

Pengaruh Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Jasa Layanan Pengguna Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi Online di Kabupaten Wajo

Nurlaela B^{1*}, St Maryam H², Mukhtar T Syarkawi³

1*) Magister Teknik Sipil, Universitas Muslim Indonesia, Makassar, NrLaylah243@gmail.com

2) Teknik Sipil, Universitas Muslim Indonesia, Makassar, stmaryam@umi.ac.id

3) Teknik Sipil, Universitas Muslim Indonesia, Makassar

Abstract

Although online transportation is relatively new in Wajo Regency, this transportation sector always pays attention to comfort, safety and is able to serve users or consumers well. Measure satisfaction from consumers there are five dimensions that must be considered, namely Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangible. Due to the new online transportation in the city of Sengkang and the large number of users of the Magatti application that can provide changes to the social life of the community, especially in the city of Sengkang, researchers are interested in conducting observations to provide information about how the presence of online transportation in Wajo Regency and how the level of satisfaction from users of online transportation services from Magatti couriers. The purpose of this study was to determine the effect of online-based transportation customer satisfaction levels in Sengkang City, Wajo Regency on the quality of physical evidence services (tangible), reliability, responsiveness, assurance and empathy. This study uses multiple linear regression analysis to achieve this goal. The results showed that the variable that had the most dominant influence on the satisfaction level of Magtti Courier service users was the Caring/Empathy variable with a value of 62,7%, then sequentially the Responsiveness variable had an influence of 25,4%, the Reliability variable had an influence of 25,4%, the effect of 20.6%, and for the Assurance variable (X4) and Physical Evidence (X1) have an effect of 14.9% and 14.2%, respectively.

Keywords: Online Transportation, Satisfaction Level, Services

Abstrak

Meski terbilang baru dengan hadirnya transportasi online di Kabupaten Wajo, bidang transportasi ini selalu memperhatikan kenyamanan, keamanan serta mampu melayani pengguna atau konsumen dengan baik. Dalam mengukur kepuasan dari konsumen ada lima dimensi yang harus diperhatikan, yaitu Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya tanggap), Assurance (Jaminan), Empathy (Empati), dan Tangible (Produk-produk fisik). Adanya transportasi online yang baru di Kota Sengkang serta banyaknya pengguna dari aplikasi Magatti yang dapat memberikan perubahan bagi kehidupan sosial masyarakat khususnya di Kota Sengkang, sehingga peneliti tertarik melakukan observasi untuk memberikan informasi tentang bagaimana kehadiran transportasi online di Kabupaten Wajo serta bagaimana pula tingkat kepuasan dari pengguna jasa transportasi online dari kurir Magatti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat kepuasan pelanggan transportasi berbasis online di Kota Sengkang, Kabupaten Wajo terhadap kualitas layanan bukti fisik (tangible), kehandalan (reabilitas) daya tanggap (responsiveness), jamina (assurance) dan empati (empathy). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mencapai tujuan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa Kurir Magtti yaitu pada variabel Kepedulian/Empati dengan nilai sebesar 62,7%, selanjutnya berurut- turut yaitu variabel Daya Tanggap memiliki pengaruh sebesar 25,4%, variabel Kehandalan memiliki pengaruh sebesar 20,6%, dan untuk variabel Jaminan (X4) dan Bukti Fisik (X1) memiliki pengaruh sebesar 14,9 % dan 14,2%.

Kata Kunci: Jasa Layanan, Tingkat Kepuasan, Transportasi Online

1. PENDAHULUAN

Pentingnya peran transportasi dalam kehidupan sehari-hari dan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi yang semakin canggih membuat perilaku masyarakat menjadi konsumtif yaitu menginginkan segala sesuatunya menjadi instan, cepat dan murah. Sehingga di era sekarang dengan adanya suatu sistem jaringan internet yang membawa pengaruh dalam bidang transportasi sehingga muncul suatu inovasi yaitu transportasi berbasis online sebagai sarana transportasi darat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam segala aktifitas secara cepat dan efisien. (A.R.Resusun et all, 2010).

