

Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi dalam Menggunakan Transportasi Ojek Online Gojek

Ihham Dzulhajj Lazuardi *, Dewi Rahmi

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

dzulhajjilham@gmail.com, dewirahmi@gmail.com

Abstract. The development of transportation infrastructure in Bandung, supported by technological integration through online ride-hailing services like Gojek, has become a key solution to meeting mobility needs amidst urban challenges such as traffic congestion and limited public transportation. This study aims to analyze four key factors—price, comfort and safety, time, and driver service—that influence public preferences for using Gojek's online transportation services in Bandung. The research employs descriptive statistical analysis methods, utilizing both secondary data from various references and primary data collected through questionnaires using a Likert scale distributed to Gojek users. The sampling technique applied is convenience sampling. The results indicate that price, driver service, comfort and safety, and time are influential factors in user preferences. Among these, price emerges as the most dominant factor, with the highest average score of 341.4, followed by driver service (334.4), comfort and safety (333.11), and time (329.6). The prominence of price underscores its significant role in determining user preferences.

Keywords: *Online Transportation, Price, Time, Driver Service.*

Abstrak. Peningkatan infrastruktur transportasi di Kota Bandung, didukung oleh integrasi teknologi melalui layanan ojek online seperti Gojek, telah menjadi solusi utama untuk memenuhi kebutuhan mobilitas masyarakat di tengah tantangan perkotaan seperti kemacetan dan keterbatasan transportasi umum. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis empat faktor utama harga, kenyamanan dan keamanan, waktu, serta pelayanan pengemudi yang memengaruhi preferensi masyarakat dalam menggunakan layanan transportasi online Gojek di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, dengan data yang terdiri dari data sekunder yang diperoleh dari berbagai referensi, serta data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert kepada pengguna Gojek. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode convenience sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor harga, pelayanan pengemudi, kenyamanan dan keamanan, serta waktu berpengaruh terhadap preferensi pengguna. Di antara faktor-faktor tersebut, harga menjadi yang paling dominan dengan skor rata-rata tertinggi sebesar 341,4, diikuti oleh pelayanan pengemudi (334,4), kenyamanan dan keamanan (333,11), serta waktu (329,6). Dominasi faktor harga menegaskan bahwa aspek ini sangat menentukan dalam preferensi masyarakat.

Kata Kunci: *Transportasi Online, Harga, Waktu, Pelayanan Pengemudi.*

A. Pendahuluan

Perkembangan infrastruktur dan layanan transportasi di Indonesia, khususnya di Bandung, telah mengalami kemajuan yang signifikan selama dekade terakhir. Peningkatan ini tidak hanya terlihat pada proyek-proyek fisik seperti pembangunan jalan tol dan jalur kereta cepat, tetapi juga pada integrasi teknologi dalam sektor transportasi, terutama melalui layanan ojek online seperti Gojek.

Kota Bandung sebagai kota terbesar ketiga di Indonesia yang memiliki jumlah penduduk terpadat keempat di Indonesia dan urutan pertama penduduk terpadat di Jawa Barat. Kota Bandung merupakan kota dengan pertumbuhan ekonomi yang sangat tinggi. Potensi yang dimiliki oleh Kota Bandung yang sangat beragam, sehingga dapat menjadi modal kuat untuk terus melakukan pembangunan. Perkembangan Kota Bandung di berbagai bidang sektor ekonomi, sosial, maupun pariwisatanya yang membuat kota ini menjadi salah satu kota yang menarik untuk menjadi tujuan masyarakat dari kota sekitar (urbanisasi) untuk mencoba peruntungan atau mengadu nasib sehingga jumlah penduduk yang semakin meningkat dan kebutuhan akan lahan pemukiman di Kota Bandung yang juga terus meningkat.

Kota Bandung memiliki letak yang strategis sehingga memudahkan perkembangan roda perekonomian dan penjaminan keamanan, karena daerah Bandung terletak di poros jalan raya jika dilihat dari garis Utara-Selatan. Selain itu, Bandung pun terhubung dengan wilayah perkebunan Subang dan Pangalengan, lalu pada bagian Barat-Timur menjadi penghubung jalur dengan Ibu Kota Jakarta. Kota Bandung ini menjadi salah satu kota yang memiliki keunggulan baik dalam aspek komparatif maupun kompetitif karena memiliki lokasi yang strategis yang memudahkan dalam menjalin kerjasama maupun melaksanakan aktivitas para diplomasi dengan Kota atau Provinsi lainnya (Firdayana, 2017).

