

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRABBIKE DI KOTA DEPOK

### The Influence of Service Quality and Consumer Satisfaction on GrabBike Customer Loyalty in Depok City

Alfianti Wulan Wandari Valenza<sup>\*1</sup>, Suharini<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

<sup>\*</sup>Penulis Korespondensi; Alfianti Wulan Wandari Valenza

Email: [alfiantiwulanwandari@gmail.com](mailto:alfiantiwulanwandari@gmail.com)<sup>\*1</sup>, [suharini.suh@bsi.ac.id](mailto:suharini.suh@bsi.ac.id)<sup>\*2</sup>

#### Informasi Artikel:

Diterima 09, 15, 2025

Disetujui 09, 16, 2025

Diterbitkan 09, 22, 2025

#### Keywords:

Service Quality,  
Customer Satisfaction,  
Customer  
Loyalty, GrabBike,  
Online Transportation

#### Kata kunci:

Kualitas Pelayanan,  
Kepuasan Konsumen,  
Loyalitas Pelanggan,  
GrabBike, Transportasi  
Online.

**Abstract.** *The purpose of this study was to partially and simultaneously test how service quality and customer satisfaction affect GrabBike customer loyalty in Depok City. A total of 116 respondents who were GrabBike service users were selected through purposive sampling procedure techniques. The technique in this study used quantitative methodology and survey approach. Using SPSS version 27 software, data was collected through questionnaires and multiple linear regression analysis was performed. The results of the study showed that partially service quality and customer satisfaction had a positive and significant effect on customer loyalty. Simultaneously, both independent variables had a significant effect on customer loyalty. The coefficient of determination showed that customer satisfaction had a greater impact on customer loyalty, compared to service quality. This study shows how important it is to improve service quality and customer satisfaction so that GrabBike users remain loyal in the face of competition from other online transportation providers.*

**Abstrak.** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara parsial dan simultan bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen mempengaruhi loyalitas pelanggan GrabBike di Kota Depok. Sebanyak 116 responden pengguna layanan GrabBike yang dipilih melalui teknik prosedur purposive sampling. Teknik dalam penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dan pendekatan survei. Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27, data dikumpulkan melalui kuesioner dan dilakukan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan, kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memiliki dampak yang lebih besar terhadap loyalitas pelanggan, dibanding dengan kualitas pelayanan. Penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen agar pengguna GrabBike tetap loyal dalam menghadapi persaingan dari penyedia transportasi online lainnya.

## **PENDAHULUAN**

Kehidupan masyarakat sekarang dipengaruhi oleh layanan transportasi karena memudahkan mereka untuk bepergian dan menyelesaikan tugas sehari-hari. Salah satu alat penting untuk mendukung semua aspek kehidupan adalah transportasi. Saat ini, salah satu industri yang dapat dijalankan adalah transportasi, terutama mengingat kemajuan teknologi komunikasi yang mendorong perluasan industri pada transportasi, terutama mengingat kemajuan teknologi komunikasi yang mendorong perluasan pada sektor tersebut. Pertumbuhan industri transportasi yang cepat dari para perusahaan sejenis seperti Grab, Gojek, dan Maxim menjadi bukti bahwa sektor transportasi sangat menguntungkan.

Salah satu perusahaan transportasi online yang menawarkan layanan transportasi, khususnya sepeda motor, adalah GrabBike. Salah satu revolusi di sektor transportasi Ojek adalah perusahaan rintisan yang peduli sosial, GrabBike. Grab bekerja sama dengan para pengemudi berpengalaman di Indonesia dan luar negeri, khususnya di wilayah JABODETABEK. Grab adalah aplikasi andalan untuk memesan transportasi online ketika bepergian jauh maupun bepergian di tengah kemacetan. Karena sifat persaingan industri jasa saat ini, setiap bisnis yang beroperasi di sektor ini harus terus-menerus menerapkan berbagai taktik untuk menarik pelanggan. Bisnis harus mampu menggunakan pendekatan yang tepat untuk menarik pelanggan sehingga mereka akan kembali menggunakan jasa mereka (Rahayu & Syafe'i, 2022).

Konsumen akan merasa puas dengan nilai-nilai pribadi mereka dengan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap bisnis tersebut, sehingga kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang tidak memenuhi harapan sering kali menyebabkan konsumen kehilangan loyalitas.

