. Pengelolaan usaha harus dilakukan secara profesional, dan kegiatan usaha semesitinya dapat memuaskan pelanggan. Kualitas layanan, menurut (Kotler & Keller, 2012) adalah jumlah semua fitur barang ataupun jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memenuhi atau melengkapi kebutuhan pelanggan/konsumen yang nyata maupun yang tersembunyi.

Pada penelitian yang dilakukan (Isfahila et al., 2018) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, pada penelitian (Samsul, 2013) menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga dan kepuasan konsumen adanya perbedaan yang signifikan, Sedangkan pada penelitian (Resusun et al., 2019) menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dari kualitas layanan Grab dan Gojek. Pada penelitian (Onibala et al., 2020) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada Gojek dan Grab terdapat perbedaan yang signifikan namun pada kualitas layanan tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Penelitian (Azizah, 2010) mengemukakan bahwa terdapat perbedaan pada variabel produk yaitu pada kepuasan konsumen terhadap pembelian produk garmen di internet dengan di pusat perbelanjaan, (Arianty, 2013) menyatakan Ada perbedaan signifikan antara kualitas pelayanan/ kinerja pasar modern dan pasar tradisional dan pada penelitian (Soge et al., 2021) menyatakan terdapat perbedaan kualitas pelayanan dan harga yang signifikan antara Gojek dan Grab. Pada penelitian menyatakan terdapat perbedaan kepuasan konsumen yang berbelanja berbasis online menggunakan media sosial instagram dan berbelanja secara langsung (offline).

Perubahan sosial yang terjadi sebagai akibat dari perkembangan teknologi internet. Banyak bisnis yang mulai bermunculan akibat kemajuan teknologi informasi, dan banyak jasa transportasi seperti jasa transportasi online yang memanfaatkan kemajuan teknologi.

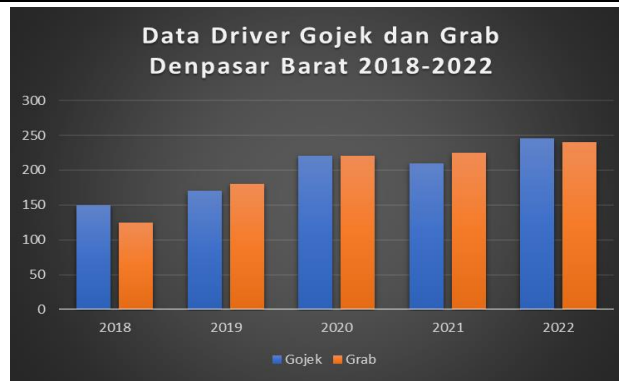
Layanan transportasi online seperti program Gojek dan Grab yang populer di Indonesia menjadi salah satu tren saat ini. Selain menyediakan layanan transportasi online, Gojek dan Grab sama-sama menawarkan beragam layanan online melalui aplikasi mereka. Dibandingkan dengan aplikasi Gojek dan Grab, semakin banyaknya peminat layanan transportasi online di Indonesia berdampak pada kualitas layanan dan kebahagiaan konsumen.

Tabel 1
Top Brand Jasa Transportasi Online 2021

No	Tahun	Jasa Transportasi	Presentase
1	2017	GoJek	80,8%
		Grab	14,7%
2	2018	GoJek	59,2%
		Grab	28,2%
3	2019	GoJek	44,9%
		Grab	48,0%
4	2020	GoJek	44,6%
		Grab	43,1%
5	2021	GoJek	47,3%
		Grab	43,5%

