

**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP
LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA
APLIKASI GOJEK DI PONTIANAK**

SKRIPSI



KEVIN SHAIUY DELODO

B1021191092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK**

2024

**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP
LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK DI PONTIANAK**

**SKRIPSI
OLEH:**

**KEVIN SHAIUY DELODO
NIM B1021191092**

*Skripsi Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2024**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kevin Shaiuy Delodo
NIM : B1021191092
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap *Loyalty* dengan *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Gojek di Pontianak

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul tersebut diatas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila didalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tangguung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan gelar kesarjanaan di Universitas Tanjungpura.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.



PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kevin Shaiuy Delodo
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Ujian : 7 Januari 2025
Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap *Loyalty* dengan *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Gojek di Pontianak

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 7 Januari 2025



Kevin Shaiuy Delodo

NIM B1021191092

LEMBAR YURIDIS

PENGARUH SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK DI PONTIANAK

Penanggung Jawab Yuridis

Kevin Shaiuy Delodo
B1021191092

Jurusan : Manajemen
Program Studi : S1 Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Ujian Skripsi dan Komprehensif : 07 Januari 2025

Majelis Pengaji

No.	Majelis Pengaji	Nama/NIP	Tgl/Bln/Thn	Tanda Tangan
1	Pembimbing 1	Dr. Maria C. Iman Kalis, SE, MM NIP. 196905152000032001	02 Januari 2025	
2	Pembimbing 2	Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. NIP. 196908171995121004	21 Januari 2025	
3	Pengaji 1	Harry Setiawan, S.E., M.M NIP. 198510112019031010	21 Januari 2025	
4	Pengaji 2	Hasanudin, S.E., M.M NIP. 198410012023211017	20 Januari 2025	

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Skripsi dan Komprehensif

04 FEB 2025



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, berkah, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Service Quality dan E-Trust Terhadap Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Gojek di Pontianak**. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unviersitas Tanjungpura Pontianak.

Penulis menyadari bahwa skripsi dan penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak baik secara moral maupun material. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang memberikan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan kepada orang tua penulis bapak Marcell D Lodo dan ibu Farentina yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan, dan pengorbanan baik secara moral maupun material kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik serta kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Dr. Barkah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Bapak Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
5. Bapak Bintoro Bagus Purmono., S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
6. Ibu Dr. Maria C. Iman Kalis, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik dan pembimbing Skripsi yang sudah memberikan ilmu, bimbingan akademik

dan penasehat selama menempuh masa perkuliahan di Jurusan Manajemen Program Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.

7. Bapak Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak bantuan, saran, dan nasihat kepada penulis.
8. Bapak Harry Setiawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pengaji Skripsi yang telah memberikan saran, kritik, ide, serta nasihat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
9. Bapak Hasanudin, S.E., M.M. selaku Dosen Pengaji yang telah memberikan saran, kritik, ide, serta nasihat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
10. Seluruh jajaran Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
11. Para Staff Akademik, Tata Usaha, Staff Perpustakaan, serta seluruh karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, yang telah banyak membantu selama proses perkuliahan hingga pada penyelesaian skripsi ini.
12. Kepada sahabat penulis Cindy Junita yang selalu menghibur, memotivasi, dan memberi semangat kepada penulis.
13. Kepada Norris Natalis Ngadhi yang selalu memberikan semangat, bantuan dan dukungan kepada penulis.
14. Kepada orang terdekat penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat dan bersedia mendengarkan keluh kesah penulis.
15. Para responden yang telah meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner penelitian skripsi ini.
16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, serta banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun pembahasan materi. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis nantikan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak dan

menjadi bahan masukan yang berguna dalam dunia pendidikan.

Pontianak, 2025

Kevin Shaiuy Delodo

NIM. B1021191092

**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP LOYALTY
DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK DI PONTIANAK**

Oleh:
Kevin Shaiuy Delodo
B1021191092

ABSTRAK

Pada era globalisasi, perkembangan dan pertumbuhan penduduk semakin pesat, perubahan dan kebutuhan masyarakat juga sudah mulai bertambah. Jasa transportasi saat ini merupakan sarana yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat, karena dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitasnya. Dengan adanya internet, cara perusahaan melakukan transaksi berubah, dari cara lama yang prosesnya mengorbankan waktu dan biaya yang besar menjadi proses yang lebih cepat dan lebih mudah. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam memudahkan masyarakat melakukan kegiatan sehari-hari dengan mengedepankan teknologi yang semakin maju serta mendukung segala aktivitas masyarakat secara cepat dan efisien. Melihat peluang tersebut PT. GoJek Indonesia memanfaatkannya dengan mengintegrasikan jasa transportasi dan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality* dan *e-trust* terhadap *loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai variabel intervening pada pengguna aplikasi Gojek di Pontianak. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif berupa penelitian eksplanatori, dan teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Gojek di Kota Pontianak. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 105 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampelnya yaitu *purposive sampling*, dan alat analis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan S^MartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* tidak signifikan terhadap *e-satisfaction*. *E-trust* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *e-satisfaction*. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty*. *E-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty*. *E-satisfaction* tidak berpengaruh signifikan terhadap *loyalty*. *E-satisfaction* tidak memediasi *service quality* dan *e-trust* terhadap *loyalty*.