Seiring dengan peningkatan jumlah penduduk di kota Bandung, kebutuhan akan moda transportasi yang cepat, terjangkau, dan nyaman semakin meningkat. Transportasi ojek *online* seperti Gojek telah menjadi bagian integral dari gaya hidup masyarakat perkotaan, termasuk di Bandung. Pertumbuhan layanan ini didorong oleh kemudahan akses, fleksibilitas, dan biaya yang terjangkau. Di Kota Bandung, populasi yang terus meningkat, menjadi salah satu faktor utama yang mendukung perkembangan sektor transportasi ini.

Pertumbuhan penduduk di Kota Bandung menunjukkan peningkatan yang konsisten setiap tahunnya dari tahun 2018 hingga 2023. Pada tahun 2018, jumlah penduduk tercatat sebanyak 2.483.278 jiwa, dan angka ini terus meningkat hingga mencapai 2.710.234 jiwa pada tahun 2023. Peningkatan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti daya tarik Kota Bandung sebagai pusat pendidikan dan ekonomi. Hal ini menegaskan posisi Kota Bandung sebagai salah satu kota besar yang terus berkembang di Indonesia. Dengan adanya pertumbuhan jumlah penduduk, potensi pasar untuk layanan transportasi online seperti Gojek semakin meningkat, dan permintaan untuk layanan transportasi yang efisien dan terjangkau diperkirakan akan terus naik.

Selain itu, terjadi perubahan signifikan dalam jumlah angkutan umum di Kota Bandung dari tahun 2020 hingga 2024. Jumlah angkot mengalami penurunan setiap tahunnya, dari 3.000 unit menjadi 2.400 unit, menunjukkan penurunan sebesar 600 unit. Sebaliknya, jumlah taksi meningkat dari 1.000 unit menjadi 1.400 unit, dan jumlah ojek juga meningkat secara signifikan. Penurunan jumlah angkot mungkin disebabkan oleh menurunnya popularitas atau efisiensi layanan angkot. Di sisi lain, peningkatan jumlah taksi dan ojek mencerminkan peningkatan permintaan dan popularitas layanan tersebut.

Perubahan ini menunjukkan bahwa ojek dan taksi semakin diminati dibandingkan angkot dalam lima tahun terakhir, memperkuat kebutuhan akan layanan transportasi yang efisien dan terjangkau di Kota Bandung.

Tabel 1. Layanan Transportasi *Online* di Kota Bandung

Layanan Transportasi	Jumlah Pengguna (Perkiraan)
Gojek	1,3 Juta
Maxim	950 Ribu
inDrive	750 Ribu
Grab Driver	500 Ribu
Taxsee Driver	300 Ribu

Sumber: Katadata, 2023

Layanan transportasi Gojek muncul sebagai platform paling dominan dengan batang biru yang mewakili jumlah pengguna mencapai sekitar 1,3 juta. Ini mengindikasikan bahwa Gojek menjadi pilihan utama masyarakat dalam layanan transportasi *online*. Sementara Grab Driver sekitar 500 ribu, mengindikasikan frekuensi penggunaan atau pendapatan per pengguna yang lebih rendah dibandingkan jumlah total pengguna. Perbedaan ini menunjukkan bahwa meskipun banyak orang yang menggunakan Gojek, mereka mungkin tidak menggunakan layanan ini secara sangat sering, atau pendapatan yang dihasilkan per pengguna masih relatif lebih rendah.

Di posisi kedua, layanan Maxim juga menunjukkan performa yang kuat, Namun, yang menarik dari Maxim, yang mungkin mewakili frekuensi penggunaan atau pendapatan per pengguna, hampir sama dengan jumlah total pengguna, yaitu mendekati angka 1 juta. Hal ini bisa berarti bahwa para pengguna Maxim lebih sering menggunakan layanannya atau memberikan kontribusi pendapatan yang lebih tinggi per pengguna dibandingkan layanan lainnya.

Sementara itu, inDrive menunjukkan tren yang sedikit berbeda. Jumlah pengguna inDrive lebih sedikit dibandingkan Gojek dan Maxim. Namun, inDrive berhasil menarik perhatian masyarakat Bandung di tengah persaingan ketat dengan layanan transportasi *online* lain seperti Gojek, Grab, Maxim, dll. Salah satu faktor utama yang mendukung popularitas inDrive adalah fitur negosiasi tarif langsung, yang memungkinkan penumpang dan pengemudi mencapai kesepakatan harga sesuai kebutuhan masing-masing. Fitur ini menjadi daya tarik bagi segmen pengguna yang mencari fleksibilitas harga atau ingin mendapatkan tarif yang lebih ekonomis.