Pertumbuhan bisnis transportasi darat berbasis online di Indonesia cukup cepat, ditandai dengan bermunculannya para pelaku bisnis transportasi atau perusahaan sejenis seperti : Gojek, Grab, Uber, Blue-Jek, Trans-jek, Ojek Syar'i, Kurir Magatti dan masih banyak lainnya. Selain itu Moda transportasi online sebagai smart mobility merupakan suatu fenomena baru dalam perkembangan transportasi, jenis transportasi ini memberikan kemudahan baik dalam pemesanan maupun pengantaran dengan cepat dan tepat dalam hal ini pengantaran penumpang dari lokasi asal ke tempat yang ingin dituju, biaya yang ditawarkan cukup murah, driver yang ramah dan sopan menjadikan transportasi online ini dipilih oleh masyarakat, selain itu juga dapat mengubah kebiasaan masyarakat untuk mengurangi pemakaian kendaraan pribadi dan beralih ke transportasi yang dianggap efektif dalam melakukan berbagai aktivitas. (Iqram, 2020).

Tidak hanya di kota-kota besar, kini Transportasi online juga mulai masuk di berbagai daerah luar kota salah satunya di daerah Kabupaten Wajo juga tidak mau ketinggalan. Pada tanggal 24 Desember 2019 sebuah perusahaan lokal yang bernama PT. Magatti Market Indonesia yang berada di Kota Sengkang membuat terobosan aplikasi yang diberi nama Kurir Magatti. Awalnya transportasi online Magatti fokus hanya untuk pengantaran barang dan pemesanan makanan saja namun seiring dengan kebutuhan masyarakat yang juga meningkat sehingga Kurir magati ini juga menerima jasa antar jemput orang.

Meski terbilang baru dengan hadirnya transportasi online di Kabupaten Wajo, bidang transportasi ini selalu memperhatikan kenyamanan, keamanan serta mampu melayani pengguna atau konsumen dengan baik. Menurut Parasuraman dalam Saputra dan Shinta Tahun 2017, untuk mengukur kepuasan dari konsumen ada lima dimensi yang harus diperhatikan, yaitu Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya tanggap), Assurance (Jaminan), Empathy (Empati), dan Tangible (Produk-produk fisik). Adanya transportasi online yang baru di kota Sengkang serta banyaknya pengguna dari aplikasi Magatti yang dapat memberikan perubahan bagi kehidupan sosial masyarakat khususnya di Kota Sengkang, sehingga peneliti tertarik melakukan observasi untuk memberikan informasi tentang bagaimana kehadiran transportasi online di Kabupaten Wajo serta bagaimana pula tingkat kepuasan dari pengguna jasa transportasi online dari kurir Magatti.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat kepuasan pelanggan transportasi berbasis online di Kota Sengkang, Kabupaten Wajo terhadap kualitas layanan bukti fisik (tangible), kehandalan (reabilitas) daya tanggap (responsiveness), jamina (assurance) dan empati (empathy).