Kata kunci: *Service Quality, E-Trust, E-Satisfaction, Loyalty*

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND E-TRUST ON LOYALTY
WITH E-SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE ON GOJEK
APPLICATION USERS IN PONTIANAK**

By:

Kevin Shaiuy Delodo
B1021191092

ABSTRACT

In the era of globalization, population growth and development are increasingly rapid, changes and needs of society have also begun to increase. Transportation services are currently a very important means for people's lives, because they can make it easier for people to carry out their activities. With the internet, the way companies make transactions has changed, from the old way where the process sacrifices time and large costs to a faster and easier process. The presence of online application-based transportation services that use the internet has a great influence on society in making it easier for people to carry out their daily activities by prioritizing increasingly advanced technology and supporting all community activities quickly and efficiently. Seeing this opportunity, PT. GoJek Indonesia took advantage of it by integrating transportation services and technology. This study aims to determine the effect of service quality and e-trust on loyalty with e-satisfaction as an intervening variable on Gojek application users in Pontianak. The type of research used is quantitative research in the form of explanatory research, and data collection techniques are carried out through distributing questionnaires. The population in this study were Gojek application users in Pontianak City. The number of samples taken in this study was 105 respondents using the sampling technique, namely purposive sampling, and the analysis tool used was SEM (Structural Equation Model) using SMartPLS 3.0. The results of the study indicate that service quality is not significant to e-satisfaction. E-trust has a significant and positive effect on e-satisfaction. Service quality has a positive and significant effect on loyalty. E-trust has a positive and significant effect on loyalty. E-satisfaction does not have a significant effect on loyalty. E-satisfaction does not mediate service quality and e-trust on loyalty.

Keywords: Service Quality, E-Trust, E-Satisfaction, Loyalty

RINGKASAN SKRIPSI

Pengaruh *Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap *Loyalty* dengan *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Gojek di Pontianak

1. Latar Belakang

Dewasa ini di era globalisasi, perkembangan dan pertumbuhan penduduk semakin pesat, perubahan dan kebutuhan masyarakat juga sudah mulai bertambah. Situasi ini membuat masyarakat harus bisa bekerja dan melakukan segala aktivitas lainnya secara cepat dan efisien. Salah satunya adalah adanya jasa transportasi. Jasa transportasi saat ini merupakan sarana yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat, karena dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitasnya. Dengan adanya jasa transportasi yang memadai ini dapat dijadikan sebagai alat penunjang atau alat bantu para masyarakat. Banyak jasa transportasi memberikan pelayanan yang baik, namun dalam memahami kebutuhan dan kepuasan konsumennya masih sedikit terbatas. Untuk dapat memenuhi kepuasan dari konsumen itu sendiri, perusahaan dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi saat ini.

Dengan adanya internet, cara perusahaan melakukan transaksi berubah, dari cara lama yang prosesnya mengorbankan waktu dan biaya yang besar menjadi proses yang lebih cepat dan lebih mudah. Pelaku bisnis sendiri mulai menyadari tren pengguna internet yang terus mengalami peningkatan dapat dijadikan sebagai salah satu peluang bisnis yang menjanjikan. Salah satu perusahaan yang dapat memanfaatkan media internet dalam aktivitas bisnisnya adalah perusahaan penyedia jasa transportasi. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam memudahkan masyarakat melakukan kegiatan sehari-hari dengan mengedepankan teknologi yang semakin maju serta mendukung segala aktivitas masyarakat secara cepat dan efisien. Melihat peluang tersebut PT. GoJek Indonesia memanfaatkannya dengan mengintegrasikan jasa transportasi dan teknologi.

2. Pertanyaan Penelitian

1. Apakah *service quality* mempengaruhi *e-satisfaction* pelanggan GoJek di Kota Pontianak?
2. Apakah *e-trust* mempengaruhi *e-satisfaction* pelanggan GoJek Kota Pontianak?
3. Apakah *service quality* mempengaruhi *loyalty* pelanggan GoJek Kota Pontianak?
4. Apakah *e-trust* mempengaruhi *loyalty* pelanggan GoJek Kota Pontianak?
5. Apakah *e-satisfaction* mempengaruhi *loyalty* pelanggan GoJek Kota Pontianak?
6. Apakah *service quality* mempengaruhi *loyalty* pelanggan GoJek melalui *e-satisfaction* sebagai variabel intervening pelanggan GoJek Kota Pontianak?
7. Apakah *e-trust* mempengaruhi *loyalty* pelanggan GoJek melalui *e-satisfaction* sebagai variabel intervening pelanggan GoJek Kota Pontianak?

3. Tujuan Penelitian

1. Pengaruh *service quality* terhadap *e-satisfaction* pelanggan GoJek.
2. Pengaruh *e-trust* terhadap *e-satisfaction* pelanggan GoJek.
3. Pengaruh *service quality* terhadap *loyalty* pelanggan GoJek.
4. Pengaruh *e-trust* terhadapi *loyalty* pelanggan GoJek.
5. Pengaruh *e-satisfaction* terhadap *loyalty* pelanggan GoJek.
6. Pengaruh *service quality* terhadap *loyalty* pelanggan GoJek melalui *e-satisfaction* sebagai variabel intervening.
7. Pengaruh *e-trust* terhadap *loyalty* pelanggan GoJek melalui *e-satisfaction* sebagai variabel intervening.

4. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif berupa eksplanatori (*Explanatori Research*), dan teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 105 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampelnya

yaitu nonprobability sampling dengan metode purposive sampling, dan alat analisis yang digunakan adalah SEM (*structural equation model*) dengan menggunakan SmartPLS 3.0.

