

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Jasa angkutan umum telah menjadi bagian dari kegiatan ekonomi yang sudah ada sejak lama dalam masyarakat.<sup>1</sup> Di Indonesia, sepeda motor sering berperan ganda sebagai sarana angkutan umum, yang digunakan untuk mengangkut penumpang dan barang dengan tarif yang telah disepakati sebelumnya. Transportasi jenis ini dikenal dengan sebutan ojek. Model transportasi ojek telah dikenal luas terutama di Jakarta dan berbagai daerah lainnya selama bertahun-tahun.<sup>2</sup> Ojek umumnya memiliki tempat khusus untuk menunggu penumpang yang biasa disebut pangkalan ojek. Untuk menggunakan jasa ojek, calon penumpang harus menuju pangkalan ojek terdekat dan membayar sesuai dengan tarif yang telah ditetapkan oleh pengemudi ojek.<sup>3</sup>

Keberadaan ojek tradisional ditambah dengan pesatnya kemajuan teknologi komunikasi menyebabkan munculnya ojek online sebagai kompetitor baru.<sup>4</sup> Seiring dengan berjalannya waktu, kita secara tidak langsung diharuskan untuk mengikuti

---

<sup>1</sup> Muhammad Rezki, et al, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek," *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)* 4, No. 1 (Mei, 2019): 50, <https://media.neliti.com/media/publications/490779-none-942d35e6.pdf>.

<sup>2</sup> Rizkon Ariyandi, et al, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek di Kota Jambi," *Jurnal Dinamika Manajemen* 8, No. 3 (September-Desember, 2020): 132, <https://online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/download/16869/12900>.

<sup>3</sup> Kiki Setiyorini dan Grendi Hendrastomo, "Persaingan Ojek Online Dengan Ojek Konvensional Di Stasiun Lempuyangan Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis* 3, No. 1 (Juli, 2018): 30, <http://dx.doi.org/10.17977/um021v3i1p29-35>.

<sup>4</sup> Ibid.

perkembangan yang ada.<sup>5</sup> Saat ini, kemajuan teknologi semakin cepat, yang membawa berbagai kemudahan dalam kehidupan masyarakat. Salah satu teknologi yang sangat penting adalah internet, Dimana internet telah mengubah cara masyarakat berinteraksi. Kini, interaksi tidak hanya dilakukan secara lisan, tetapi juga dapat dilakukan melalui tulisan.<sup>6</sup>

Perkembangan teknologi saat ini membawa banyak perubahan, terutama dalam sektor transportasi online. Jasa transportasi online adalah layanan yang memungkinkan kita untuk bepergian dari tempat penjemputan menuju tujuan dengan cara yang lebih praktis dalam hal pemesanan.<sup>7</sup> Saat ini semakin banyak layanan ojek online yang dapat dipesan melalui aplikasi di smartphone. Dengan hanya mengandalkan smartphone, koneksi internet, dan GPS (*Global Positioning System*), kita bisa memanfaatkan layanan ojek online yang siap menjemput dan mengantar ke tujuan. Layanan ojek online pun semakin populer seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat. Dengan semakin padatnya kemacetan di jalan, banyak orang yang memilih ojek online sebagai alternatif transportasi. Jika dulu ojek hanya tersedia di tempat-tempat mangkal tertentu, kini ojek online dapat ditemukan dan dipesan di mana saja<sup>8</sup>

Semakin banyaknya layanan ojek online menyebabkan persaingan di pasar semakin ketat. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi hal ini adalah kompetisi

---

<sup>5</sup> Kholid Albar dan Muhlis, *Monograf Manajemen Retail dan Kewirausahaan* (Bogor: Guepedia, 2021), 7.

<sup>6</sup> Mohammad Rifqie Zidane Maghrobie dan Puspita Sari Sukardani, "Implementasi Digital Marketing Layanan Jasa Kurir Jasku Di Madura," *Commercium* 8, No. 1 (2024): 1, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/download/58356/45518/>.

<sup>7</sup> Ratna Komala dan Evi Selvi, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online," *Jurnal Manajemen* 13, No. 3 (2021): 484, <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/download/9664/1556>.