Sumber : topbrand-award.com

Pada tabel 1 dapat kita lihat bahwa pada ajang *Top Brand* jasa transportasi online masih dikuasai oleh dua *brand* yaitu Gojek dan Grab dengan presentase tertinggi di raih oleh Gojek dengan nilai 47,3% di tahun 2021 dan nilai 43,5% di raih oleh Grab. Pada tabel tersebut pula dapat kita lihat bahwa antara Gojek dan Grab saling bersaing di pasar dalam memberikan Jasa transportasi kepada customer. Banyak orang di Indonesia, khususnya di Denpasar Barat, lebih memilih transportasi online seperti program Gojek. Pengambilan paket, Go-Food, Go-Pay, Go-Car, dan layanan lainnya tersedia melalui Gojek dan Grab. Tujuan mereka adalah membuat perangkat lunak ini berguna untuk semua tindakan manusia yang terjadi setiap hari, namun Go-ride dan Grabbike adalah dua layanan yang sering digunakan dalam aplikasi ini. Peminat jasa transportasi online di Indonesia sangat banyak, dan Denpasar Barat memiliki peminat yang cukup banyak, baik dari kalangan pelajar maupun masyarakat umum. Wilayah Denpasar Barat dipilih sebagai lokasi penelitian karena jumlah pengemudi Gojek dan Grab meningkat drastis di wilayah tersebut selama lima tahun terakhir, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Data Jumlah Driver Gojek & Grab Denpasar Barat 2018-2022
Sumber : (Dinas Perhubungan Denpasar Bali).

Jika kita lihat pada Gambar 1, terlihat bahwa jumlah pengemudi Gojek dan Grab di Denpasar Barat meningkat 60,9 persen untuk Gojek dan 52 persen untuk Grab selama lima tahun terakhir. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai sebuah persepsi seseorang atau dalam artian pelanggan/konsumen setelah membandingkan kinerja atau hasil mereka dengan harapan, menurut (Kotler & Keller, 2007).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah terdapat perbedaan harga yang dramatis antara Gojek dan Grab di Kabupaten Denpasar Barat, apakah terdapat perbedaan kualitas layanan yang signifikan di sekitar Gojek dan Grab di wilayah Pemerintah Daerah Denpasar Barat, dan jika terdapat perbedaan yang signifikan dalam kualitas pelayanan di sekitar Gojek dan Grab di wilayah Pemda Denpasar Barat, perbedaan kenikmatan antara pengguna Gojek dan Grab di Kabupaten Denpasar Barat.

Berdasarkan fakta yang diamati, dapat dinyatakan bahwa harga dan kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan menjadi elemen yang berpengaruh. Perusahaan dalam industri jasa transportasi akan berjuang untuk bersaing di perusahaan yang sebanding kecuali mereka menyediakan layanan berkualitas tinggi dan tahan lama dengan harga yang wajar yang dapat diakses oleh semua segmen masyarakat. Berdasarkan hal tersebut di atas, penulis mempertimbangkan untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Perbandingan Biaya, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Gojek dan Grab di Denpasar Barat".

Metode

Desain Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan penelitian komparatif. Suatu penelitian yang membandingkan satu sampel dengan sampel yang lain, baik sampel mandiri maupun sampel berpasangan, dikenal dengan pembelajaran komparatif. Penelitian sampel independen komparatif adalah jenis penelitian yang membandingkan sampel independen.

Definisi Operasional Variabel

Harga, kualitas layanan, dan kebahagiaan konsumen semuanya akan dibandingkan dalam penelitian ini. Pertama harga (X_1) yang terjangkau oleh semua lapisan masyarakat, bersaing dengan kompetitor, sebanding dengan fasilitas yang ditawarkan, dan sebanding dengan pelayanan yang diberikan menjadi variabel dalam penelitian ini, Kedua, kualitas pelayanan (X_2), yang meliputi keandalan, daya tanggap dan jaminan Empati dan Faktor

ketiga adalah kepuasan pelanggan (X3), yang meliputi kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, keunggulan yang diperoleh, dan fasilitas yang diperoleh.