5. Hasil dan Pembahasan

1. *Service quality* tidak signifikan terhadap *e-satisfaction*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *original sample* = 0,270 yang artinya berpengaruh secara positif, diikuti dengan nilai *t-statistic* sebesar 1,376 lebih kecil dari 1,96 dan *p values* sebesar 0,170 lebih besar dari 0,05.
2. *E-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *original sample* = 0,477 yang artinya berpengaruh secara positif, diikuti nilai *t-statistic* sebesar 2,705 lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-values* sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05.
3. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *original sample* = 0,643 yang artinya berpengaruh secara positif, diikuti dengan nilai *t-statistic* sebesar 8,210 lebih besar dari 1,96 dan *p values* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
4. *E-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *original sample* = 0,272 yang artinya terdapat pengaruh positif dan diikuti dengan nilai *t-statistic* sebesar 3,303 lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-values* sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05.
5. *E-satisfaction* tidak signifikan terhadap *loyalty*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *original sample* = -0,077 yang artinya tidak berpengaruh secara positif, diikuti dengan nilai *t-statistic* sebesar 0,896 lebih kecil dari 1,96 dan nilai *p-values* sebesar 0,371 lebih besar dari 0,05.
6. *Service quality* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *loyalty* melalui *e-satisfaction* sebagai intervening. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *original sample* = -0,021 yang artinya terdapat pengaruh negatif dan diikuti dengan nilai *t-statistic* sebesar 0,717 lebih kecil dari 1,96 dan nilai *p values* sebesar 0,474 lebih besar dari 0,05.
7. *E-trust* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *loyalty* melalui *e-satisfaction* sebagai intervening. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *original*

sample = -0,037 yang artinya terdapat pengaruh negatif dan diikuti dengan nilai *t-statistic* sebesar 0,696 lebih kecil dari 1,96 dan nilai *p values* sebesar 0,487 lebih besar dari 0,05.

6. Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan

1. *E-satisfaction* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *loyalty* jasa Gocar pada aplikasi Gojek di Pontianak.
2. *E-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *e-satisfaction* jasa Gocar pada aplikasi Gojek di Pontianak.
3. *E-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *loyalty* jasa Gocar pada aplikasi Gojek di Pontianak.
4. *Service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *e-satisfaction* jasa Gocar pada aplikasi Gojek di Pontianak.
5. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *loyalty* jasa Gocar pada aplikasi Gojek di Pontianak.
6. *Service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *loyalty* yang dimediasi oleh *e-satisfaction* jasa Gocar pada aplikasi Gojek di Pontianak.
7. *E-trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap *loyalty* yang dimediasi oleh *e-satisfaction* jasa Gocar pada aplikasi Gojek di Pontianak.

Rekomendasi

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-trust* dan *service quality* berpengaruh terhadap *loyalty*. Sehingga bagi perusahaan Gojek harus senantiasa meningkatkan dan mempertahankan faktor *e-trust* dengan cara memberikan *ability* (kemampuan), *integrity* (integritas), *benevolence* (kebaikan hati), maka hal ini dapat berpengaruh terhadap rasa *loyalty* kepada konsumen pengguna jasa Gocar pada aplikasi Gojek di Pontianak. Adapun *service quality* juga yang perlu ditingkatkan oleh perusahaan agar mampu untuk mempertahankan *loyalty* konsumennya dengan cara meningkatkan *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), *tangible* (nyata), maka hal ini juga dapat berpengaruh kepada rasa *loyalty* konsumen pada pengguna jasa Gocar

pada aplikasi Gojek di Pontianak.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian dengan variabel – variabel yang lain diluar yang telah diteliti yang dapat memengaruhi *loyalty* menjadi lebih luas dalam segi variabel lainnya dan indikator. Selain itu, diharapkan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian misalnya di seluruh Indonesia karena pada penelitian ini hanya mencakup wilayah Pontianak, dengan menggunakan cakupan wilayah seluruh Indonesia sehingga jumlah responden tentu akan lebih banyak maka data yang didapatkan lebih relevan lagi.

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	III
PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI	IV
LEMBAR YURIDIS	V
KATA PENGANTAR	VI
ABSTRAK	IX
ABSTRACT	X
RINGKASAN SKRIPSI	XI
DAFTAR ISI	XVI
DAFTAR TABEL	XVIII
DAFTAR GAMBAR	XIX
DAFTAR LAMPIRAN	XX
 BAB I	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.2.1. Pernyataan Masalah	7
1.2.2. Pertanyaan Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kontribusi Penelitian	8
1.4.1. Kontribusi Teoritis	8
1.4.2. Kontribusi Praktis	8
1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian	8
 BAB II	 13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Service Quality	13
2.1.2. Electronic Trust	14
2.1.3. Electronic Satisfaction	17
2.1.4. Loyalty	18
2.2. Kajian Empiris	20
2.3. Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian	27
2.3.1. Kerangka Konseptual	27
2.3.2. Hipotesis Penelitian	28
 BAB III	 32
3.1. Bentuk Penelitian	32
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.3. Data	32
3.4. Teknik Pengumpulan Data	33
3.5. Populasi dan Sampel	34
3.5.1. Populasi	34
3.5.2. Sampel	34
3.6. Variabel Penelitian	35

