

PENGARUH *VOUCHER GRAB UNLIMITED* TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA UBM SERPONG DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI GRAB

The Influence of Grab Unlimited Vouchers on the Loyalty of UBM Serpong Students in Using the Grab Application

Yenny Chie Oi Yen¹⁾, Shirleen Alysia Valencia²⁾, dan I Gede Wisnu Satria Chandra Putra³⁾

¹⁾Program Studi Bisnis Digital/Universitas Bunda Mulia

²⁾Program Studi Bisnis Digital/Universitas Bunda Mulia

³⁾Program Studi Bisnis Digital/Universitas Bunda Mulia

Diajukan 28 Juni 2024 / Disetujui 30 Juli 2024

Abstrak

Grab merupakan layanan transportasi online yang sangat populer di Indonesia. Penelitian ini membahas pengaruh voucher diskon Grab Unlimited terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Bunda Mulia (UBM) Kampus Serpong dalam menggunakan aplikasi Grab. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah insentif voucher yang diberikan Grab dapat berdampak terhadap meningkatnya loyalitas pengguna. Metode pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan menggunakan kuesioner kepada 102 mahasiswa UBM Serpong yang telah menggunakan aplikasi Grab dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, serta uji regresi linear sederhana. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua indikator valid dengan nilai r hitung lebih besar dari 0,3. Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,898, yang menunjukkan data yang reliabel. Uji normalitas menggunakan Q-Q plot dan uji Skewness dan Kurtosis menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Uji heteroskedastisitas dengan scatterplot menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Data kemudian dianalisis menggunakan teknik regresi linear sederhana untuk menguji hipotesis yang diajukan. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pemberian voucher Grab Unlimited dan loyalitas pengguna terhadap aplikasi Grab ($p < 0,05$). Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya strategi pemasaran berbasis voucher untuk meningkatkan loyalitas pengguna dalam aplikasi layanan transportasi online. Dengan begitu, perusahaan dapat memanfaatkan strategi pemberian voucher untuk mempertahankan loyalitas pengguna.

Kata Kunci: Voucher, Loyalitas, Grab, Transportasi Online, Mahasiswa.

Abstract

Grab is a very popular online transportation service in Indonesia. This study discusses the effect of Grab Unlimited discount vouchers on the loyalty of students at Universitas Bunda Mulia (UBM) Serpong Campus in using the Grab application. This research aims to evaluate whether the voucher incentives provided by Grab can have an impact on increasing user loyalty. Data collection methods were carried out through surveys using questionnaires to 102 UBM Serpong students who had used the Grab application using purposive sampling techniques. The methods used include validity tests, reliability tests, normality tests, and simple linear regression tests. The validity test results show that all indicators are valid with a calculated r value greater than 0.3. The reliability test shows a Cronbach's Alpha value of 0.898, indicating reliable data. The normality test using the Q-Q plot and the Skewness and

*Korespondensi Penulis:

E-mail: s35210075@ubm.ac.id

Kurtosis test show that the data are normally distributed. The heteroscedasticity test using a scatterplot shows no symptoms of heteroscedasticity. The data were then analyzed using simple linear regression techniques to test the proposed hypothesis. The analysis results show a significant influence between the provision of Grab Unlimited vouchers and user loyalty to the Grab application ($p < 0.05$). The implications of this study highlight the importance of voucher-based marketing strategies to increase user loyalty in online transportation service applications. This way, companies can utilize voucher strategies to maintain user loyalty.

Keywords: Voucher, Loyalty, Grab, Online Transportation, Students.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi membuat terjadinya perubahan pada layanan transportasi di Indonesia, hal ini terlihat dengan banyaknya layanan transportasi *online* yang berkembang di Indonesia. Transportasi *online* merupakan layanan jasa transportasi yang hampir seluruh transaksinya dilakukan melalui aplikasi, sehingga mempermudah masyarakat terutama para mahasiswa untuk menikmati layanan transportasi *online* (Arisanty & Farida, 2018).

Terdapat beberapa transportasi *online* yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, seperti Grab, Gojek, Maxim, dan InDrive. Hasil survei yang dilakukan pada Agustus-September 2022 menunjukkan bahwa Gojek menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan dan Grab berada pada urutan kedua sebagai layanan transportasi masyarakat Indonesia (Ahdiat, 2022).