<sup>8</sup> Heriyanto dan Annis Yuniastuti, *Buku Siswa Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2021), 219.

harga serta banyaknya pilihan layanan ojek online yang tersedia. Situasi ini membuat konsumen semakin selektif dalam memilih layanan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Mereka akan memilih di antara berbagai alternatif yang dianggap paling memenuhi harapan mereka.<sup>9</sup> Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen agar dapat meningkatkan kualitas layanan dan strategi bisnis mereka. Dalam hal ini, kualitas layanan dan harga yang ditawarkan menjadi dua faktor kunci yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.<sup>10</sup>

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan antara hasil yang diharapkan dengan kinerja yang diterima. Kepuasan konsumen merupakan pengalaman yang dirasakan setelah membeli dan menggunakan suatu produk atau layanan, yang tercapai secara berkelanjutan dan sesuai dengan harapan, keinginan, serta kebutuhan konsumen.<sup>11</sup>

Secara sederhana, kepuasan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan atau membuat sesuatu menjadi cukup. Namun, jika dilihat dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan menjadi lebih kompleks. Howard dan Sheth menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah persepsi pembeli mengenai kesesuaian atau ketidaksesuaian antara hasil yang diperoleh dengan pengorbanan yang telah dilakukan.<sup>12</sup> Menurut Irawan, kepuasan konsumen

---

<sup>9</sup> Lailatus Sa'adah dan Abdullah Fajarul Munir, *Kualitas Layanan, Harga, Dan Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen* (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020), 4.

<sup>10</sup> Eline Nuha Nurrohmah Gika, et al, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Tasikmalaya)," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 11, No. 1 (2023): 19, <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p18-28>.

<sup>11</sup> Putu Vhisnu Dharma Santika Budi dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Niat Beli Ulang: Konsep dan Aplikasi Pada Studi Kasus* (Cilacap: Media Pustaka Indo, 2023), 11.

<sup>12</sup> Hari Muharam, et al, *Perilaku Konsumen* (Banyumas: Wawasan Ilmu, 2023), 204.

merupakan akumulasi pengalaman yang dialami konsumen saat menggunakan produk atau layanan. Konsumen akan merasa puas jika setelah membeli produk atau layanan, kualitasnya sesuai dengan harapan. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Konsumen yang puas cenderung berbagi preferensi dan pengalaman positif mereka dengan konsumen lainnya.<sup>13</sup>

Kepuasan konsumen dapat diukur melalui kualitas pelayanan, karena pelayanan yang berkualitas tinggi dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan.<sup>14</sup> Menurut Parasuraman, kualitas pelayanan mencakup beberapa aspek, antara lain kemampuan untuk memberikan layanan yang cepat dan memuaskan (*reliability*), kesiapan staf dalam membantu pelanggan dan memberikan respons yang cepat (*responsiveness*), serta mencakup elemen seperti pengetahuan staf, sikap sopan, keandalan, dan jaminan keamanan (*assurance*). Selain itu, kualitas pelayanan juga mencakup kemudahan dalam membangun hubungan, komunikasi yang efektif, serta pemahaman terhadap kebutuhan individu pelanggan (*empathy*). Terakhir, kualitas pelayanan juga mencakup fasilitas fisik, perlengkapan, staf, dan sarana komunikasi yang ada (*tangibles*).<sup>15</sup>

Kualitas pelayanan yang tinggi akan menjadi faktor utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Kualitas layanan dirasakan oleh konsumen dan berkaitan dengan kemampuan untuk memenuhi, bahkan melampaui, harapan mereka secara konsisten. Penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan

---

<sup>13</sup> Ibid.

<sup>14</sup> Dian Rahmaniah, et al, "Penentu Kepuasan Konsumen dengan Kualitas Pelayanan dan Harga Pada Retail Khusus Obat," *Swabumi* 11, No. 2 (September, 2023): 140, <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/swabumi/article/view/16751/pdf>.

<sup>15</sup> Sa'adah, *Kualitas Layanan*, 5.

didasarkan pada persepsi mereka mengenai pengalaman tersebut. Jika penyedia jasa tidak dapat memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan atau memberikan layanan yang memadai, konsumen cenderung beralih ke penyedia lain yang lebih dapat memahami dan memberikan pelayanan yang lebih baik. Terutama dalam industri yang berfokus pada layanan, kualitas pelayanan sangat berhubungan dengan tingkat kepuasan pelanggan.<sup>16</sup>

Salah satu syarat penting yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar dapat berkembang dan bersaing di pasar adalah dengan terus berupaya mencapai tujuan utamanya, yaitu menciptakan dan mempertahankan konsumen. Tanpa kepuasan konsumen, sebuah perusahaan sulit untuk berkembang. Strategi utama yang dapat diterapkan oleh layanan ojek online untuk mencapai kesuksesan adalah dengan memberikan pelayanan berkualitas tinggi kepada konsumen. Agar tujuan ini tercapai, setiap perusahaan harus memahami harapan dan kebutuhan konsumen serta menawarkan harga yang sesuai untuk produk atau layanan mereka, sehingga dapat diterima dengan baik oleh pelanggan.<sup>17</sup>

Faktor lain yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Harga bukan sekadar angka pada label, tetapi juga merupakan faktor yang dapat dikendalikan dan menentukan apakah suatu produk diterima oleh konsumen atau tidak. Penetapan harga sepenuhnya bergantung pada kebijakan perusahaan, namun harus mempertimbangkan berbagai aspek. Perusahaan perlu terus memantau harga yang ditetapkan oleh pesaing, agar harga

---

<sup>16</sup> Rahmaniah, "Penentu Kepuasan Konsumen, 140.