2. METODE

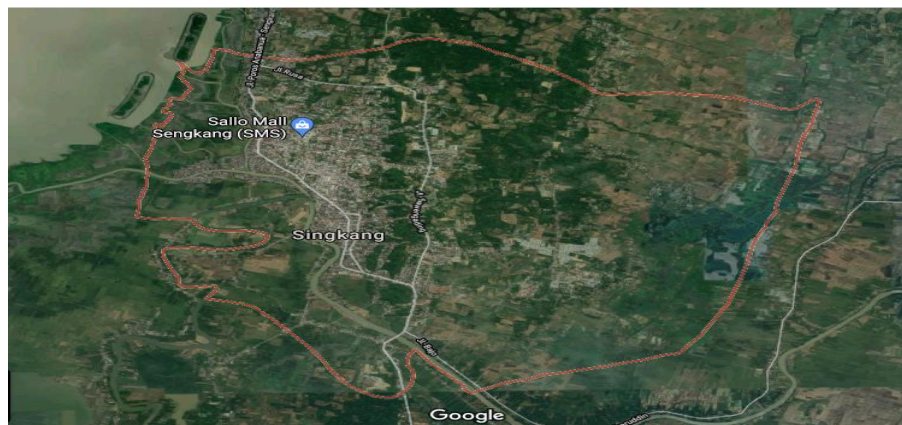
A. Ruang Lingkup Pembahasan

Batasan-batasan masalah diberikan dengan tujuan dapat memberikan arah dan keseragaman pemikiran bagi peneliti terkhusus dalam menyelesaikan penelitian, sehingga kajian penelitian dapat objektif dan sistematis dan memberikan hasil sesuai yang diharapkan. Adapun batasan-batasan masalahnya yaitu :

1. Pengambilan data dilakukan di daerah wilayah Kec. Tempe Kota Sengkang, Kabupaten Wajo
2. Pengguna jasa dari Kurir Magatti
3. Pengaruh kualitas layanan bukti fisik (tangible), kehandalan (reabilitas) daya tanggap (responsiveness), jamina (assurance) dan empati (empathy) pada tingkat kepuasan pelanggan transportasi berbasis online

B. Lokasi Penelitian

Sebagai fokus atau objek pada penelitian ini, yaitu pada aspek efektifitas, efisiensi, tarif, pelayanan dan keamanan pengguna/penumpang pada transportasi online, yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana kelima variabel berpengaruh pada tingkat kepuasan pengguna/penumpang di Kota Sengkang Kabupaten.Wajo Sulawesi Selatan dapat dilihat pada **Gambar 1** berikut:



Gambar 1 Lokasi Penelitian

C. Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode sampling untuk mendapatkan sampel. Menurut Haja et.al (2018:13) sampling merupakan suatu proses pemilihan sejumlah atau sebagian dari populasi yang digunakan untuk membuat kesimpulan dari suatu populasi hasil yang didapatkan dari sampling adalah sampel. Dengan penulis menggunakan metode sampling penulis tidak harus meneliti secara keseluruhan Pengguna Aplikasi Transportasi Online di Kota Sengkang tapi berdasarkan sampel yang didapatkan dari sampling. Menurut Sugiyono (2015:81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) target sampel diharapkan adalah orang yang memahami makna arti variabel dan indikator penelitian yang dilakukan, sehingga dapat memberi respon yang jujur terhadap kuesioner yang diberikan.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna jasa transportasi Kurir magatti di wilayah Kec. Tempe. Menurut A.Chaeril Syam sebagai direktur dari layanan jasa kurir magatti sebanyak kurang lebih 500 populasi yang menggunakan layanan aplikasi kurir magatti dalam satu hari, maka untuk mengetahui banyaknya sampel penelitian yang akan diambil yaitu dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = N / (1 + (N \times e^2)) \quad (1)$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi (540 orang / Lampiran 2)

e = Margin of error (pada penelitian ini persentase yang digunakan sebanyak 10%) atau 0,1

Perhitungan jumlah populasi berdasarkan **Persamaan 1** diatas adalah sebagai berikut

$$n = \frac{540}{1 + 540(0,1)^2}$$

$$n = \frac{540}{6,4}$$

n = 84,4 di bulatkan 100

Dari data diatas sampel untuk penelitian ini sebanyak 100 pengguna aplikasi transportasi Online di Kota Sengkang Kabupaten Wajo.

D. Metode Pengumpulan Data Primer

Pada penelitian ini, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data primer adalah dengan menggunakan instrument kuesioner. Selanjutnya kuesioner akan dibagikan kepada target responden di Kota Sengkang sebagai sampel kepada responden yang dipilih secara acak berdasar ketentuan hasil penetapan jumlah sampel melalui formulasi Slovin atau berdasar Cohen dan Roscoe, dengan target sebanyak 100 responden. Adapun data yang diperlukan pada pengambilan data primer yaitu :

1. Nama, umur dan jenis kelamin
2. Usia
3. Pekerjaan
4. Pendidikan terakhir
5. Jumlah Tanggungan
6. Kedudukan dalam keluarga
7. Kendaraan pribadi yang dimiliki
8. Tingkat penghasilan
9. Intensitas menggunakan transportasi online dalam sebulan

Dari data hasil survey yang telah terkumpul, selanjutnya dikelompokkan menjadi beberapa kategori agar dapat mempermudah penulis dalam menganalisis.