Grab adalah sebuah aplikasi online yang berdiri di tahun 2012 yang bermula dari aplikasi pemesanan taksi, kemudian berkembang menjadi platform yang menyediakan layanan dan fitur-fitur seperti pengantaran (*GrabFood*, *GrabMart*, *GrabExpress*, *GrabJastip*), transportasi (*GrabBike*, *GrabCar*, *GrabRent*, *GrabElectric*, *GrabGerak*), jasa keuangan (pembayaran, asuransi, pulsa/token, pembayaran tagihan), dan juga kesehatan (Grab.com, n.d.).

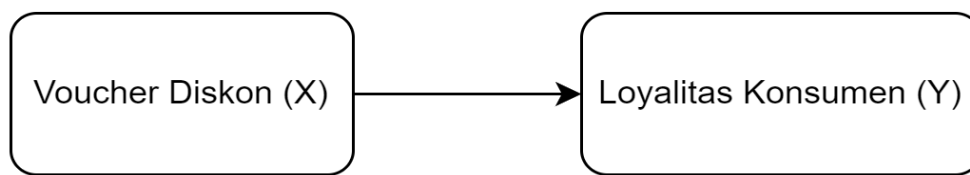
Salah satu aset penting yang harus dimiliki oleh Grab untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan yaitu loyalitas pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli maupun mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan. Loyalitas ini dapat diartikan sebagai kesetiaan pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan secara berulang - ulang. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan memberikan berbagai insentif kepada pelanggan. Insentif tersebut dapat berupa diskon, hadiah atau *voucher*.

Voucher yang dimaksud ada yang berupa *voucher* yang diberikan oleh grab untuk pengguna atau *voucher* grab *unlimited*. *Voucher* Grab *Unlimited* dapat membantu mengurangi biaya pengguna dalam melakukan transaksi pada aplikasi Grab dengan memberikan konsumen diskon 15% sampai dengan potongan harga sebesar Rp 10.000,00 dalam berbagai transaksi yang dilakukan pada aplikasi Grab.

Selain itu terdapat juga penelitian terdahulu yang melakukan penelitian mengenai pengaruh *voucher* gratis ongkos kirim Shopee Indonesia terhadap loyalitas pelanggan di Desa Babelan Kota, dan mendapatkan hasil bahwa loyalitas pelanggan terhadap oleh *voucher* gratis ongkos kirim Shopee Indonesia secara parsial, yaitu dengan *voucher* gratis ongkos kirim akan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan sehingga pelanggan akan melakukan pembelian ulang (Widjanarko et al., 2023).

Metode Penelitian

1. Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual yang tersaji dalam Gambar 1, terlihat bahwa penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu *voucher* diskon sebagai variabel independent atau X, serta loyalitas konsumen sebagai variabel dependen atau Y. Menurut Wahyudi (2017) terdapat beberapa indikator pada variabel *voucher* yaitu frekuensi diskon, besaran diskon, dan waktu pemberian diskon.

Pada penelitian ini akan mencari tahu apakah terdapat pengaruh dari *voucher* terhadap loyalitas konsumen. Untuk mengetahui hal tersebut maka pada penelitian ini akan dilakukan beberapa pengujian seperti validitas, reliabilitas, normalitas, uji regresi linear sederhana, dan uji parsial (uji T).

2. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang sudah dijabarkan sebelumnya oleh peneliti, didapatkan hipotesis awal untuk penelitian ini sebagai berikut:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dengan adanya voucher Grab unlimited terhadap loyalitas mahasiswa UBM Serpong terhadap aplikasi Grab.

H₁ : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dengan adanya voucher Grab unlimited terhadap loyalitas mahasiswa UBM Serpong terhadap aplikasi Grab.

3. Sampel Penelitian

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability* dengan teknik *purposive sampling*. *Non-probability* merupakan metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang dan kesempatan yang sama kepada setiap unsur populasi untuk dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2018). Terdapat beberapa karakteristik sampel yang harus dipenuhi pada penelitian ini yaitu sampel merupakan Mahasiswa strata 1 UBM Serpong, berusia 18-24 tahun, pernah menggunakan aplikasi Grab, mengetahui bahwa terdapat *voucher* Grab.