3.7. Metode Analisis	41
3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif	41
3.7.2. Analisis Kuantitatif	41
BAB IV	44
4.1. Hasil penelitian.....	44
4.1.1. Karakteristik Responden	44
4.1.2. Perilaku Konsumen	46
4.1.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	48
4.1.4. Outer Model (Measurement).....	62
4.1.5. Inner Model.....	68
4.1.6. Pengujian Hipotesis (Boosttrapping)	71
4.1.7. Uji Peran Mediasi.....	73
4.2. Pembahasan.....	74
4.2.1. Service Quality Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap E-Satisfaction.....	74
4.2.2. E-Trust Berpengaruh Signifikan Terhadap E-Satisfaction .	75
4.2.3. Service Quality Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalty	75
4.2.4. E-Trust Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalty.....	76
4.2.5. E-Satisfaction Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalty	77
4.2.6. Service Quality Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalty Melalui E-Satisfaction	78
4.2.7. E-Trust Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalty Melalui E-Satisfaction.....	78
BAB V.....	80
5.1. Kesimpulan	80
5.2. Rekomendasi.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Variabel	33
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Sumber Mengetahui Layanan.....	46
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Layanan	47
Tabel 4. 7 Penggunaan Jasa Gocar Pada Aplikasi Gojek Dalam 1 Tahun.....	48
Tabel 4. 8 Penentuan Kategori Skor	49
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Quality</i>	49
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Trust</i>	52
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Satisfaction</i>	55
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap <i>Loyalty</i>	59
Tabel 4. 13 Hasil Nilai <i>Loading Factors</i> Pengelahan Pertama.....	63
Tabel 4. 14 Hasil Nilai <i>Loading Factors</i> Pengolahan Kedua	64
Tabel 4. 15 Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (\sqrt{AVE}).....	65
Tabel 4. 16 Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	66
Tabel 4. 17 Hasil Nilai Kriteria <i>Cronbach's Alpha</i>	67
Tabel 4. 18 Hasil Nilai Kriteria <i>Composite Reliability</i>	68
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>R-Square</i>	69
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>F-Square</i>	70
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	71
Tabel 4. 22 Hasil Uji Peran Uji.....	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Persentase Pengguna Aplikasi Transportasi Online di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Data Layanan Ojek Online Pilihan masyarakat Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Data Transportasi Online Mobil Yang Paling Digemari Masyarakat Indonesia.....	4
Gambar 1. 4 Logo Gojek.....	9
Gambar 1. 5 Tampilan Aplikasi Gojek	12
Gambar 4. 1 Model struktural prosedur PLS Algoritma.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2: Tabulasi Kuesioner	91
Lampiran 3: Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas (Outer Model)	102
Lampiran 4: Hasil Uji Inner Model.....	106

BAB I

PENDAHULUAN

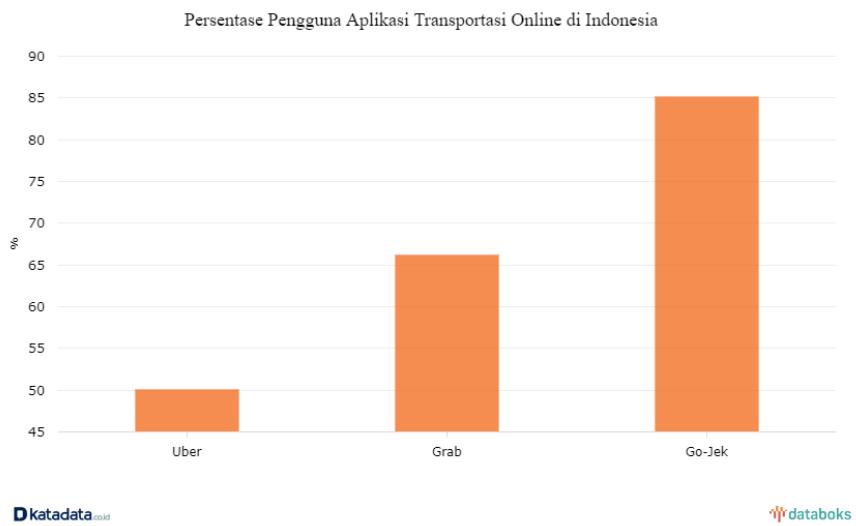
1.1. Latar Belakang

Dewasa ini di era globalisasi, perkembangan dan pertumbuhan penduduk semakin pesat, perubahan dan kebutuhan masyarakat juga sudah mulai bertambah. Situasi ini membuat masyarakat harus bisa bekerja dan melakukan segala aktivitas lainnya secara cepat dan efisien. Salah satunya adalah adanya jasa transportasi. Jasa transportasi saat ini merupakan sarana yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat, karena dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitasnya. Dengan adanya jasa transportasi yang memadai ini dapat dijadikan sebagai alat penunjang atau alat bantu para masyarakat. Banyak jasa transportasi memberikan pelayanan yang baik, namun dalam memahami kebutuhan dan kepuasan konsumennya masih sedikit terbatas. Untuk dapat memenuhi kepuasan dari konsumen itu sendiri, perusahaan dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi saat ini.

Dengan adanya internet, cara perusahaan melakukan transaksi berubah, dari cara lama yang prosesnya mengorbankan waktu dan biaya yang besar menjadi proses yang lebih cepat dan lebih mudah. Pelaku bisnis sendiri mulai menyadari tren pengguna internet yang terus mengalami peningkatan dapat dijadikan sebagai salah satu peluang bisnis yang menjanjikan. Salah satu perusahaan yang dapat memanfaatkan media internet dalam aktivitas bisnisnya adalah perusahaan penyedia jasa transportasi. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam memudahkan masyarakat melakukan kegiatan sehari-hari dengan mengedepankan teknologi yang semakin maju serta mendukung segala aktivitas masyarakat secara cepat dan efisien. Melihat peluang tersebut PT. GoJek Indonesia memanfaatkannya dengan mengintegrasikan jasa transportasi dan teknologi.