E. Instrumen Kuisisioner

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan menggunakan instrument kuisisioner dengan cara/metode angket dimana hasil skor dilakukan menggunakan skala likert. Menurut Simamora Tahun 2004 dalam Ilham dan Yamin Tahun 2020, skala likert atau *summated ratings scale* yaitu teknik yang digunakan untuk mengukur sikap dalam riset pemasaran yang dapat membuat responden mengapresiasi intensitas perasaan mereka.

Dalam penelitian ini penulis menyiapkan 5 item pertanyaan kepada responden dengan skor dari 1 sampai 5, dimana hasil skor yang dilakukan menggunakan Skala Likert berdasar

pilihan jawaban. Pilihan dibuat berjenjang mulai dari skor yang paling tinggi sampai yang paling rendah dapat dilihat pada **Tabel 1** berikut

Tabel 1 Skala Likert

| Pilihan Jawaban | Singkatan | Skor |
|---------------------|-----------|------|
| Sangat Setuju | SS | 5 |
| Setuju | S | 4 |
| Kurang Setuju | KS | 3 |
| Tidak Setuju | TS | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | STS | 1 |

Kuesioner yang telah di bagikan dan diisi oleh responden selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 24, metode ini dapat menjabarkan hasil dari penggunaan metode yang digunakan sehingga mendapatkan hasil yang baik dan jelas.

F. Metode Analisis

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda, metode ini digunakan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen yaitu pengaruh variabel tangible (Tb), reliability (Rb), responsiveness (Rp), assurance (Ar), dan empathy (Ep) dan kepuasan konsumen (KKG). Adapun bentuk persamaan dari regresi berganda yaitu

$$KKG = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e \quad (2)$$

Keterangan :

KKG = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X1 = Bukti Fisik

X2 = Keandalan

X3 = Daya Tanggap

X4 = Jaminan

X5 = Empathy

β = Koef. Perubahan yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel independen terhadap variabel independen

e = Standar error

Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu 5 variabel bebas dan 1 variabel terikat serta sub variabel atau indikator variabel, dapat dilihat dari pada **Tabel 2** berikut :

Tabel 2 Variabel dan Indikator pada Transportasi Online

| Simbol Variabel | Jenis Variabel | Simbol Indikator | Indikator |
|-----------------|----------------|------------------|--------------------------|
| X1 | Wujud Fisik | X1.1 | Keadaan Kendaraan |
| | | X1.2 | Atribut Kendaraan |
| | | X1.3 | Identitas <i>Driver</i> |
| | | X1.4 | Penampilan <i>Driver</i> |
| | | X1.5 | Kemudahan Aplikasi |
| X2 | Keandalan | X2.1 | Akurat |
| | | X2.2 | Sistem Jaringan |
| | | X2.3 | Aman |
| | | X2.4 | Efektif |

| Simbol Variabel | Jenis Variabel | Simbol Indikator | Indikator |
|-----------------|-------------------|------------------|-----------------|
| X3 | Daya Tanggap | X3.1 | Efisien |
| | | X3.2 | Kesigapan |
| | | X3.3 | Kesigapan |
| | | X3.4 | Pemesanan Cepat |
| X4 | Jaminan | X4.1 | Kesopanan |
| | | X4.2 | Terpercaya |
| | | X4.3 | Ramah |
| | | X4.4 | Aman |
| X5 | Empati | X5.1 | Kenyamanan |
| | | X5.2 | Perhatian |
| | | X5.3 | Keramahan |
| | | X5.4 | Loyal |
| | | X5.5 | Peduli |
| Y | Kepuasan Konsumen | X5.1 | Wujud Fisik |
| | | X5.2 | Keandalan |
| | | X5.3 | Daya Tanggap |
| | | X5.4 | Jaminan |
| | | X5.5 | Empati |