Grab Driver, salah satu pemain besar lainnya di industri transportasi *online*, memiliki 500 ribu pengguna, mengindikasikan bahwa jumlah pengguna dan frekuensi penggunaan atau pendapatan per pengguna di layanan ini lebih rendah dibandingkan Gojek dan Maxim.

Terakhir, Taxsee Driver menempati posisi terbawah dalam tabel 1.4. jumlah pengguna Taxsee Driver di bawah 500 ribu yaitu sebesar 300 ribu, menandakan bahwa layanan ini memiliki jumlah pengguna yang paling sedikit, serta frekuensi penggunaan atau pendapatan per pengguna yang juga relatif rendah dibandingkan layanan lainnya.

Layanan Gojek menjadi solusi penting bagi masyarakat Kota Bandung dalam memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari. Layanan-layanan seperti GoRide, GoFood, GoCar, GoPay, dan GoSend berperan signifikan dalam mendukung gaya hidup, aktivitas, dan perekonomian kota ini. GoRide, misalnya, menjadi pilihan utama masyarakat Bandung karena menawarkan transportasi yang cepat dan praktis untuk mengatasi kemacetan, terutama bagi pelajar dan pekerja yang membutuhkan perjalanan jarak pendek dengan tarif terjangkau. Penelitian menunjukkan bahwa faktor keamanan dan kepercayaan berperan besar dalam keputusan pengguna memilih GoRide (Dhliyaulhaq & Hidayatullah, 2024).

Selain itu, GoFood juga sangat diminati karena Bandung dikenal sebagai destinasi kuliner. Layanan ini tidak hanya mempermudah masyarakat dalam memesan makanan dari rumah, tetapi juga membantu UMKM lokal menjangkau lebih banyak pelanggan (Kartika, 2022). GoCar, sebagai opsi transportasi yang lebih nyaman, digunakan untuk perjalanan kelompok, wisata, atau antar-jemput ke bandara. Dengan inovasi seperti GoCar Comfort, layanan ini memberikan pengalaman lebih baik untuk perjalanan jarak jauh. Di sisi lain, GoPay telah mempermudah transaksi non-tunai dan mendukung tren cashless yang terus berkembang di Bandung. Banyak pengguna memanfaatkannya untuk membayar transportasi, makanan, hingga tagihan sehari-hari.

Popularitas layanan-layanan ini mencerminkan peran strategis Gojek dalam mendukung aktivitas masyarakat dan perekonomian Kota Bandung, sebagaimana didukung oleh berbagai penelitian terkait (Setiawan et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Yang Menentukan Preferensi Dalam Menggunakan Transportasi Ojek Online Gojek Di Kota Bandung”,

1. Faktor-faktor apa saja yang menentukan preferensi masyarakat kota Bandung dalam menggunakan jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Bandung?
2. Apa faktor dominan yang menentukan preferensi masyarakat kota Bandung dalam menggunakan jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Bandung?

B. Metode

Penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan jenis penelitian kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan bertujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Metode kuantitatif atau statistik digunakan dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pemilihan metode dalam penelitian ini untuk memudahkan penelitian dalam mengetahui preferensi masyarakat, menetapkan proses/teknik pengumpulan data dan menentukan preferensi dalam menggunakan transportasi ojek online Gojek di kota Bandung. Data yang digunakan menggunakan data primer yang diambil dari kuesioner dengan pengukuran skala likert. Teknik dalam penelitian ini menggunakan Convenience sampling.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menunjukkan variabel yang diukur sudah tepat untuk diteliti oleh peneliti. Validitas dalam suatu penelitian, menyatakan keakuratan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesalihan suatu tes. Suatu tes dikatakan valid apabila tes tersebut mengukur apa yang hendak diukur. Tes memiliki validitas yang tinggi jika hasilnya sesuai dengan kriteria, dalam arti memiliki kesejajaran antara tes dan kriteria (Arikunto, 2019).