GoJek merupakan sebuah perusahaan transportasi asal Indonesia yang melayani angkutan manusia dan barang melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2011 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Kegiatan Gojek bertumpu pada

tiga nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Untuk saat ini *GoJek* telah beroperasi di 50 kota di Indonesia. Gojek menyediakan banyak pelayanan seperti *GoRide* dan *GoCar* untuk layanan transportasi, *GoBox* untuk pindahan mengirim barang dengan mobil box dan pickup, *GoTix* yang memberikan layanan beli tiket bioskop, konser musik, atraksi dan event-event lainnya, *GoMed* yang menyediakan layanan untuk memenuhi kebutuhan medis masyarakat dari apotek-apotek berlisensi, *Go-Food* yang merupakan layanan pesan antar makanan online, *GoMart* yang digunakan untuk membelanjakan kebutuhan sehari-hari, *GoSend* layanan kurir instan untuk kirim barang dan dokumen, *GoGlam* yang menyediakan layanan jasa perawatan kecantikan, *GoClean* yang menyediakan layanan bersih-bersih dan beres-beres rumah, *GoMassage* yang menyediakan layanan pijat profesional, *Go-Pulsa* yang menyediakan pelayanan untuk pembelian pulsa dan paket data dengan menggunakan *GoPay*.



Gambar 1. 1 Persentase Pengguna Aplikasi Transportasi Online di Indonesia
Sumber: (<https://databoks.katadata.co.id/>) di akses pada 14 November 2022

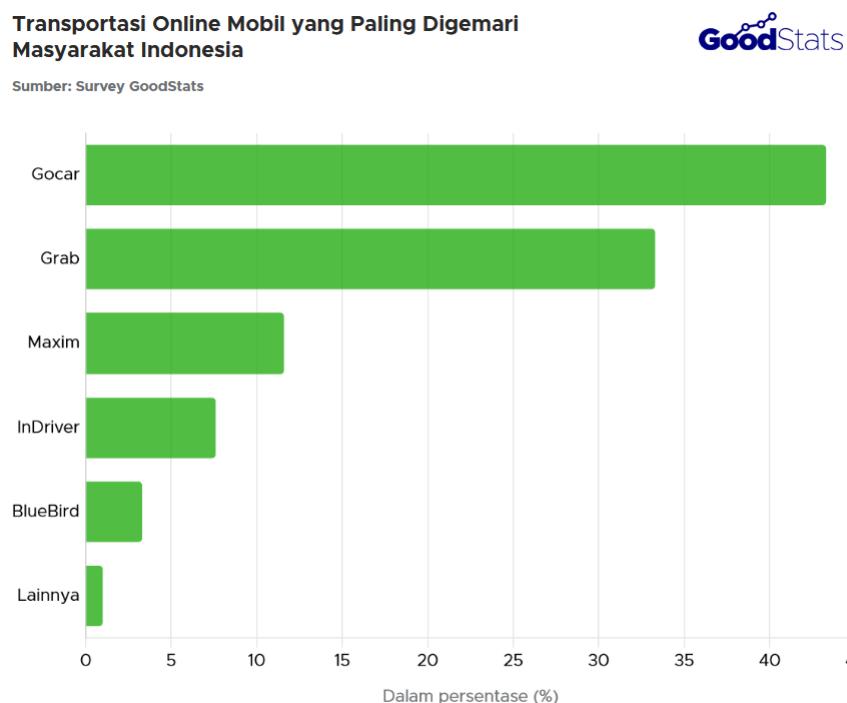
Berdasarkan data di atas keberadaan GoJek di Indonesia menjadi fenomena bagi penggunanya hal ini karena GoJek merupakan transportasi yang berbasis aplikasi online yang lebih dulu masuk dan dikenal oleh masyarakat Indonesia, meskipun penyebarannya tidak terdapat di semua kota di Indonesia namun GoJek mampu menjadi alternatif jasa angkutan yang dibutuhkan masyarakat saat ini, dari

data diatas GoJek memiliki pengguna yang cukup banyak sekitar 85% dibandingkan dengan pengguna aplikasi transportasi online lainnya.

Perkembangan transportasi online khususnya GoJek tidaklah sendirian, banyak kompetitor yang berusaha menjadi pesaing dalam memberikan jasa pelayanan dengan menggunakan teknik pemasaran yang berbeda untuk menarik konsumen dalam menggunakan jasanya, seperti Uber, Grab dan lain sebagainya. Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk meningkatkan dan menarik konsumennya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kemudahan dalam menggunakan aplikasinya. Maka dari itu, jasa pelayanan *Gocar* menjadi perhatian karena termasuk dalam jasa layanan transportasi ojek online pertama di Indonesia dan memiliki jumlah pengguna terbanyak dibandingkan kompetitornya seperti *Grabbike*.