Pada penelitian ini besarnya sampel yang akan digunakan ditentukan dengan melakukan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan total targetnya yaitu 8.460 Mahasiswa Universitas Bunda Mulia, angka tersebut didapatkan dari data yang terdapat pada *website* pddikti kemdikbud. Adapun berikut ini merupakan rumus dan perhitungannya :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N= Ukuran Populasi

E= Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e = 0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut :

Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi jumlah besar

Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi jumlah kecil

Persentase kelonggaran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 0,1 atau 10% dan ukuran populasi sama dengan targetnya yaitu 8.460 populasi. Dan berikut perhitungannya :

$$n = \frac{8.460}{1 + 8.460 (0,1)^2}$$
$$n = 98,83 = 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas didapatkan hasil 98,83 yang dibulatkan menjadi 100. Dengan berdasarkan hal tersebut maka pada penelitian ini diperlukan 100 responden untuk mengisi kuesioner yang akan disebarakan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2020), terdapat empat macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan survei. Dalam penyusunan proposal penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan metode survei, menggunakan perhitungan kuantitatif dengan memberikan kuesioner kepada responden penelitian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Hasil Dan Pembahasan

Deskripsi Responden

Pihak yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah para Mahasiswa Universitas Bunda Mulia Kampus Serpong. Pada penelitian ini terdapat 2 kategori yang digunakan untuk melihat karakteristik dari responden yaitu jenis kelamin dan domisili. Adapun keterangannya terdapat pada tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase
Laki-laki	42	41,18%
Perempuan	60	58,82
Total	102	100%

Jika dilihat dari tabel 1 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dari 102 responden didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 60 orang atau jika dipersentasekan sebesar 58,82%. Dan untuk responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 42 orang dan jika dipersentasekan sebesar 41,18%.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Frekuensi (Orang)	Persentase
Tangerang	50	49,02%
Tangerang Selatan	24	23,53%
Kabupaten Tangerang	18	17,65%
Bogor	3	2,94%
Jakarta	7	6,86%
Total	102	100%

Berdasarkan data uji frekuensi berdasarkan domisili yang dilampirkan pada tabel 2 dari 102 responden sebanyak 50 responden berdomisili di Tangerang, sebanyak 24 responden berdomisili di Tangerang Selatan, sebanyak 18 responden berdomisili di Kabupaten Tangerang, sebanyak 3 responden berdomisili di Bogor, dan sebanyak 7 responden berdomisili di Jakarta.

Uji Validitas

Pengujian ini berdasarkan dengan yang diungkapkan oleh (Sugiyono, 2015) yaitu jika nilai r hitung bernilai positif atau lebih besar dari r kritis yaitu 0,3 maka data tersebut dapat dikatakan valid. Adapun pengujian validitas pada penelitian ini terlampir pada tabel sebagai berikut.

Tabel 3. Uji Validitas

Indikator	r Hitung	r Kritis	Keputusan
FDQ1	0,669	0,3	VALID
FDQ2	0,486	0,3	VALID
BDQ1	0,443	0,3	VALID
BDQ2	0,528	0,3	VALID
WPQ1	0,487	0,3	VALID
WPQ2	0,502	0,3	VALID

TQ1	0,638	0,3	VALID
TQ2	0,618	0,3	VALID
ECQ1	0,683	0,3	VALID
ECQ2	0,621	0,3	VALID
SCQ1	0,723	0,3	VALID
SCQ2	0,762	0,3	VALID
WOQ1	0,829	0,3	VALID
WOQ2	0,796	0,3	VALID
CQ1	0,666	0,3	VALID
CQ2	0,668	0,3	VALID

Berdasarkan tabel 4.2.1.1 diketahui bahwa nilai r hitung yang dimiliki oleh seluruh indikator pada variabel X dan variabel Y lebih besar dibandingkan dengan r kritis yang telah ditentukan yaitu 0,3. Maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah jawaban yang didapatkan dari kuesioner reliabel atau tidak. Data kuesioner dapat dikatakan reliabel ketika data yang didapatkan tetap konsisten setelah dilakukan pengujian secara berulang-ulang pada subjek dan kondisi yang sama. Selain itu juga sebuah data dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2018), dengan masing - masing indikator dimensi memiliki nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* yang lebih kecil dari nilai *Cronbach Alpha*.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