Populasi, Sampel, Sampling

Partisipanyang akan diangkat adalah konsumen/pelanggan yang pernah menggunakan Gojek dan Grab di Kecamatan Denpasar Barat Kabupaten Denpasar Bali, dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang. Dalam menentukan sampel tentunya ada kriteria tertentu yang dapat ditentukan yaitu dengan memakai *non-probability sampling* dengan menggunakan purposive sampling digunakan sebagai pendekatan sampel. Metode purposive sampling ini didasarkan pada evaluasi terhadap berbagai karakteristik responden yang tentunya disetarakan dengan tujuan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, terdapat data primer dikumpulkan melalui Google Forms untuk membantu hasil analisis dan teori dalam penelitian. Pada Google Form terdapat berbagai pertanyaan tentang kebutuhan konsumen yang akan ditanyakan sebagai sampel, serta pertanyaan kuisioner yang ada.

Teknik Analisis Data

Uji Instrumen

Uji instrumen data pada penelitian ini terdapat validitas yang digunakan dimana validitas ini adalah korelasi product moment pearson, yang melibatkan mengasosiasikan setiap pertanyaan dengan skor total, kemudian membandingkan temuan korelasi dengan angka penting pada tingkat signifikan 0,05, Variable yang melebihi nilai yang sudah ditentukan akan nilai signifikan maka pertanyaan tersebut tentunya akan dinyatakan tidak valid. Teknik Cronbach digunakan dalam uji reliabilitas penelitian ini, yang menggunakan uji kendala alat ukur, yaitu ketergantungan metode alpha (α).

Analisis Dekskriptif

Total, dan metode digunakan dalam analisis deskriptif. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah sampel data atau karakteristik deskriptif atau distribusional itu. Analisis deskriptif ini digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan gambaran objektif tentang situasi di Bali dengan menggunakan sumber Goride dan Grabbike.

Uji Normalitas

Uji Kolmogorof-Smirnov adalah uji yang digunakan untuk uji normalitas dimana uji tersebut untuk menentukan apakah nilai residu terdistribusi secara teratur atau bisa juga tidak. Dalam uji-t sampel berpasangan, uji normalitas juga diperlukan. Oleh karena itu Uji Normalitas dilakukan pada nilai sisa daripada setiap variabel. Tes Kolmogorof-Smirnov digunakan dalam penyelidikan ini (Uji K- S test).

Uji Wilcososn

Uji Wilcososn serig digunakan sebagai metode pengujian alternative Uji T sampel berpasangan. Hal ini dianggap tidak salah, karena olah datanya menurut penelitian ini,

jika distribusianya tidak normal (lulus uji normalitas) dianggap tidak memenuhi persyaratan

Uji Beda T-test

Analisis Diferensial Uji-T adalah alat yang digunakan untuk uji statistik dan untuk menentukan instrumen pada variabel yang ada pada penelitian ini apakah ada perbedaan yang signifikan antara dua kelompok atau dua variabel yang diangkat, dengan sampel mengukur perbedaan dari rata-rata. Dalam penelitian ini, penulis akan menerapkan uji statistik T-sampel berpasangan jika data berdistribusi normal, akan tetapi jika tidak berdistribusi maka akan dilakukan uji Wilcoxon, dalam artian jika data tidak berdistribusi normal.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	GoJek		Grab		Keterangan
	R Hitung	Signifikasi	R Hitung	Signifikasi	
Harga (X1)					
X1.1	0,879	0,000	0,934	0,000	Valid
X1.2	0,871	0,000	0,893	0,000	Valid
X1.3	0,879	0,000	0,905	0,000	Valid
X1.4	0,893	0,000	0,896	0,000	Valid
Kualitas Layanan (X2)					
X2.1	0,908	0,000	0,918	0,000	Valid
X2.2	0,908	0,000	0,889	0,000	Valid
X2.3	0,886	0,000	0,891	0,000	Valid
X2.4	0,901	0,000	0,883	0,000	Valid
X2.5	0,894	0,000	0,936	0,000	Valid
Kepuasan (X3)					
X3.1	0,918	0,000	0,903	0,000	Valid
X3.2	0,890	0,000	0,903	0,000	Valid
X3.3	0,911	0,000	0,921	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, Januari 2022

Tabel 2 dikemukakan dan dapat dinyatakan semua variabel adalah sah, dan semua keterangan data dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 dan untuk nilai t-hitung dapat dilihat bahwa tidak lebih besar dari t-tabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Reliabilitas		Keterangan
		GoJek	Grab	
Harga	0,600	0,837	0,843	Reliabilitas diterima
Kualitas Layanan	0,600	0,826	0,826	Reliabilitas diterima
Kepuasan Konsumen	0,600	0,865	0,865	Reliabilitas diterima

Sumber: Data Primer yang diolah, Januari 2022.