Gambar 1. 2 Data Layanan Ojek Online Pilihan masyarakat Indonesia
Sumber: (<https://goodstats.id/>)



Gambar 1.3 Data Transportasi Online Mobil Yang Paling Digemari Masyarakat Indonesia

Sumber: (<https://goodstats.id/>)

Layanan aplikasi transportasi online ini juga banyak digunakan di Indonesia. Mulai dari transportasi sepeda motor, mobil, hingga jasa pengiriman. Berdasarkan data di atas Gocar menjadi layanan transportasi mobil daring yang banyak dipilih masyarakat Indonesia dengan presentase sebesar 43,3%. Nilai tersebut juga disusul oleh Grab yang menempati posisi kedua dengan share sebesar 33,3%. Kini, banyak masyarakat yang memilih transportasi daring ketimbang transportasi tradisional karena kemudahan dalam mencari dan memesan transportasi online.

Melihat potensi tersebut, banyak perusahaan transportasi yang mencoba peruntungan dan memasuki bisnis jasa transportasi berbasis aplikasi dengan menggunakan internet atau biasa disebut transportasi *online*. Pelayanan transportasi mempunyai peran dan implikasi penting dalam kehidupan manusia dan merupakan bagian penting dalam menunjang kebutuhan sehari-hari (Lie *et al.*, 2019). Revolusi industri telah menjadikan transportasi berbasis aplikasi, khususnya Gojek, menjadi salah satu pionir di bidang layanan *e-commerce* yang menawarkan fungsionalitas dalam aplikasi (Widjaja, Astuti, & Manan, 2019). Transportasi online Gojek

merupakan salah satu inovasi layanan terbaru dalam industri transportasi di ruang mobile *commerce*. Salah satu keunggulan Gojek adalah tersedianya fitur-fitur dalam aplikasi yang didukung oleh teknologi (Kuswanto *et al.*, 2019).

Banyaknya aplikasi jasa transportasi di Indonesia membuat konsumen semakin selektif dalam memilih yang terbaik. Salah satu hal yang membuat konsumen menggunakan jasa transportasi online adalah kualitas pelayanan. Salah satu apik yang harus diperhatikan adalah kepuasan pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2009), kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan pelayanan (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Sementara kepuasan dalam konteks *e-commerce* yang sering disebut sebagai *e-satisfaction* didefinisikan oleh Anderson dan Srinivasan (2003) sebagai kepuasan pelanggan sehubungan dengan pemesanan sebelumnya yang diberikan oleh perusahaan *e-commerce*. Konsumen yang puas inilah yang mempunyai kecenderungan untuk melakukan pemesanan ulang, dan merekomendasikan barang atau jasa (Zeithaml *et al.*, 2013). Sedangkan pelanggan yang tidak puas, akan lebih cenderung menolak upaya pengeceranya untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan lebih memungkinkan untuk mengambil langkah-langkah mengurangi ketergantungan pada ritel tersebut. (Anderson dan Srinivasan, 2003). *E-satisfaction* berpengaruh positif terhadap *loyalty*, namun *loyalty* hanya akan terbentuk jika faktor-faktor yang lain juga terpenuhi (Oliver, 1999). Maka dari itu, *e-satisfaction* mempunyai peran penting dalam pembentukan *loyalty* dan juga memiliki korelasi dengan faktor-faktor lainnya (Cheng, 2014). Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi *e-satisfaction* diambil dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu kepercayaan (*e-trust*), dan kualitas pelayanan (*service quality*) (Feroza dkk, 2018; dan Samraz dan Bakhtiar, 2012).

Kualitas pelayanan adalah salah satu kunci utama dalam menentukan sukses atau gagalnya suatu bisnis (Tjiptono, 2008). Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan adalah upaya memberikan suatu penawaran yang memenuhi kebutuhan konsumen serta memenuhi harapannya. Perusahaan sangat mementingkan kualitas layanan. Hal ini dibuktikan dengan kemudahan yang ditawarkan perusahaan kepada

konsumennya, seperti memesan layanan ojek melalui smartphone menggunakan aplikasi GOJEK yang tersedia di Appstore atau Playstore.

Dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan, Gojek sendiri belum sepenuhnya maksimal. Ada beberapa hal yang dikeluhkan pelanggan terkait dengan pelayanan Gojek, diantaranya adalah rumitnya proses pengembalian dana ketika terjadi pembatalan pemesanan dan lamanya proses pengembalian dana tersebut.

Selain memberikan layanan yang baik, juga penting untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan karena kepercayaan merupakan faktor penting dalam interaksi bisnis-pelanggan dan merupakan aspek penting dalam transportasi *online*. Kepercayaan merupakan pusat dari transaksi ekonomi, baik dilakukan pada toko retail secara *offline* atau melalui internet (Grabner-Kräuter & Faullant, 2008). Kepercayaan pada suatu situs *online* sering disebut sebagai *e-trust*. (Corritore 2013) mendefinisikan *e-trust* sebagai suatu sikap pengharapan yang meyakinkan dalam situasi risiko *online* yang kerentanannya tidak akan dieksplorasi. Dalam dunia *e-commerce*, *e-trust* merupakan faktor penting dalam banyak interaksi sosial yang melibatkan ketidakpastian dan ketergantungan (Grabner-Kräuter & Faullant, 2008). Oleh karena itu kepercayaan merupakan masalah yang penting dalam konteks toko *online*.

Perhatian terhadap mudahnya dalam menggunakan aplikasi dan layanan yang tersedia menjadi satu aspek penting yang dapat memengaruhi perkembangan transportasi *online*. Sehingga peningkatan jasa pelayanan juga dapat dimaksimalkan dan strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik konsumen dan akan lebih bervariasi terhadap peningkatan kepuasan terhadap jasa yang diberikan yang dapat berdampak pada kebergantungan masyarakat terhadap jasa yang diberikan oleh aplikasi Go-Jek sehingga meningkatkan loyalitas pada penggunaan aplikasi Go-Jek dalam memenuhi atau membantu kebutuhan sehari-hari masyarakat.