<sup>17</sup> Ardeva Govinaza dan Meita Santi Budiani, "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba X," *Jurnal Penelitian Psikologi* 9, No. 5 (2022), 144, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/47677/39800>.

yang ditawarkan tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah dibandingkan dengan pasar.<sup>18</sup>

Jika konsumen menerima harga yang ditawarkan saat hendak membeli, maka produk tersebut akan terjual. Sebaliknya, jika konsumen menolaknya, maka harga jual perlu dievaluasi kembali. Ada kemungkinan konsumen merasa tidak puas setelah pembelian, karena harga yang dianggap terlalu mahal atau tidak sesuai dengan harapan dan persepsi awal mereka. Oleh karena itu, diperlukan strategi penetapan harga yang tepat agar produk diterima dengan baik oleh konsumen.<sup>19</sup>

Strategi penetapan harga sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang mencerminkan kualitas produk atau layanan dan memberikan kepuasan kepada konsumen.<sup>20</sup> Menurut Tjiptono, ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur harga, yang juga dapat membantu konsumen menilai apakah harga yang ditawarkan perusahaan sesuai. Pertama, jangkauan harga dengan daya beli pelanggan, yaitu ketika harga layanan masih terjangkau oleh pelanggan (tidak terlalu mahal). Kedua, daya saing harga dengan produk atau layanan sejenis, yang berarti tarif yang ditetapkan dapat bersaing di pasar dengan layanan serupa. Ketiga, kesesuaian harga dengan kualitas, di mana harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas yang diterima oleh pelanggan.<sup>21</sup>

Harga memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan karena harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh kombinasi produk atau

---

<sup>18</sup> Sa'adah, *Kualitas Layanan*, 6.

<sup>19</sup> Ibid., 7.

<sup>20</sup> Ibid.

<sup>21</sup> Erlisa Aulia, "Analisis Pengaruh Tarif Pelayanan GoRide Pada Aplikasi Gojek Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, No. 10 (Mei, 2023): 207, <https://doi.org/10.5281/zenodo.7983603>.

layanan tertentu.<sup>22</sup> Konsumen seringkali menggunakan harga sebagai ukuran untuk menilai nilai suatu produk atau layanan, berdasarkan manfaat yang mereka terima. Jika harga yang ditetapkan perusahaan tidak sebanding dengan manfaat yang diterima, maka tingkat kepuasan konsumen bisa menurun. Sebaliknya, jika konsumen merasakan nilai yang lebih tinggi dari harga yang dibayar, maka kepuasan mereka akan meningkat.<sup>23</sup> Harga menjadi faktor kunci dalam mempertahankan konsumen dan memperbesar pangsa pasar perusahaan. Oleh karena itu, kualitas layanan dan harga yang ditawarkan oleh layanan transportasi online sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.<sup>24</sup>

Pamekasan memiliki jasa transportasi online sendiri, yaitu Jasa Kurir atau yang lebih dikenal dengan JASKU. JASKU adalah sebuah perusahaan daerah yang berfokus pada bisnis layanan jasa transportasi secara online. Layanan JASKU didirikan oleh Jaka Kun Daly. Berawal dari banyaknya rekan yang memiliki keluhan yang sama, yaitu terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang diakibatkan oleh imbas dari pandemi COVID-19 pada tahun 2020 lalu. Jasku hadir untuk menampung rekannya serta membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat Madura, terkhusus pada masyarakat Pamekasan.<sup>25</sup> Jasa Kurir ini menawarkan berbagai bentuk layanan transportasi, seperti antar jemput penumpang (*Jas RIDE*), layanan pengangkutan barang (*Jas SEND*), layanan pengiriman makanan dan minuman (*Jas FOOD*), dan layanan jasa belanja kebutuhan konsumen

---

<sup>22</sup> Ridha Ashka Tsalisa, et al, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Semarang," *Ilmu Administrasi Bisnis* 11, No. 4 (2022): 825, <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>.

<sup>23</sup> Dimas Ralino, et al, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen," *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset* 1, No. 4 (Juli 2023): 71, <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Lokawati/article/download/137/124>.