Tabel 3 dikemukakan dan dapat dilihat ketika nilai total semua variabel yang ada dari uji reliabilitas lebih dari 0,60, dan yang artinya semua data dari variabel tersebut dianggap reliabel atau konsisten.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

		Harga	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
		N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	14,0583	17,5417	10,6583
	Std. Deviation	1,65727	2,11189	1,36074
Most Extreme Differences	Absolute	,091	,086	,132
	Positive	,078	,086	,102
	Negative	-,091	-,086	-,132
Test Statistic		,091	,086	,132
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}	,011 ^c

Sumber: Data Primer yang diolah, Januari 2022.

Tabel 4 menunjukkan bahwa ketika nilai p untuk data variable harga lebih besar dari 0,05 dan data dapat dinyatakan berdistribusi normal, Uji beda rata-rata Paired Sample T-Test digunakan, dan uji Paired Sample T-Test Sample T-Test digunakan dengan uji beda rata-rata bila nilai p untuk data variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,05. Data tersebut tidak disebarluaskan secara berkala karena data dari variabel kepuasan konsumen kurang dari 0,05

Tabel 5. Hasil Uji Wilcoxon Kepuasan Konsumen

Grabbike - Go-ride	
Z	-2,226 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,026

Sumber: Data Primer yang diolah, Januari 2022.

Tabel 5 menampilkan hasil uji Wilcoxon yang mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen/pelanggan dari GoJek dan GrabBike memiliki pengaruh yang signifikan atau positif, dengan nilai Z yang dimiliki sebesar -2.226 dan nilai p sebesar 0,026 0,05. Dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan kepuasan pelanggan antara transportasi online yaitu GoJek dan GrabBike.

Tabel 6. Hasil Uji beda t-test Harga

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	Goride - Grabike	1,65000	5,86522	,75720	,13485	3,16515	2,179	59	,033

Sumber: Data Primer yang diolah, Januari 2022

Tabel 6 menyatakan bahwa ketika t adalah 2,179, H_0 diterima, dan kemungkinan harga GoJek dan Grab adalah 0,033. Dari hasil p value 0,033 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa harga GoJek dan Grab berpengaruh signifikan, artinya dari data variabel harga GoJek berbeda dengan harga Grab.

Tabel 7. Hasil Uji beda t-test Kualitas Pelayanan

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	Goride - Grabike	1,78333	6,83484	,88237	,01771	3,54896	2,021	59	,048

Sumber: Data Primer yang diolah, Januari 2022

Tabel 7 menyatakan bahwa ketika $t = 2,021$, H_0 disetujui, dan kemungkinan kualitas layanan GoJek dan Grab adalah 0,048. Dari hasil p value sebesar 0,048 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dari variabel kualitas layanan GoJek dan Grab berpengaruh signifikan atau positif, artinya kualitas layanan GoJek berbeda dengan kualitas layanan Grab.

Tabel 8. Hasil Uji beda t-test Kepuasan Konsumen

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	Go-ride - Grabike	1,38333	4,70518	,60744	,16786	2,59881	2,277	59	,026

Sumber: Data Primer yang diolah, Januari 2022

Tabel 8 menyatakan bahwa ketika t adalah 2,277, H_0 disetujui, dan kemungkinan kepuasan pelanggan GoJek dan Grab adalah 0,026. Dari hasil p value sebesar 0,026 > 0,05 maka dapat dikemukakan bahwa terdapat perbedaan yang cukup besar antara kepuasan pelanggan GoJek dan Grab, artinya kepuasan pelanggan GoJek berbeda dengan kepuasan pelanggan Grab.