3. PEMBAHASAN

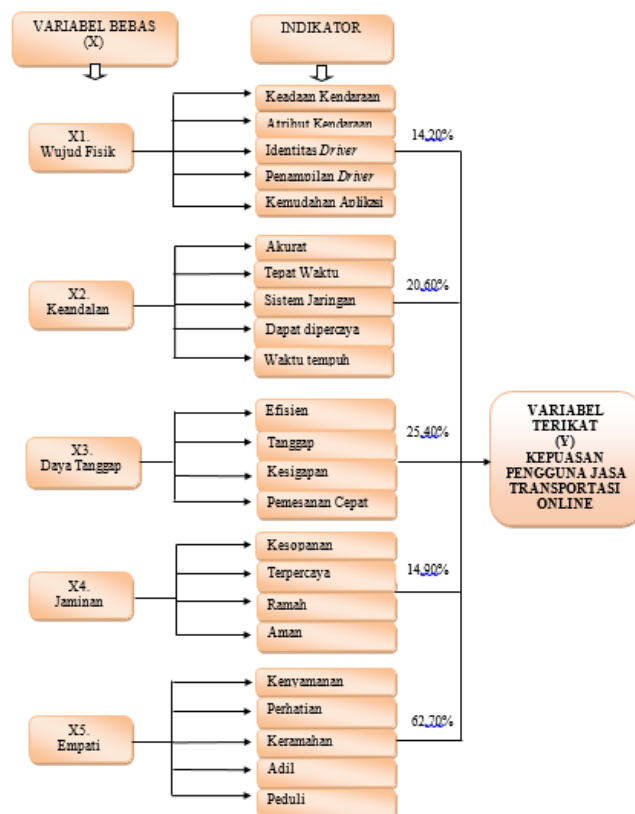
Pada pengujian regresi linear berganda bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen dengan pengaruh variabel independen model regresi linear dikatakan layak apabila angka *standar error of estimate* lebih besar dari pada standar Deviation. **Tabel 3** di bawah ini merupakan tabel hasil uji regresi liner berganda menggunakan program SPSS versi 24

Tabel 3 Uji Regresi Liner Berganda

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.271 | 1.106 | | 2.958 | .004 |
| | Wujud Fisik | .142 | .076 | .151 | 1.881 | .063 |
| | Keandalan | -.206 | .099 | -.209 | -2.074 | .041 |
| | Daya Tanggap | .254 | .085 | .230 | 2.996 | .003 |
| | Jaminan | .149 | .107 | .127 | 1.386 | .169 |
| | Empati | .627 | .089 | .660 | 7.017 | .000 |

Dari tabel 4.11, persamaan regresi linear berganda untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y) yang diperoleh dari hasil pengolahan data SPSS versi 24 sebagai berikut dapat dilihat pada **Persamaan 3** dan **Gambar 2** berikut:

$$Y = 3.271 + 0.142X_1 - 0.206X_2 + 0.254X_3 + 0.149X_4 + 0.627X_5 \quad (3)$$



Gambar 2 Nilai Koefisien Regresi X1, X2, X3, X4, dan X5 Terhadap Y
 Dari persamaan tersebut sehingga diuraikan sebagai berikut :