<sup>24</sup> Gika, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga", 19.

<sup>25</sup> Rifqie, "Implementasi Digital Marketing," 5.

(*Jas SHOP*). Sementara, untuk saat ini JASKU hanya memfokuskan bisnis mereka pada layanan transportasi berbasis motor saja.<sup>26</sup>

JASKU sendiri mulai beroperasi pada tanggal sembilan Agustus 2020, serta pusat perusahaan mereka berada di Kabupaten Pamekasan. Saat ini layanan JASKU telah hadir hampir menyeluruh di Madura, mulai dari Pamekasan, Sumenep, sampai Sampang. Layanan JASKU menerapkan sistem pemasaran secara digital, berfokus pada media sosial akun Instagram resmi yang kini telah memiliki hampir dua belas ribu pengikut, dan juga menggunakan WhatsApp serta yang terbaru pemasaran secara digital melalui Tik Tok.<sup>27</sup>

Layanan JASKU sendiri memiliki perbedaan dengan layanan jasa transportasi online yang terkenal seperti Go-jek, Grab, Uber, Maxim, dan Shopeefood, dimana seluruh layanan jasa transportasi online tersebut menggunakan aplikasi mereka sendiri sebagai bentuk komunikasi antara konsumen dan pihak driver. Namun JASKU hanya menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai perantara komunikasi antara konsumen dengan admin JASKU. Kemudian admin JASKU tersebut akan meminta konsumen untuk menyebutkan jenis layanan apa yang akan mereka gunakan diantara 4 layanan JASKU (*Jas RIDE*, *Jas SEND*, *Jas FOOD*, atau *Jas SHOP*). Jika konsumen sudah memilih layanan apa yang akan digunakan, maka admin JASKU menghubungi pengemudi yang memenuhi syarat dan kriteria sesuai pilihan konsumen lalu memberikan informasi kepada konsumen mengenai tarif layanan yang dipilih.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> Ibid., 2.

<sup>27</sup> Ibid., 3.

<sup>28</sup> Ibid.

JASKU tidak pernah memberikan penawaran potongan harga seperti kupon diskon pada setiap transaksinya, dikarenakan harga yang diberikan sudah sangat terjangkau. Namun, pada salah satu hari Jum'at setiap bulannya mereka melakukan kegiatan 'Jum'at Berkah' yang dimana layanan JASKU memberikan secara gratis beberapa produk usaha kuliner yang telah bermitra dengan JASKU kepada para pengikut akun media sosial Instagram JASKU secara acak.<sup>29</sup>

Berikut ini beberapa penelitian yang secara empiris menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan atau positif, maupun yang tidak signifikan atau negatif, terhadap kepuasan konsumen JASKU Pamekasan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tetuko Nurachman Pamungkas pada tahun 2022 dengan judul *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online* (studi kasus pada konsumen Gojek di Surakarta) menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Surakarta, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di kota tersebut.

Penelitian lain oleh Atika Zahra pada tahun 2017 yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online* (studi pada pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta) menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Yogyakarta.

---

<sup>29</sup> Ibid.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Andy Gunawan pada tahun 2018 dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Transportasi Online Grab terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Manajemen Unismuh Makassar* menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Grab tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa Manajemen Unismuh Makassar, sedangkan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mereka.

Dari penelitian-penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan tidak selalu memberikan pengaruh signifikan, dan bisa juga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Demikian pula, variabel harga tidak selalu berpengaruh signifikan, dan terkadang bisa juga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen khususnya di bidang jasa seperti ojek online JASKU bergantung pada kenyamanan konsumen atas layanan yang diberikan oleh admin JASKU dan driver JASKU. Layanan dalam jasa ojek online sangat berperan penting untuk kepuasan konsumen karena jika pelayanan dari JASKU membuat konsumen tenang dan nyaman, maka kemungkinan besar akan membuat konsumen menggunakan JASKU kembali, dan berpeluang besar untuk konsumen menyebarkan pelayanan JASKU yang nyaman, sehingga akan mendatangkan konsumen baru. Kenyamanan pada ojek online JASKU tergantung dari layanan yang diberikan, seperti admin fast respon dalam menanggapi konsumen atau orderan, driver cepat dalam menjemput konsumen dan berkendara dengan benar dengan tidak ugal-ugalan, karena kenyamanan dan keselamatan konsumen adalah kunci utama. mengantarkan makanan/minuman dengan cepat, dan mengantarkan

barang dengan tepat agar barang tersebut tidak rusak ketika sudah sampai ke tangan konsumen.