Latar belakang dan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK DI PONTIANAK**”.

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1. Pernyataan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diketahui persaingan dalam dunia transportasi online saat ini sudah semakin ketat. Perusahaan GoJek sebagai pelaku usaha transportasi online ini harus mampu menghadapi kondisi persaingan saat ini agar dapat selalu berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi dan industri transportasi online di Indonesia. Persaingan yang makin sengit pada industri transportasi online menjadikan para pengguna transportasi online memiliki keleluasaan untuk memilih jenis transportasi online. Hal inilah yang menuntut Gojek harus mampu untuk meningkatkan dan mempertahankan minat pemesanan ulang konsumennya melalui upaya mewujudkan kepuasan bagi konsumennya. Hal ini dapat dilakukan melalui strategi Analisa terhadap *service quality* serta meningkatkan kualitas pelayanan dan citra merek perusahaan.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diberikan pertanyaan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* mempengaruhi *e-satisfaction* pelanggan GoJek di Kota Pontianak?
2. Apakah *e-trust* mempengaruhi *e-satisfaction* pelanggan GoJek Kota Pontianak?
3. Apakah *service quality* mempengaruhi *loyalty* pelanggan GoJek Kota Pontianak?
4. Apakah *e-trust* mempengaruhi *loyalty* pelanggan GoJek Kota Pontianak?
5. Apakah *e-satisfaction* mempengaruhi *loyalty* pelanggan GoJek Kota Pontianak?
6. Apakah *service quality* mempengaruhi *loyalty* pelanggan GoJek melalui *e-satisfaction* sebagai variabel *intervening* pelanggan GoJek Kota Pontianak?

7. Apakah *e-trust* mempengaruhi *loyalty* pelanggan GoJek melalui *e-satisfaction* sebagai variabel *intervening* pelanggan GoJek Kota Pontianak?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Pengaruh *service quality* terhadap *e-satisfaction* pelanggan GoJek.
2. Pengaruh *e-trust* terhadap *e-satisfaction* pelanggan GoJek.
3. Pengaruh *service quality* terhadap *loyalty* pelanggan GoJek.
4. Pengaruh *e-trust* terhadapi *loyalty* pelanggan GoJek.
5. Pengaruh *e-satisfaction* terhadap *loyalty* pelanggan GoJek.
6. Pengaruh *service quality* terhadap *loyalty* pelanggan GoJek melalui *e-satisfaction* sebagai variabel *intervening*.
7. Pengaruh *e-trust* terhadap *loyalty* pelanggan GoJek melalui *e-satisfaction* sebagai variabel *intervening*.

1.4. Kontribusi Penelitian

Adapun kontribusi dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi berbagai pihak, antara lain:

1.4.1. Kontribusi Teoritis

Diharapkan mampu memperluas dan mengembangkan dinamika intelektual yang berkaitan dengan ilmu manajemen terutama bidang pemasaran dan diharapkan dapat menjadi acuan ataupun perbandingan studi lanjutan bagi pihak yang ingin mendalami ataupun meneliti lebih jauh tentang permasalahan yang berkaitan dengan focus permasalahan ini.

1.4.2. Kontribusi Praktis

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan serta pemahaman berkaitan dengan *service quality*, *e-trust*, *e-satisfaction*, dan *loyalty*.

2. Bagi Mahasiswa

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian berkaitan dengan masalah yang sama.

1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian

PT. GoJek Indonesia merupakan karya anak bangsa yang berdiri pada tahun 2010 di Jakarta. Perusahaan ini kali pertama lahir dengan niat baik untuk memberikan solusi memudahkan kehidupan sehari-hari di tengah kemacetan perkotaan. Kala itu seorang pemuda kreatif Nadiem Makarim mempunyai pemikiran untuk membuat bisnis transportasi ojek yang dikarenakan ia sering menggunakan jasa ojek. Karena kebiasaannya tersebut, Nadiem Makarim menemukan ide untuk dapat menciptakan sarana agar jasa transportasi ojek lebih efektif dan efisien. Perusahaan ini bekerja dengan menghubungkan ojek dengan penumpang ojek, dimana sebelumnya tukang ojek lebih banyak menghabiskan waktu di pangkalan menunggu penumpang.

Awal peluncurannya, GoJek hanya melayani lewat call center saja dan hanya melayani pemesanan ojek di wilayah Jakarta saja. Tetapi pada tahun 2015 GoJek mulai berkembang dan membuat aplikasi GoJek dengan sistem yang tertata rapi. Dengan aplikasi ini, pengguna ojek dapat dengan mudah memesan ojek secara online, membayar secara kredit dan mengetahui keberadaan driver yang akan menjemput para pemesan.



Gambar 1. 4 Logo Gojek

Sumber: (<https://gojek.com/>) di akses pada 31 Maret 2023

PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (GoJek) menamai logo baru itu sendiri menjadi “Solv”. Kata “Solv” ini didapat dari kata “Solve” (dalam Bahasa Inggris) yang artinya memecahkan masalah.

Visi utama dari GoJek adalah “Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia. Memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari, seperti pengiriman dokumen, belanja harian dengan menggunakan layanan fasilitas kurir serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia ke depannya.