1. Koefisien konstanta sebesar 3.271 artinya yaitu jika variabel bukti fisik, variabel kehandalan, variabel daya tanggap, variabel jaminan dan variabel kepedulian tidak ada, maka kepuasan konsumen mejadi 3.271
2. Koefisien regresi pada variabel wujud fisik (X1) yaitu 0.142 berarah positif artinya setiap terjadi peningkatan pada kualitas bukti fisik sebesar 1 % dan variabel lainnya tetap, maka tingkat kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,142 atau 14,2%
3. Koefisien regresi pada variabel kehandalan (X2) yaitu -0,206 berarah negatif artinya setiap peningkatan pada kualitas kehandalan (X2) sebesar 1% maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,206 atau 20,6%
4. Koefisien regrasi pada variabel daya tanggap (X3) yaitu 0.254 berarah positif artinya setiap peningkatan pada kualitas daya tanggap sebesar 1 % dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,254 atau 25.4%.
5. Koefisien regrasi pada variabel jaminan (X4) yaitu 0.194 berarah positif artinya setiap peningkatan pada kualitas jamina sebesar 1 % dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,194 atau 19,4 %.
6. Koefisien regrasi pada variabel kepedulian (X5) yaitu 0.627 berarah positif artinya setiap peningkatan pada kualitas kepedulian sebesar 1% dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,627 atau 62.7%.
7. Dari ke lima nilai koefisien variabel dapat dilihat bawa nilai koefisien yang mendominasi yaitu pada variabel X5 yaitu sebesar 62,7 %, hal ini menunjukkan bahwa variabel Empati (X5) terhadap tingkat kepuasan konsumen.

4. PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan adalah variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa Kurir Magtti yaitu pada variabel Kepedulian/Empati dengan nilai sebesar 62,7%, selanjutnya berurut- turut yaitu variabel Daya Tanggap memiliki pengaruh sebesar 25,4%, variabel Kehandalan memiliki pengaruh sebesar 20,6%, dan untuk variabel Jaminan (X4) dan Bukti Fisik (X1) memiliki pengaruh sebesar 14,9 % dan 14,2%. Dan untuk Indikator paling berpengaruh yaitu pada indikator Adil dengan pertanyaan Kurir magatti tidak membedakan jarak pengguna, keselamatan dan kenyamanan pengguna dengan nilai sebesar 12,96 %, dan indikator yang memiliki pengaruh paling rendah terhadap tingkat kepuasan pengguna yaitu pada indikator X1.3 dengan pertanyaan penggunaan identitas pada driver dengan nilai sebesar 2,78%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Agar dapat lebih meningkatkan kepuasan kepada penumpang atau pengguna maka sebaiknya pihak Kurir Magatti dapat memperhatikan bukti fisik berupa kelengkapan atribut kendaraan dan driver itu sendiri agar konsumen dapat menciptakan keamanan dan kepercayaan kepada penumpang sehingga merasa puas,
2. Pihak Kurir Magatti juga harus memperhatikan kepedulian dalam pelayanan seperti memberi salam atau senyuman yang ramah kepada penumpang agar menimbulkan rasa nyaman dan puas.
3. Meskipun penumpang sudah merasa puas dengan pelayanan Kurir Magatti pada variabel kehandalan, daya tanggap dan jaminan, namun pihak Kurir Magatti harus tetap mempertahankan atau lebih meningkatkan lagi pelayanan yaitu, untuk segi kehandalan pihak Kurir Magatti tetap mengantarkan pelanggan atau pesanan sesuai tujuan yang tepat, menjaga keamanan dalam melayani pelanggan. Untuk segi daya tanggap pihak Kurir Magatti tetap sigap dalam pelayan terutama saat ada masalah baik saat pemesanan maupun pada pengantaran. Dan dari segi kepedulian, pihak Kurir Magatti tetap menerima masukan atau pun keluhan dari penumpang atau pengguna.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Alfadri, Ferri. 2018. “ Pengaruh Adanya Transportasi Online Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Melalui Variabel Pengangguran Di Kota Medan”. Prodi Ekonomi Syariah UINSU. Medan.
- Andesta, N. 2010. Analisis Pemilihan Moda Transportasi Online dan Angkutan Konvensional. 227- 249
- Aziah, A., & Rabia, P. 2018. Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia) . Cakrawala, 18 (2), 149-156. <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>.
- Darman, D.M., Restuhadi, F., & Eliza. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Pasar Buah Sudirman Kota Pekanbaru). Jom Faperta, 2 (1), 1-10.
- Fandy Tjiptono, et Al., Pemasaran Stratejik (Yogyakarta : Andi, 2008), h.37