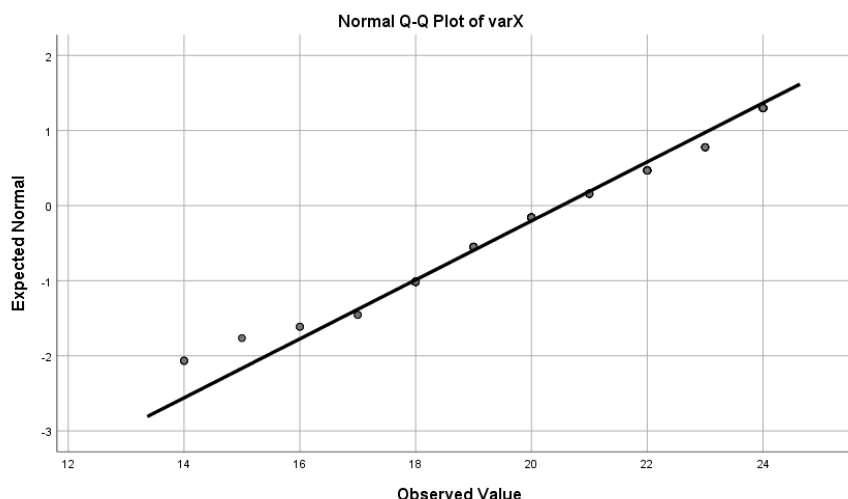
<i>Cronbach's Alpha</i>	0,898	
Item-total statistic	Indikator	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
	FDQ1	0,890
	FDQ2	0,896

	BDQ1	0,897
	BDQ2	0,895
	WPQ1	0,898
	WPQ2	0,896
	TQ1	0,892
	TQ2	0,892
	ECQ1	0,890
	ECQ2	0,892
	SCQ1	0,890
	SCQ2	0,887
	WOQ1	0,884
	WOQ2	0,885
	CQ1	0,890
	CQ2	0,890

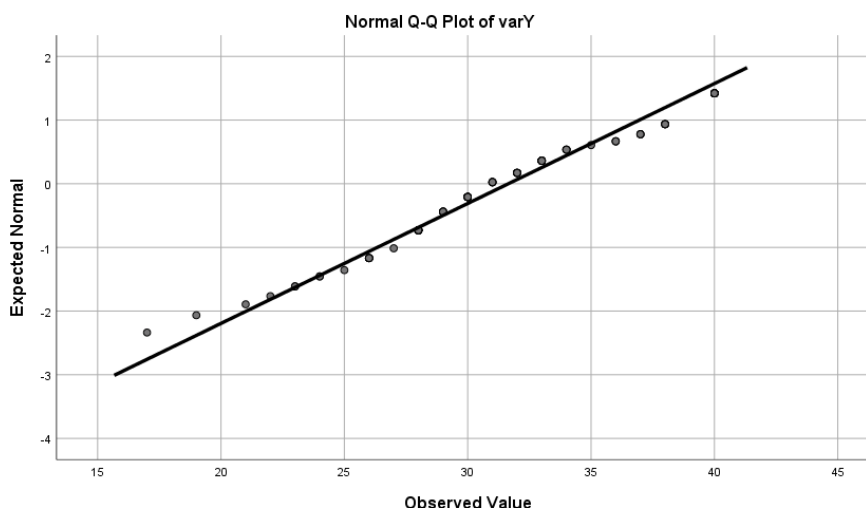
Pada tabel 4 didapatkan hasil nilai *cronbach's alpha* dan nilai *cronbach's alpha if item deleted* dari setiap indikator. Berdasarkan hasil yang didapatkan maka dapat disimpulkan bahwa data yang didapatkan reliabel, karena nilai *cronbach's alpha* yang didapatkan lebih besar dari 0,6 dan nilai *cronbach's alpha if item deleted* dari setiap indikator lebih kecil dibandingkan dengan *cronbach's alpha*.

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk melihat apakah sebaran data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini, dilakukan uji normalitas dengan Q-Q plot dan uji Skewness dan Kurtosis.



Gambar 2. Grafik Q-Q Plot Variabel X



Gambar 3. Grafik Q-Q Plot Variabel Y

Suatu set data dikatakan mempunyai persebaran normal apabila data tersebar di sekitar garis. Berdasarkan gambar di atas, dapat terlihat bahwa titik-titik nilai data cenderung menyebar di sekitar garis linear. Maka, dapat disimpulkan bahwa persebaran data variabel X dan variabel Y berdistribusi secara normal.

Untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat, peneliti melakukan uji Skewness dan Kurtosis untuk membuktikan bahwa data secara statistik telah terdistribusi secara normal. Data berdistribusi normal apabila nilai skewness berada di antara -2 dan +2 serta nilai kurtosis berada di antara -7 dan +7 (Bryne, 2010).