Tabel 2. Uji Validitas

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,754539	0,195	valid
2	0,413839	0,195	valid
3	0,485073	0,195	valid
4	0,406187	0,195	valid
5	0,583532	0,195	valid
6	0,726732	0,195	valid
7	0,46172	0,195	valid
8	0,648493	0,195	valid
9	0,534232	0,195	valid
10	0,669104	0,195	valid
11	0,583582	0,195	valid
12	0,570775	0,195	valid
13	0,352327	0,195	valid
14	0,587988	0,195	valid
15	0,75189	0,195	valid
16	0,475909	0,195	valid
17	0,690342	0,195	valid
18	0,60123	0,195	valid
19	0,695034	0,195	valid
20	0,734969	0,195	valid
21	0,476018	0,195	valid
22	0,636852	0,195	valid
23	0,584254	0,195	valid
24	0,744036	0,195	valid

Sumber: Olahan Peneliti 2025.

Tabel 2. menunjukkan bahwa 24 item pertanyaan yang disajikan terhadap responden pengguna Transportasi ojek online Gojek keseluruhannya valid. Hal ini diketahui dari nilai R hitung tabel (0,195) sehingga setiap butir pertanyaan yang disajikan valid. Artinya butir-butir dari pernyataan dapat menjawab indikator dari preferensi.

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan (Sugiyono, 2017). Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Stabilitas ukuran menunjukkan kemampuan sebuah ukuran untuk tetap stabil atau tidak rentan terhadap perubahan situasi apapun. Kestabilan ukuran dapat membuktikan kebaikan sebuah ukuran dalam mengukur sebuah konsep (Kuncoro, 2013).

Tabel 3. Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Cronbach's Alpha	R tabel	Keterangan
Responden transportasi ojek online Gojek	24	0,920587066	0,195	Reliabel

Sumber: Olahan Peneliti 2025.

Menunjukkan bahwa keseluruhan pertanyaan yang ada didalam penelitian ini untuk responden pengguna transportasi ojek online Gojek dengan nilai cronbach's alpha sebesar 0,920 lebih besar dari nilai r tabel senilai 0,195 sehingga untuk responden pengguna transportasi ojek online Gojek pertanyaan-pertanyaan ini sangat reliabel. Artinya butir-butir pernyataan dari indikator preferensi dapat dipakai ditempat lain, pada waktu yang berbeda.

Hasil Pembahasan Transportasi Ojek Online Gojek Berdasarkan Faktor Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:324) harga merupakan sejumlah uang yang dikerluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk dan jasa. Berdasarkan definisi harga di atas dapat disimpulkan harga adalah jumlah uang yang dikeluarkan untuk membeli barang dan jasa, atau nilai yang kita tukar untuk mendapatkan manfaat dari barang dan jasa tersebut. Jadi, apabila kita ingin membeli sesuatu, kita akan mempertimbangkan harga yang kita keluarkan apakah sesuai dengan manfaat yang kita dapat.

Hasil Variabel harga pada penelitian ini dijelaskan dengan 5 indikator pernyataan yaitu terkait tarif yang terjangkau, program promo diskon, pembayaran (tunai/non-tunai), biaya tambahan tersembunyi, harga layanan berdasarkan waktu, program promo diskon, ketersediaan membayar harga tiket lebih untuk pelayanan yang lebih baik.

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini yang di kaitkan dengan perilaku seseorang dalam menggunakan transportasi ojek online Gojek berdasarkan faktor harga yaitu dengan skor tertinggi dapat mempengaruhinya, serta berdasarkan hasil empiris penelitian sebelumnya bahwa harga dapat menentukan faktor-faktor preferensi dalam menggunakan transportasi ojek online Gojek bagi pengguna di Kota Bandung.

Hasil Pembahasan Transportasi Ojek Online Gojek Berdasarkan Faktor Kenyamanan dan keamanan

Menurut keliat, et al (2015) merupakan suatu keadaan seseorang merasa sejahtera atau nyaman baik secara mental, fisik maupun sosial. Adapun defenisi menurut Tarwoto dan Wartonah (2015) kemandirian merupakan keadaan dan tenteram. Kemandirian tidak hanya berfungsi untuk mencegah terjadinya rasa sakit atau cedera, tetapi juga untuk menciptakan rasa aman bagi individu dalam menjalani aktivitasnya sehari-hari. Dalam penelitian ini, kedua aspek tersebut sangat penting untuk memastikan pengalaman perjalanan yang optimal bagi para penumpang kereta. Keamanan yang terjamin akan memberikan rasa tenang kepada penumpang, sementara kenyamanan yang dihadirkan melalui fasilitas yang memadai akan menjadikan perjalanan lebih menyenangkan dan efisien.