Hipotesis pertama menunjukkan bahwa terdapat perbedaan harga GoJek dan Grab yang signifikan yang menunjukkan adanya perbedaan harga yang ditunjukkan oleh H_0 diterima berdasarkan hasil uji beda t dengan nilai signifikan yang telah dikemukakan berjumlah 0,033 > 0,05, Hal ini dapat ditentukan bahwa GoJek dan GrabBike di Kabupaten Denpasar Barat dapat mempertahankan harga yang stabil yang diberikan kepada pelanggan, sehingga pelanggan tetap percaya bahwa tarif yang ditawarkan oleh Gojek atau Grab sesuai dengan layanan yang diberikan dan fasilitas yang diterima. Hipotesis kedua menyatakan bahwa terdapat perbedaan substansial dalam kualitas layanan antara GoJek dan Grab, yang didukung oleh hasil uji beda t yaitu dengan nilai signifikan yang telah dikemukakan berjumlah 0,048 > 0,05, dan hipotesis Alternatif diterima, Dapat disimpulkan bahwa GoJek dan GrabBike di Kecamatan Denpasar Barat dapat mempertahankan harga yang diberikan kepada konsumen tetap dengan harga yang sama seperti sebelumnya (stabil), sehingga pelanggan tetap merasa harga yang diberikan oleh Gojek ataupun Grab sesuai dengan fasilitas yang diterima dan sesuai pula dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Gojek dan Grab, Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan konsumen GoJek dan Grab yang signifikan yang menyiratkan bahwa terdapat perbedaan persepsi kepuasan konsumen yang ditunjukkan dengan hasil uji beda t yang dikemukakan dalam hasil penelitiannya yaitu memiliki nilai signifikansi 0,026 < 0,05, sehingga H_0 diterima, Dapat disimpulkan bahwa GoJek dan GrabBike di Kecamatan Denpasar Barat dapat meningkatkan kinerja perusahaan serta mampu memberikan berbagai fitur yang menarik agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan konsumen merasa puas dengan menggunakan layanan tersebut.

Simpulan

Peneliti dapat menyimpulkan dari data yang dikumpulkan dan dievaluasi oleh penelitian ini dapat dinyatakan dan dikemukakan bahwa ada perbedaan tentang variabel harga yang cukup besar antara harga yang diberikan oleh Gojek dan Grab di Kabupaten Denpasar Barat. Ada perbedaan dari harga karena pelanggan senang dengan harga yang diberikan oleh Gojek atau Grab. Pelanggan percaya bahwa biaya yang dikenakan oleh Gojek atau Grab adalah wajar mengingat fasilitas yang diberikan dan layanan yang diberikan. Di Kabupaten Denpasar Barat, terdapat disparitas kualitas layanan yang sangat besar antara Gojek dan Grab. Pelanggan/konsumen merasa senang dan puas akan pelayanan yang diberikan atau disampaikan oleh pihak Gojek atau Grab, sehingga terdapat perbedaan kualitas pelayanan.

Dapat disimpulkan pula bahwa GoJek dan GrabBike di Kecamatan Denpasar Barat dapat mempertahankan harga yang diberikan kepada konsumen tetap dengan harga yang sama seperti sebelumnya (stabil), sehingga pelanggan tetap merasa harga yang diberikan oleh Gojek ataupun Grab sesuai dengan fasilitas yang diterima dan sesuai pula dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Gojek dan Grab, dan dari transportasi Gojek dan GrabBike di Kecamatan Denpasar Barat dapat meningkatkan kinerja perusahaan serta

mampu memberikan berbagai fitur yang menarik agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan konsumen merasa puas dengan menggunakan layanan tersebut

Pelanggan kembali ke Gojek atau Grab karena pengemudi Gojek dan Grab sigap dalam membantu dan menawarkan layanan kepada pelanggan Gojek dan Grab, dan pengemudi menjaga hubungan dan komunikasi pelanggan yang baik. Di Kabupaten Denpasar Barat, terdapat perbedaan kepuasan pelanggan yang cukup besar antara Gojek dan Grab. Pelanggan merasa puas berdasarkan emosi yang mereka rasakan terhadap penyedia layanan dan minat perilaku mereka dalam memilih penyedia layanan yang bersangkutan.