Dalam JASKU terdapat beberapa kendala yang kadang ditemui oleh konsumen. Salah satu yang dikeluhkan oleh konsumen JASKU adalah ketersediaan helm, karena tidak semua driver JASKU membawa helm cadangan untuk konsumen sehingga menimbulkan kekhawatiran tersendiri bagi konsumen.<sup>30</sup>

Selain masalah helm, ada juga isu lain yang diperbincangkan oleh konsumen JASKU, yaitu kejujuran driver JASKU dalam hal mematok harga ataupun tip. Karena beberapa pengguna ada yang menyadari adanya perbedaan harga yang diberikan oleh driver JASKU padahal tempat yang dituju sama.<sup>31</sup> Berkaitan dengan hal diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Ojek Online Jasku Pamekasan)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kualitas layanan ojek online JASKU Pamekasan terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah ada pengaruh harga ojek online JASKU Pamekasan terhadap kepuasan konsumen?

---

<sup>30</sup> Dewi Santi, Shania Nur Aulia, dan Nabila Istighfari, konsumen JASKU, *Wawancara Lewat Telepon* (13 September 2024).

<sup>31</sup> Dewi Santi, Shania Nur Aulia, dan Nabila Istighfari, konsumen JASKU, *Wawancara Lewat Telepon* (13 September 2024).

3. Apakah ada pengaruh kualitas layanan dan harga ojek online JASKU Pamekasan secara simultan terhadap kepuasan konsumen?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan ojek online JASKU Pamekasan terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga ojek online JASKU Pamekasan terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga ojek online JASKU Pamekasan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

### **D. Asumsi Penelitian**

Asumsi dalam kamus ilmiah populer memiliki arti praduga, anggapan sementara anggapan-anggapan tersebut masih perlu dibuktikan kebatilannya. Dari hasil penelitian yang kita lakukan harus bersifat investigatif, asumsi mengandaikan hal tersebut sebagai stimulus, agar kita mencari pembuktiaan sebuah kebenaran ilmiah. Namun kita sebelumnya tidak mudah membuat asumsi, akan tetapi kita melihat konteks atau objek yang kita teliti. Pada dasarnya, pengertian asumsi adalah anggapan atau dugaan sementara yang belum dapat diuji kebenaran serta diperlukan adanya validasi secara langsung. Ada juga menganggap asumsi salah satu tindakan memperkirakan keadaan tertentu yang belum terjadi.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan* (Yogyakarta: Absolute Media, 2020), 68.

Penelitian ini pada variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan<sup>33</sup>, harga<sup>34</sup>, promosi<sup>35</sup>, citra merk<sup>36</sup>, kualitas produk<sup>37</sup>. Penelitian ini hanya menggunakan beberapa variabel yaitu kualitas layanan dan harga, sedangkan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini yaitu promosi, citra merek dan kualitas produk nilainya dianggap konstan (*ceteris paribus*).

### E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah pernyataan mengenai satu atau lebih populasi yang kemudian diuji kebenarannya melalui pengujian hipotesis. Hasil dari pengujian ini hanya dapat memutuskan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Pengujian hipotesis berkaitan dengan estimasi parameter tertentu, dan dalam proses estimasi parameter ini, pengujian hipotesis menjadi langkah yang harus dilakukan. Saat peneliti ingin menguji parameter, mereka menggunakan data sampel untuk

---

<sup>33</sup> Rini, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab (Studi Kasus IAIN Metro)” (Skripsi, IAIN Metro, Lampung, 2019), 67., dan Tetuko Nurachman Pamungkas, Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Pada Beberapa Konsumen Gojek Di Surakarta)” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2022), 9.

<sup>34</sup> Andy Gunawan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Transportasi Online Grab Terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Manajemen Unismuh Makassar” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah, Makassar, 2018), 82., dan Atika Zahra, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta)” (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2017), 95.

<sup>35</sup> Tetuko Nurachman Pamungkas, Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Pada Beberapa Konsumen Gojek Di Surakarta)” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2022), 11., dan Ronal Aprianto, “Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko BNJ Elektronik,” *Buletin Bisnis & Manajemen* 02, No. 01 (Februari, 2016): 59.

<sup>36</sup> Atika Zahra, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta)” (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2017), 96., dan Ravita Dwi yana, Suharyono, Yusri Abdillah “Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Administrasi Bisnis* 2, No. 1 (April, 2016): 6.