Tabel 5. Uji Skewness dan Kurtosis

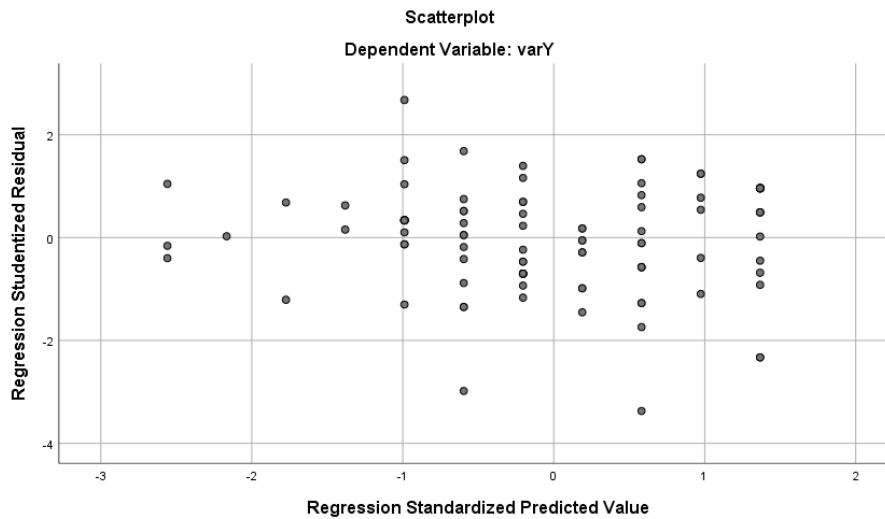
Variabel	Skewness	Kurtosis

*Korespondensi Penulis:
 E-mail: s35210075@ubm.ac.id

	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Variabel X	-0,377	0,239	-0,284	0,474
Variabel Y	-0,55	0,239	-0,335	0,474

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai dari skewness dari variabel X berada di rentang -2 dan +2, serta nilai kurtosis berada di rentang -7 dan +7. Selain itu, variabel Y dalam tabel juga menunjukkan hal yang sama, yaitu berada nilai dari skewness yang berada di rentang -2 dan +2, serta nilai kurtosis yang berada di rentang -7 dan +7. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa data berdistribusi secara normal.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Grafik Scatterplot

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji scatterplot. Grafik scatterplot di atas menunjukkan titik-titik yang menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 6. Coefficients

Model	Unstandarized B	Coefficients Std. Error	Standarized Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	6,518	3,487		1,869	0,065
VarX	1,225	0,169	0,558	7,262	0,000

*Korespondensi Penulis:
 E-mail: s35210075@ubm.ac.id

Dari tabel di atas, dengan menggunakan persamaan regresi linear sederhana, yaitu $Y = a + bX$, maka didapat persamaan regresi linear dalam hasil penelitian ini, yaitu $Y = 6,518 + 1,225X$. Persamaan regresi linear sederhana tersebut mempunyai beberapa makna, sebagai berikut:

1. Nilai a merupakan angka konstan yang didapat dari *unstandardized coefficients*, dimana dalam penelitian ini adalah sebesar 6,158. Angka konstan ini mengindikasikan bahwa jika tidak terdapat variabel *voucher* diskon (X), maka nilai konsisten dari loyalitas konsumen adalah sebesar 6,158.
2. Nilai b merupakan angka koefisien regresi, dimana dalam penelitian ini adalah sebesar 1,225. Angka koefisien ini mengindikasikan bahwa setiap penambahan sebesar 1% dari nilai *voucher* diskon (X), maka minat beli akan bertambah sebesar 1,255. . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *voucher* diskon (X) berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas konsumen (Y), artinya ketika nilai variabel X meningkat, maka nilai variabel Y cenderung meningkat juga.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 7. One Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VarX	102	20,5196	2,54749	0,25224

Tabel 8. One-Sample Test

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
VarX	81,350	101	0,000	20,51961	20,0192	21,0200

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai signifikansi adalah sebesar 0,000, yaitu lebih besar dari 0,05, sehingga H1 dapat diterima. Selain itu, diketahui juga nilai t adalah sebesar 81,350. Selanjutnya, nilai t tabel diperoleh dengan menggunakan rumus *degree of freedom* (df), dengan jumlah sampel sebesar 102 (n) dan variabel sebanyak 2 (k), yaitu sebagai berikut:

$$df = n - k$$

$$df = 102 - 2$$

$$df = 100$$

Sehingga, didapat nilai derajat bebas sebesar 100, dengan digunakan nilai alpha untuk pengujian hipotesis penelitian ini yaitu sebesar 5%, sehingga menurut tabel signifikansi, didapatkan nilai sebesar 1,984. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung > t tabel ($81,350 > 1,984$). Berdasarkan nilai signifikansi dan t hitung yang didapat, peneliti dapat menolak H0 dan menerima H1 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *voucher* diskon Grab *Unlimited* terhadap loyalitas pengguna aplikasi Grab.