- Haja, M.V., Lumenta, AS, M., Paturusi, SD, E. 2018. Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Transportasi Online Di Kota Manado. *Jurnal Teknik Informatika*, 13 (4).
- Hamidah, Cut. 2015. Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan akuntansi*. Universitas Serambi Mekkah Banda Aceh.
- Hamzah . 2021. “Analisis Komparasi Layanan Angkutan Online dan Konvensional Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di Kota Makassar”. Prodi Magister Teknik Sipil. Universitas Muslim Indonesia.
- Ilham, M., & Yamin, Mujri. 2020. “Analisi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Jasa Tansportasi Grab Online di Daerah Perkotaan (Studi Kasus Kota Makassar). Fakultas Teknik. Universitas Muslim Indonesia.
- Iqram, I. 2020. Studi Karakteristik Aktivitas dan Prjalanan Pengguna Ojek Online di Kota Makassar. Fakultas Teknik Sipil. Universitas Hasanuddin.
- Munandar, J, M & Munthe, R, C. 2019. How Technology Affects Behavioral Intention (Case Study of Online Transportation in Indonesia and Thailand). *The South Eas Asian Journal of Manajemen*, 13 (2), 222-236.
- Napitupulu, R, CC., Wicaksono, A., Anwar, M, R. 2012. Kajian Kepuasan Masyarakat Kota Malang Terhadap Kualitas Layanan Angkutan Umum Dengan Menggunakan Metode Structural Equation Modeling (SEM). *Jurnal Teknik Sipil*, 6 (2). 106-114
- Pandensolang, Y, C. 2014 “Landasan Konseptual Perencanaan Dan Perancangan Pengembangan Stasiun Kereta Api Tanjung Karang Di Lampung”. Fakultas Teknik. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Pasharibu, Y, et al. 2018. Harga Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan pada Transportasi Online terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21 (2). 240-264.
- Pramudyo, Anung. 2012 “Pengaruh Citra Merk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening”. *Jurnal JBMA*, 1 (1). 2252-5483.
- Rasyid, Harun, Al. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica*, 1 (2), 210-223.
- Resusun, A, R., Tumbel, A., dan Mandagie, Y. 2019. Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Online Gojek dan Grab pada Mahasiswa Fakultas Teknik Mesin Unsrat. *Jurnal EMBA*, 7 (4), 6030-6036.
- Rosyidi, M, A. 2018. Pengaruh Brand Image Kualitas Pelayanan dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Gojek Di Kabupaten Jember. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Jember.
- Said, L, B, et all. 2017. Perilaku Masyarakat Pengguna Transportasi Pribadi di Makassar Sulawesi Selatan Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 7 (3), 131-135.
- Sapurta, Y, S., & Hati, S, W. 2017. Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Ojek Online (Wakjek) Di Kota Batam. *Jurnal of appllied business administration*, 1 (1), 96-121.
- Sugiono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta.

- Suryawardani, B., & Wulandari, A. 2020. Faktor Penentu Perilaku Peralihan Pelanggan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Transportasi Online di Kota Bandung. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11 (1), 12-26.
- Syahrum, & Salim. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Ciptapustaka Media.
- Thahir, T. 2020. *Meneropong Masa Depan Transportasi Berkelanjutan*. Makassar : Nas Media Pustaka
- Thahir, M, et all. 2018. The Analysis of Socio-Economic Characteristics of Publik Transport User in Makassar, Indonesia. *International journal of penelitian ilmiah dan publikasi*, 8 (11).
- Thahir, M et all. 2019 . Modeling User Peseption Of Sustainable Public Transportation In Makassar City Indonesia. *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)*, 10 (2), 1656-1656.
- Wicaksono, Y, I., & Siswanto, J. 2014. Analisis Perilaku Pengguna Angkutan Umum Transportasi Antar Moda. *Jurnal Teknik*, 35 (1), 33-41.
- Widjaja, A, et all. 2019. The Relationship between Customer Satsfaction and Loyalty : Evidence on Online Transportation Services in Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering (ijasre)*, 5 (4), 214-222.