<sup>37</sup> Fandriananto Sayedi, Rosman Ilato, Radia Hafid, Usman Moonti, Sudirman, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel,” *JEBE* 1, No. 2 (Mei, 2023): 90., dan Mohammad Johan Efendi, Devi Iriandha Widyastuti, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Usaha Cuci Mobil “Salem” Desa Sumokembangsri Kecamatan Balongbendi Kabupaten Sidoarjo,” *INOBI* 02, No. 03 (Juni, 2019): 456.

memperoleh nilai statistik yang selanjutnya dibandingkan dengan nilai tertentu guna memastikan kebenaran parameter tersebut. Terdapat dua jenis pernyataan mengenai hipotesis, yaitu hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Menurut Walpole, hipotesis nol adalah pernyataan yang diharapkan untuk ditolak. Perumusan hipotesis nol tentang parameter populasi harus dinyatakan dengan nilai yang jelas. Sementara itu, jika hipotesis nol ditolak, hipotesis alternatif akan diterima, dan hipotesis alternatif ini bisa memiliki beberapa nilai kemungkinan.<sup>38</sup>

Karakteristik hipotesis yang digunakan harus dirumuskan dalam bentuk kalimat yang jelas dan dapat diuji dengan data yang diperoleh melalui metode ilmiah, sehingga tidak menimbulkan berbagai interpretasi yang berbeda.. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha<sub>1</sub>: Kualitas layanan ojek online JASKU Pamekasan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Ha<sub>2</sub>: Harga ojek online JASKU Pamekasan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Ha<sub>3</sub>: Kualitas layanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan ojek online JASKU Pamekasan.

## **F. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat (nilai guna) yang sangat besar pengaruhnya baik secara teoritis maupun praktis.

### **1. Manfaat Teoritis**

---

<sup>38</sup> Zainatul Mufarrikoh, *Statiska Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), 72.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan kualitas layanan dan harga. Melalui penelitian ini, peneliti dapat menerapkan teori yang telah dipelajari dan diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pengaruh kualitas layanan dan harga ojek online JASKU Pamekasan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian ini diharapkan juga dapat menambah informasi dalam diskursus akademik di bidang ilmu ekonomi mikro, yang dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

## **2. Manfaat Praktis**

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **a. Bagi peneliti**

Diharapkan melalui penelitian ini, peneliti dapat menambah ilmu dan memperdalam pengetahuan dalam menulis karya ilmiah yang baik.

### **b. Bagi Institut Islam Negeri (IAIN) Madura**

Penelitian ini dapat digunakan untuk memperbarui dan memperkaya materi pembelajaran.

### **c. Bagi Ojek Online JASKU Pamekasan**

Diharapkan melalui penelitian ini, pemimpin dari ojek online JASKU Pamekasan dapat menjadikan penelitian ini untuk bahan evaluasi bisnis, sehingga dapat meningkatkan kualitas bisnis JASKU Pamekasan.

## **G. Ruang Lingkup Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup Variabel**

Ruang lingkup penelitian merujuk pada batasan-batasan variabel yang ditetapkan agar fokus pembahasan tetap terjaga dan tidak meluas. Dalam penelitian ini, ruang lingkungannya mencakup tiga variabel yang akan menjadi objek kajian,

yaitu: Kualitas Layanan (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y).  
Penjabaran dari masing-masing variabel sebagai berikut:

a. Kualitas Layanan (X1)

Kualitas layanan di ukur dari kualitas yang diberikan admin dan driver ojek online JASKU Pamekasan.

b. Harga (X2)

Harga diukur dari jauhnya jarak yang ditempuh.

c. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen di ukur dari kualitas layanan dan harga.

## 2. Ruang Lingkup Objek

Adapun objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen ojek online JASKU Pamekasan yang berfokus pada *Jas RIDE* (antar/jemput orang).

## H. Definisi Istilah

Definisi istilah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas guna menghindari kesalahan dalam menafsirkan judul penelitian. Peneliti perlu terlebih dahulu menjelaskan makna dari judul penelitian: Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Ojek Online JASKU Pamekasan). Dalam hal ini, yang perlu dijelaskan adalah:

### 1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merujuk pada keunggulan suatu layanan yang hanya bisa dievaluasi oleh pelanggan.<sup>39</sup>

### 2. Harga

---

<sup>39</sup> Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen Dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner Di Indonesia* (Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019), 22.

Harga adalah jumlah uang yang digunakan sebagai pertukaran untuk memperoleh produk atau layanan.<sup>40</sup>

### 3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan reaksi atau sikap yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap barang atau jasa setelah mereka menerima dan menggunakannya.<sup>41</sup>

#### I. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rini pada tahun 2019 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayan Dan Persepsi Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab (Studi Kasus IAIN Metro)”. Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online di Kampus IAIN Metro, ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,010 lebih kecil dari tarif signifikan yang ditentukan, yaitu 0,05 yang artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel independent dengan variabel dependen.<sup>42</sup>
2. Penelitian yang dilakukan oleh Tetuko Nurachman Pamungkas pada tahun 2022 tentang “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Pada Beberapa Konsumen Gojek Di Surakarta)”. Hasil penelitian ini,

---

<sup>40</sup> Gunanto dan Joko Pramono, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan SMK/MAK Kelas XII. Program Keahlian Teknik Mesin. Kompetensi Keahlian Teknik Pemesinan* (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2019), 113.