Sampai saat ini aplikasi GoJek telah menyediakan 21 macam layanan jasa, Go-Jek di Pontianak sudah menerapkan semua layanan sesuai aplikasi, yaitu:

1. GoRide

GoRide adalah layanan transportasi sepeda motor yang dapat mengantar anda ke berbagai tempat dengan lebih mudah dan lebih cepat.

2. GoCar

GoCar adalah layanan transportasi menggunakan mobil untuk mengantarkan Anda kemanapun dengan nyaman.

3. GoFood

GoFood adalah layanan pesan-antar makanan dengan lebih dari 30.000 daftar restauran.

4. GoMart

GoMart adalah layanan yang dapat digunakan untuk berbelanja ribuan jenis barang dari berbagai macam toko di area anda.

5. GoSend

GoSend adalah layanan kurir instan yang dapat digunakan untuk mengirim surat dan barang dalam waktu 60 menit.

6. GoBox

GoBox adalah layanan pindah barang ukuran besar menggunakan truk/ mobil bak/ blind van.

7. GoTix

GoTix adalah layanan informasi acara dengan akses pembelian dan pengantaran tiket langsung ke tangan Anda.

8. GoMed

GoMed merupakan hasil kolaborasi antara Go-Jek dengan Halodoc. Go-Med tidak menyediakan produk apapun, melainkan menghubungkan pengguna

dengan lebih dari 1000 apotek di Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya.

9. GoPulsa

GoPulsa merupakan layanan untuk membeli pulsa atau internet dengan

10. GoPay

GoPay adalah layanan dompet virtual untuk memudahkan transaksi Anda di dalam aplikasi Go-Jek.

11. GoPlay

GoPlay adalah layanan nonton tayangan ekslusif di dalam aplikasi Go-Jek.

12. GoInvestasi

GoInvestasi adalah layanan Solusi Investasi cerdik dan ga ribet dari Go-Jek.

13. GoSure

GoSure adalah layanan Proteksi Kesehatan, Kendaraan, dan Ponsel

14. GoGive

GoGive adalah layanan buat donasi dan zakat

15. GoNearby

GoNearby adalah layanan pilihan terdekat buat jajan pakai Go-Pay

16. GoPay Pinjam

GoPay Pinjam adalah layanan pinjaman tunai terpercaya untuk kebutuhan pengguna aplikasi Go-Jek.

17. GoTagihan

GoTagihan adalah layanan bayar tagihan tanpa rempong.

18. GoBluebird

GoBluebird adalah layanan berpergian dengan taksi legendaris.

19. GoShop

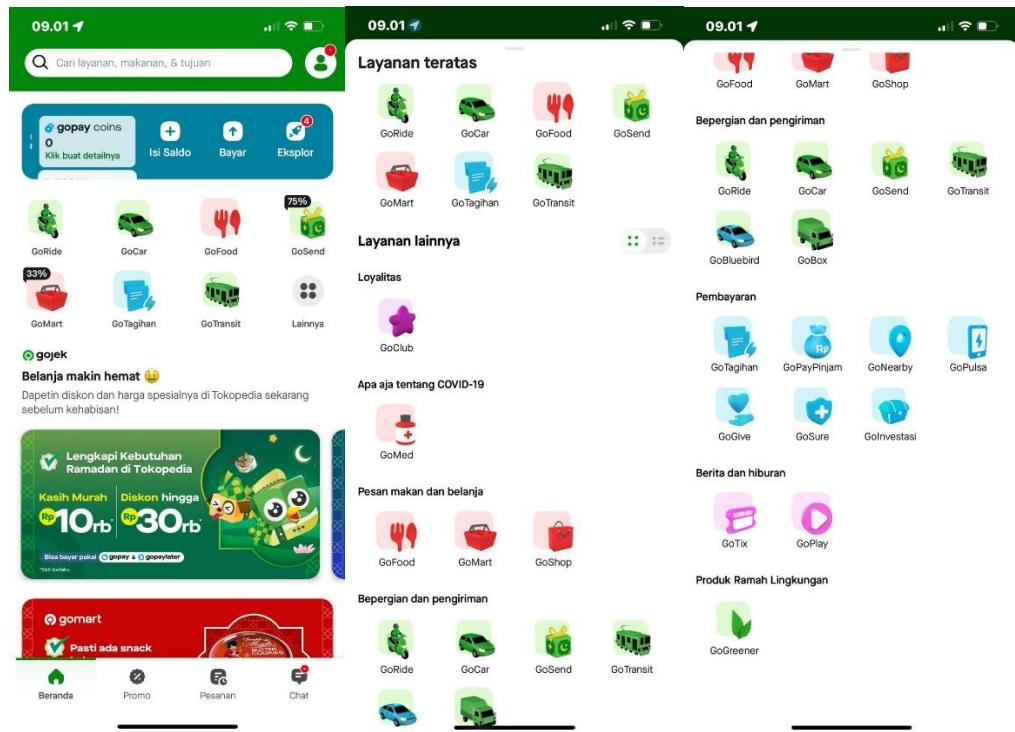
GoShop adalah layanan berbelanja melalui aplikasi Go-jek.

20. GoTransit

GoTransit adalah layanan untuk menunjukkan para pengguna aplikasi Go-Jek untuk menaiki kendaraan apa.

21. GoClub

GoClub adalah layanan program loyalitasnya GoJek.



Gambar 1. 5 Tampilan Aplikasi GoJek

Sumber: Aplikasi GoJek di akses pada 31 Maret 2023