Pertama, transportasi online Gojek dan Grab di Denpasar Barat disarankan untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan mampu menyediakan berbagai fitur menarik guna meningkatkan jumlah konsumen, dan transportasi online Gojek dan GrabBike di Denpasar Barat disarankan untuk mampu mempertahankan harga yang terjangkau, menurut temuan penelitian ini. yang ditawarkan kepada pelanggan tetap stabil, sehingga pelanggan tetap percaya bahwa harga yang ditawarkan oleh Gojek atau Grab sejalan dengan layanan yang diberikan oleh Gojek dan Grab, dan tiga layanan transportasi online Gojek dan GrabBike di Denpasar Barat disarankan agar dapat meningkatkan dari kualitas layanan yang pasti di diberikan kepada pelanggan/konsumen. Peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang perbedaan harga, kualitas layanan dan kepuasan konsumen suatu objek, disarankan untuk meneliti variabel lain seperti variabel e-wom maupun variabel digital marketing, agar dapat melihat perbedaan antara Gojek dan GrabBike. Penelitian tersebut diharapkan dapat membantu kedua perusahaan dalam melakukan perbaikan dan mampu bersaing untuk mempertahankan kinerja perusahaan yang ada.

References

- Arianty, N. (2013). Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 13.1
- Azizah, Mi. (2010). Perbandingan Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Produk Garmen Di Internet Dengan Di Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 1(2).
- Ishfahila, A., Fatimah, F., Ekonomi, F., & Muhammadiyah, U. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen *The Effect Of Prices, Design, And Product Quality On The Consumer Satisfaction*. 8(2), 211–227
- Kotler, P., & Keller, K. Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1, E). PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. Lane. (2012). *Marketing Management* (Jilid 14). Pearson International Edition.
- Onibala, J., Moniharapon, S., & Raintung, M. (2020). Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Jasa Ojek Online Go-Jek Dan Grab-Bike (Study Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat) *Comparative Analysis Of Customer Satisfaction And Service Quality Of Go-Jek*. 8(3), 41–50
- Onibala, J., Moniharapon, S., & Raintung, M. (2020). Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Jasa Ojek Online Go-Jek Dan Grab-Bike (Study Pada Mahasiswa Jurusan
-

Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat) Comparative Analysis Of Customer Satisfaction And Service Quality Of Go-Jek. 8(3), 41–50.

- Resusun, A. R., Tumbel, A. L., Mandagie, Y., Perbandingan, A., Pelayanan, K., & Kepuasan, T. (2019). *KONsumen Pengguna Transportasi Online Gojek Dan Grab Pada Mahasiswa Fakultas Teknik Mesin Unsrat Comparative Analysis Of The Quality Of Service To Consumer Satisfaction Users Of Go-Jek And Grab Online Transportation On Students Faculty Of Unsrat EngineerI. 7(4), 6030–6036.*
- Samsul, N. H. (2013). Perbandingan harga pokok produksi full costing dan variable costing untuk harga jual cv. Pyramid. *Jurnal EMBA, 1(2303–1174), 366–373*
- Santoso, S. (2016). *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. PT Elex Media Komputindo.
- Setyaji, D. I., & Ngatno. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Go-Jek Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 5(4), 349–358.*
- Soge, J. F. H., Massie, (2015) Perbandingan, A., Pelayanan, K., Harga, D. A. N., Dan, G., Massie, J. D. D., Soge, J. F. H., Massie, D., & Ogi, I. W. J. (2021). *Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado Comparative Analysis Of Service Quality And Gojek And Grab Prices On Customer Satisfaction In Students Of The Faculty Of Economics And Business Jurnal Emba Vol . 9 No . 2 April 2021 , Hal . 261 - 270. 9(2), 261–270.*
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik (Jilid 2)*. cv.andi offse