<sup>41</sup> Sudaryono, *Komunikasi Bisnis* (Jakarta: KENCANA, 2022), 306.

<sup>42</sup> Rini, “Pengaruh Kualitas Pelayan Dan Persepsi Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab (Studi Kasus IAIN Metro)” (Skripsi, IAIN Metro, Lampung, 2019), v, <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/447/1/SKRIPSI%20RINI%20NPM.%201502040097%20-%20Perpustakaan%20IAIN%20Metro.pdf>.

menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Surakarta. Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Surakarta. Promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan gojek di Surakarta.<sup>43</sup>

3. Penelitian yang dilakukan oleh Atika Zahra pada tahun 2017 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek transportasi online Gojek di Kota Yogyakarta. Terdapat pengaruh positif persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek transportasi online Gojek di Kota Yogyakarta. Terdapat pengaruh positif citra merek terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek transportasi online Gojek di Kota Yogyakarta. Kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek transportasi online Gojek di Kota Yogyakarta.<sup>44</sup>
4. Penelitian yang dilakukan oleh Andy Gunawan pada tahun 2018 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Transportasi Online Grab Terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Manajemen Unismuh Makassar”. Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

---

<sup>43</sup> Tetuko Nurachman Pamungkas, Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Pada Beberapa Konsumen Gojek Di Surakarta)” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2022), iv, <https://eprints.ums.ac.id/103334/14/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>.

<sup>44</sup> Atika Zahra, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta)” (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2017), vii, [https://eprints.uny.ac.id/53306/1/AtikaZahra\\_12808144070.pdf](https://eprints.uny.ac.id/53306/1/AtikaZahra_12808144070.pdf),

transportasi online Grab tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa manajemen Unismuh Makassar. Harga transportasi online Grab berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa manajemen Unismuh Makassar.<sup>45</sup>

5. Penelitian yang dilakukan oleh Pandu Firdaus pada tahun 2018 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Pada Konsumen GO-JEK di Pondok Pesantren Luhur Sabilussalam)”. Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.<sup>46</sup>
6. Penelitian yang dilakukan oleh Schochil Luthfi Noor pada tahun 2019 tentang “Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di King Coffe Malang”. Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.<sup>47</sup>
7. Penelitian yang dilakukan oleh Suiayin Mahfirah Agsa pada tahun 2016 tentang “Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Keude Kupie Ulee Kareng Dan Gayo Sei Serayu Medan”.

---

<sup>45</sup> Andy Gunawan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Transportasi Online Grab Terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Manajemen Unismuh Makassar” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah, Makassar, 2018), v, [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/2321-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/2321-Full_Text.pdf).

<sup>46</sup> Pandu Firdaus, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Pada Konsumen GO-JEK di Pondok Pesantren Luhur Sabilussalam)” (Skripsi, Institut Perguruan Tinggi Ilmu AL-Qur’an, Jakarta, 2018), vii, <https://repository.ptiq.ac.id/id/eprint/270/1/SKRIPSI%20Panduan%20Firdaus%202014.pdf>.

<sup>47</sup> Shochil Luthfi Noor, “Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di King Coffe Malang,” (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2019), xv, <http://etheses.uin-malang.ac.id/15349/1/12410185.pdf>.

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.<sup>48</sup>

8. Penelitian yang dilakukan oleh widyaningsih Putri Ariyanti, Haris Hermawan, dan Ahmad Izzudin tentang “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Penelitian ini menunjukkan bahwa, harga dan Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.<sup>49</sup>
9. Penelitian yang dilakukan oleh Edison Gunadi dan Sherly Rosalina Tanoto pada tahun 2018 tentang “Hubungan Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan M-Sport Futsal Center”. Penelitian ini menunjukkan bahwa, harga dan kualitas layanan memiliki hubungan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>50</sup>

**Tabel 1.1**

**Kajian Penelitian Terdahulu**

No.	Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Rini	“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Tingkat	-Menggunakan metode kuantitatif. -Membahas tentang pengaruh	-Objek penelitian terdahulu pada pengguna jasa pelayanan driver Grab. Sedangkan

<sup>48</sup> Suiayin Mahfirah Agsa, “Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Keude Kupie Ulee Kareng Dan Gayo Sei Serayu Medan,” (Skripsi, Universitas Medan Area, Medan, 2016), xiv, [https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/906/2/128600184\\_file2.pdf](https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/906/2/128600184_file2.pdf).