Variabel Kenyamanan dan Keamanan pada penelitian ini dijelaskan dengan 9 indikator pertanyaan yaitu kendaraan yang selalu bersih dan dalam kondisi baik, Fasilitas kendaraan memberikan kenyamanan dan keamanan, proses pemesanan layanan melalui aplikasi sangat mudah dan cepat, navigasi pada layanan gojek sangat akurat dan mempermudah perjalanan, pengemudi layanan gojek sangat terlatih dalam menjaga keselamatan selama perjalanan, fitur pelacakan lokasi secara real-time sangat membantu mengetahui posisi perjalanan, Keberadaan tombol darurat di aplikasi sangat penting untuk menjamin keamanan dalam situasi darurat, pengemudi diawasi dan dinilai secara berkala untuk menjaga kualitas layanan.

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini yang di kaitkan dengan perilaku seseorang dalam menggunakan transportasi ojek online Gojek berdasarkan faktor Kenyaman dan Keamanan yaitu dengan skor tertinggi dapat mempengaruhinya, serta berdasarkan hasil empiris penelitian sebelumnya bahwa harga dapat menentukan faktor-faktor preferensi dalam menggunakan transportasi ojek online Gojek bagi pengguna di Kota Bandung.

Hasil Pembahasan Transportasi Ojek Online Gojek Berdasarkan Faktor Waktu Tempuh

Menurut Priono, et al (2015) waktu tempuh didefinisikan sebagai total/keseluruhan waktu yang dibutuhkan oleh suatu moda/kendaraan untuk menempuh suatu rute perjalanan dari daerah asal menuju daerah tujuan.

Variabel waktu tempuh pada penelitian ini dijelaskan dengan 4 indikator pernyataan yaitu terkait transportasi ojek online yang efisien, waktu tiba yang diberikan sangat akurat dan sesuai kenyataan, adanya rute memutar yang tidak perlu, Pesanan selalu diterima dengan respons yang cepat.

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini yang di kaitkan dengan perilaku seseorang dalam menggunakan transportasi ojek online Gojek berdasarkan faktor waktu tempuh yaitu dapat mempengaruhinya, serta berdasarkan hasil empiris penelitian sebelumnya bahwa harga dapat menentukan faktor-faktor preferensi dalam menggunakan transportasi ojek online Gojek bagi pengguna di Kota Bandung.

Hasil Pembahasan Transportasi Ojek Online Gojek Berdasarkan Faktor Pelayanan Pengemudi

Pelayanan pengemudi adalah salah satu aspek penting dalam industri transportasi yang secara langsung memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Kotler (2005), pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan bersifat intangible tanpa menghasilkan kepemilikan sesuatu. Kualitas pelayanan pengemudi dapat dinilai melalui beberapa dimensi utama, seperti keandalan (reliability), yakni kemampuan pengemudi dalam memberikan layanan secara akurat dan tepat waktu; daya tanggap (responsiveness), yaitu kesigapan pengemudi dalam merespons permintaan atau keluhan pelanggan; serta jaminan (assurance), yang mencerminkan pengetahuan, kesopanan, dan kredibilitas pengemudi yang mampu memberikan rasa aman kepada pelanggan (Tjiptono, 2017).

Variabel pelayanan pengemudi pada penelitian ini dijelaskan dengan 5 indikator pertanyaan yaitu selalu bersikap ramah dan sopan, memiliki pengetahuan yang baik tentang perjalanan rute alternatif, profesional selama melayani penumpang, membantu kebutuhan selama perjalanan, berkomunikasi dengan jelas dan efektif.

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini yang di kaitkan dengan perilaku seseorang dalam menggunakan transportasi ojek online Gojek berdasarkan faktor pelayanan pengemudi yaitu dapat mempengaruhinya, serta berdasarkan hasil empiris penelitian sebelumnya bahwa harga dapat menentukan faktor-faktor preferensi dalam menggunakan transportasi ojek online Gojek bagi pengguna di Kota Bandung.

Hasil Pembahasan Transportasi Ojek Online Gojek Berdasarkan Faktor Dominan

Tabel 4. Nilai Total Rata-Rata Skor

No	Variabel	Nilai Skor
1	Harga	341,4
2	Kenyamanan dan Keamanan	333,11
3	Waktu Tempuh	329,6
4	Pelayanan Pengemudi	334,4

Sumber: Olahan Peneliti 2025.