Pembahasan

Dengan berdasarkan pengujian yang telah dilakukan terhadap data yang telah dikumpulkan, peneliti mendapatkan hasil bahwa variabel X yaitu *voucher* Grab memiliki pengaruh terhadap variabel Y yaitu loyalitas Mahasiswa UBM Serpong dalam menggunakan aplikasi Grab. Hal ini disimpulkan berdasarkan uji T yang sudah dilakukan oleh peneliti yang mendapatkan hasil bahwa nilai t hitung yang dimiliki oleh variabel X lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t tabel. Selain itu juga dengan

*Korespondensi Penulis:

E-mail: s35210075@ubm.ac.id

berdasarkan uji validitas dan reliabilitas yang sudah dilakukan mendapatkan hasil bahwa data-data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti valid dan reliabel.

Simpulan

Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan pada segala bidang kehidupan masyarakat, terutama dalam bidang transportasi. Dapat dilihat pada saat ini ketika ingin melakukan perjalanan tidak perlu bingung untuk mencari transportasi karena sudah terdapat aplikasi yang menyediakan layanan transportasi secara *online*, sehingga dengan adanya hal ini masyarakat dapat memesan transportasi melalui mana saja dan kapan saja.

Layanan transportasi *online* pada saat ini tidak hanya mempermudah masyarakat untuk melakukan perjalanan saja, tetapi juga membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya seperti membeli makanan ataupun kebutuhan sembako lainnya. Pada saat ini banyak perusahaan yang bergerak pada bidang transportasi *online* ini dan menyebabkan persaingan yang cukup ketat. Para perusahaan berusaha untuk melakukan segala hal seperti menawarkan *voucher* potongan agar para pelanggan tertarik untuk menggunakan layanan yang mereka tawarkan dalam jangka panjang. Dengan berdasarkan hal tersebut peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari pemberian *voucher* terhadap loyalitas mahasiswa UBM Serpong untuk menggunakan aplikasi Grab.

Dalam penelitian yang dilakukan peneliti melakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap data-data yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada Mahasiswa yang sedang mengenyam pendidikan di Universitas Bunda Mulia Kampus Serpong dan mendapatkan hasil bahwa data yang sudah dikumpulkan reliabel dan valid. Selain itu peneliti juga melakukan uji T untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen, adapun hasil dari pengujian ini yaitu terdapat pengaruh pada pemberian *voucher* terhadap loyalitas Mahasiswa UBM Serpong dalam menggunakan aplikasi Grab. Dengan berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H0 ditolak dan hipotesis H1 diterima.

Daftar Pustaka

- About us. (n.d.). Grab ID. <https://www.grab.com/id/about/>
- Ahdiat, A. (2022, December 18). *Gojek vs Grab, Mana yang Konsumennya Lebih Banyak? | Databoks*. Databoks.katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/gojek-vs-grab-mana-yang-konsumennya-lebih-banyak>
- Arisanty, D., & Farida, L. E. (2018). Perkembangan Layanan Transportasi Masyarakat di Era Digital (Studi tentang Ojek Online "GO-JEK" di Banjarmasin). in *Prosiding Seminar Nasional ASBIS*, 113-120.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS iEdisi Kesembilan*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip, and Keller. (2016). *Marketing Manajemen 15th Edition*, Person Education, Inc
- PDDikti. (n.d.). Pddikti.kemdikbud.go.id. Retrieved July 23, 2024, from https://pddikti.kemdikbud.go.id/detail-pt/PB115SVu5_LZF8dsTm7XG1R1TMst9nn-apvK6B4qd0Lvt1J_R-i-r5DnKI3gKPRIzDVw8w==
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Wahyudi, W. (2017). Implementation State Defense Values to Strengthen Border Community. *Jurnal Pertahanan*, 3(2), 163. <https://doi.org/10.33172/jp.v3i2.221>

Widjanarko, W., Saputra, F., & Hadita, H. (2023). Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 678–685. <https://doi.org/10.31933/jimt.v4i5.1540>