<sup>49</sup> Widyarningsih Putri Ariyanti, et al, “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan,” PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik 9, No. 1 (2022): 92, <https://stia-binataruna.e-journal.id/PUBLIK/article/download/257/167/>.

<sup>50</sup> Edison Gunadi dan Sherly Rosalina Tanoto, “Hubungan Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan M-Sport Futsal Center,” AGORA 6, No. 1 (2018): 1, <https://media.neliti.com/media/publications/287252-hubungan-harga-dan-kualitas-layanan-terh-4d9b4803.pdf>.

		Kepuasan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab (Studi Kasus IAIN Metro)”	kualitas layanan dan harga terhadap pengguna jasa.	penelitian ini pada konsumen JASKU -Lokasi dalam penelitian terdahulu berada di Lampung. Sedangkan lokasi dalam penelitian ini berada di Pamekasan.
2.	Tetuko Nurachman Pamungkas	Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Pada Beberapa Konsumen	-Menggunakan metode kuantitatif. -Membahas tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online.	-Objek penelitian terdahulu pada konsumen Gojek. Sedangkan penelitian ini pada konsumen JASKU. -Lokasi dalam penelitian terdahulu berada di Surakarta. Sedangkan lokasi dalam penelitian

		Gojek Di Surakarta)		ini berada di Pamekasan
3.	Atika Zahra	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta)	-Menggunakan metode kuantitatif. _Membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.	-Objek penelitian terdahulu pada pengguna jasa transportasi ojek online. Sedangkan penelitian ini pada konsumen JASKU -Lokasi dalam penelitian terdahulu berada di Yogyakarta. Sedangkan lokasi dalam penelitian ini berada di Pamekasan.
4.	Andy Gunawan	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Transportasi Online Grab Terhadap	-Menggunakan metode kuantitatif. -Membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan	-Objek penelitian terdahulu pada mahasiswa manajemen Unismuh. Sedangkan penelitian ini pada

		Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Manajemen Unismuh Makassar	harga terhadap kepuasan pelanggan.	konsumen JASKU. -Lokasi dalam penelitian terdahulu berada di Makassar. Sedangkan lokasi dalam penelitian ini berada di Pamekasan.
5.	Pandu Firdaus	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Pada Konsumen GO-JEK di Pondok	-Menggunakan metode kuantitatif. -Membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan.	-Objek penelitian terdahulu pada konsumen Gojek. Sedangkan penelitian ini pada konsumen JASKU. -Lokasi dalam penelitian terdahulu berada di Jakarta. Sedangkan lokasi dalam penelitian

		Pesantren Luhur Sabilussalam)		ini berada di Pamekasan.
6.	Shochil Luthfi Noor	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di King Coffe Malang	-Menggunakan metode kuantitatif. -Membahas tentang hubungan kualitas pelayanan.	-Objek penelitian terdahulu pada konsumen di King Coffe Malang. Sedangkan penelitian ini pada konsumen JASKU. -Lokasi dalam penelitian terdahulu berada di Malang. Sedangkan lokasi dalam penelitian ini berada di Pamekasan.
7.	Suiayin Mahfirah Agsa	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di	-Menggunakan metode kuantitatif. -Membahas tentang hubungan	-Objek penelitian terdahulu pada Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu. Sedangkan

		King Coffe Malang	kualitas pelayanan.	penelitian ini pada konsumen JASKU. -Lokasi dalam penelitian terdahulu berada di Medan. Sedangkan lokasi dalam penelitian ini berada di Pamekasan.
8.	Widyaningsih Putri Ariyanti	Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	-Menggunakan metode kuantitatif. -Membahas tentang pengaruh harga.	-Objek dalam penelitian terdahulu pada pelanggan BUMDes Amartha. Sedangkan penelitian ini pada konsumen JASKU. -Lokasi dalam penelitian terdahulu berada di

				Jember. Sedangkan lokasi dalam penelitian ini berada di Pamekasan.
9.	Edison Gunaidi dan Sherly Rosalina Tanoto	Hubungan Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan M- Sport Futsal Center	-Menggunakan metode kuantitatif. -Membahas tentang hubungan harga dan kualitas layanan.	-Objek dalam penelitian terdahulu pada pelanggan M-Sport Futsal center. Sedangkan penelitian ini pada konsumen JASKU. -Lokasi dalam penelitian ini berada di Surabaya. Sedangkan lokasi dalam penelitian ini berada di Pamekasan.