Pada tabel 3. diketahui bawah nilai rata-rata setiap variabel yang menentukan preferensi penggunaan transportasi ojek *online* Gojek adalah variabel harga, kenyamanan dan keamanan, waktu, pelayanan pengemudi. Dapat dilihat bahwa diantara keempat preferensi tersebut terdapat nilai skor yang paling tinggi pada variabel Harga dengan nilai skor sebesar 341,4. Kemudian faktor dominan yang kedua adalah variabel pelayanan pengemudi dengan nilai skor 334,4. Kemudian factor dominan yang ketiga adalah variabel kenyamanan dan keamanan dengan nilai skor sebesar 333,11. Dan yang

terakhir yang paling dominan yang paling dominan keempat variabel waktu dengan nilai skor sebesar 329,6. Dengan begitu dapat dijelaskan bahwa keempat variabel tersebut memiliki nilai skor dengan interpretasi sangat setuju atau sangat menentukan untuk factor yang dapat menentukan preferensi penggunaan transportasi ojek *online* Gojek di Kota Bandung.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Faktor-faktor menentukan preferensi dalam menggunakan moda transportasi ojek online Gojek, termasuk harga, kenyamanan dan keamanan, waktu, serta pelayanan pengemudi. Di antara faktor-faktor ini, harga menjadi faktor yang paling menentukan preferensi pengguna. Faktor pelayanan pengemudi juga menempati posisi penting berikutnya, diikuti oleh kenyamanan dan keamanan. Faktor waktu memiliki pengaruh yang sedikit lebih rendah dibandingkan faktor lainnya. Secara keseluruhan, keempat faktor ini sangat menentukan preferensi dalam menggunakan transportasi ojek online Gojek di Kota Bandung.
2. Faktor dominan yang menentukan preferensi dalam menggunakan transportasi online Gojek yaitu faktor harga dengan nilai rata-rata skor paling tinggi sebesar 341,4 dan faktor pelayanan pengemudi sebesar 334,4. Sedangkan faktor dominan yang menentukan preferensi dalam menggunakan transportasi ojek online Gojek adalah faktor nyaman dan keamanan dengan nilai rata-rata skor 333,11 dan faktor waktu tempuh sebesar 329,6.

Ucapan Terimakasih

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Edi Setiadi, S.H., M.H., selaku Rektor Universitas Islam Bandung.
2. Prof. Dr. Hj. Nunung Nurhayati, S.E., M.Si., Ak.CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung.
3. Dr. Nurfahmiyati, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Bandung.
4. Meidy Haviz. S.E., M.Si., selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Bandung.
5. Prof. Dr. Ima Amaliah, S.E., M.Si. selaku Dosen Wali
6. Dr. Dewi Rahmi, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, nasihat, kritik, dan pengawasannya yang luar biasa.
7. Kedua orang tua yang saya sayangi Papah dan Bunda, Teteh, serta Aa saya dengan segenap kasih sayang yang tulus dan tiada hentinya memanjatkan do'a, memberikan dorongan baik secara moril maupun material yang sangat berarti selama penulis mengerjakan skripsi ini.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2019). Pendekatan Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dhliyaulhaq, T. P., & Hidayatullah, D. S. (2024). Pengaruh Faktor Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Gojek (GoRide) di Kota Bandung. openlibrary.telkomuniversity.ac.id.
- Kartika, N. E. (2020). Fitur aplikasi gojek favorit konsumen pada saat pandemi Covid-19 di Kota Bandung. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 9(2), 1680-1695.
- Kuncoro, M. (2018). Metode Kuantitatif (Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Morlock, E.K. (1978). "Introduction to Transportation Engineering and Planning."
- Kotler, P. dan A. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh Belas. Salemba Empat.

- Kotler P, A. G. (2005). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas*. Erlangga. Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Management (15th Editi)*. Pearson Pretice Hall.
- Keliat, B. A., Dwi Windarwati, H., Pawirowiyono, A., & Subu, A. (2015). *NandaInternational Diagnosis Keperawatan Definisi dan Klasifikasi 2015 2017 Edisi 10*. EGC.
- Nurzain, M. (2021). *Pertumbuhan Jumlah Penduduk dan Produktivitas Tanaman Padi*. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 95–100. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v1i2.400>
- Setiawan, F., Dewi, S. W. K., & Musafa, M. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Kota Bandung*. ejurnal.ars.ac.id.
- Tarwoto, & W. (2015). *Kebutuhan Dasar Manusia dan Proses Keperawatan Edisi*. Salemba Medika.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Virida Lusiana Agustia, & Ria Haryatiningsih. (2024). *Analisis Preferensi Komuter terhadap Pilihan Moda Transportasi Bandung Raya*. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 97–108. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v4i2.5023>