Kepuasan konsumen sangat penting dalam suatu bisnis, tetapi jika konsumen tidak puas dengan pelayanan yang mereka terima, hal itu pada akhirnya dapat menyebabkan kehancuran sebuah bisnis. Dalam persaingan yang ketat, kepuasan dan loyalitas pelanggan saling terkait. Oleh karena itu, kepuasan konsumen akan meningkat jika perusahaan berupaya meningkatkan loyalitas pelanggan, dan sebaliknya jika perusahaan atau bisnis tersebut berusaha menurunkan kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan niscaya akan turun.

*Judul Artikel: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Grabbike Di Kota Depok*

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi bisnis apa pun karena memungkinkan pelanggan meningkatkan penjualan dan memastikan kelancaran operasi perusahaan. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan sangat penting bagi keberhasilan dan kedudukan bisnis. Salah satu persyaratan suatu bisnis untuk terus berkembang yaitu dengan terus meyakinkan agar melakukan pembelian atau penggunaan berulang dari konsumen yang telah mencoba suatu produk atau layanan.

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah karena layanan transportasi offline seperti ojek pangkalan sangat mahal, pelanggan beralih ke penyedia baru yang menawarkan lebih banyak promosi. GrabBike masih menjadi pilihan transportasi online terpopuler kedua di Indonesia. Karena persaingan yang ketat di pasar transportasi online, GrabBike harus meningkatkan mutu penawarannya untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan GrabBike di Kota Depok menjadi sebuah judul, hal ini memotivasi para peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut, mengingat uraian dan fenomena yang telah dijabarkan. Sehubungan dengan hal ini, pengemudi jasa transportasi online seperti GrabBike, khususnya di wilayah Kota Depok, harus mampu memberikan layanan terbaik untuk memastikan pelanggan merasa puas. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, diharapkan pengguna GrabBike akan melakukan repeat order dan akhirnya menjadi pelanggan tetap.

## **METODE PENELITIAN**

Sumber data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Dalam pelaksanaan, analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara pendekatan kuantitatif untuk menganalisis data secara metodis dan menyeluruh. Hasil survei yang diisi oleh responden, khususnya pengguna layanan transportasi online GrabBike di Kota Depok.

Penulis menggunakan responden yang merupakan pengguna layanan transportasi online GrabBike di Kota Depok untuk mengumpulkan data. Metode ini dipilih karena memudahkan peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk analisis tambahan. Untuk mengetahui hubungan antara faktor-faktor tersebut, data dianalisis menggunakan SPSS versi 27 untuk analisis statistik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Dalam proses uji validitas jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel pernyataan dianggap valid, jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel pernyataan dianggap tidak valid. Dalam hal ini peneliti memperoleh hasil pengujian validitas yang telah dilakukan.

Berikut adalah hasil dari pengujian yang dilakukan:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0.479	0,1808	Valid
	X1.2	0.634	0,1808	Valid
	X1.3	0.601	0,1808	Valid
	X1.4	0.519	0,1808	Valid
	X1.5	0.590	0,1808	Valid
	X1.6	0.638	0,1808	Valid
	X1.7	0.657	0,1808	Valid
	X1.8	0.621	0,1808	Valid
	X1.9	0.624	0,1808	Valid
	X1.10	0.605	0,1808	Valid
	X1.11	0.650	0,1808	Valid
	X1.12	0.523	0,1808	Valid
	X1.13	0.715	0,1808	Valid
	X1.14	0.642	0,1808	Valid
	X1.15	0.586	0,1808	Valid
Kepuasan Konsumen	X2.1	0.660	0,1808	Valid
	X2.2	0.618	0,1808	Valid
	X2.3	0.650	0,1808	Valid
	X2.4	0.682	0,1808	Valid
	X2.5	0.678	0,1808	Valid
	X2.6	0.688	0,1808	Valid
	X2.7	0.762	0,1808	Valid
	X2.8	0.770	0,1808	Valid
	X2.9	0.723	0,1808	Valid
Loyalitas Pelanggan	Y.1	0.606	0,1808	Valid
	Y.2	0.738	0,1808	Valid
	Y.3	0.682	0,1808	Valid
	Y.4	0.588	0,1808	Valid
	Y.5	0.664	0,1808	Valid
	Y.6	0.638	0,1808	Valid
	Y.7	0.772	0,1808	Valid
	Y.8	0.748	0,1808	Valid
	Y.9	0.741	0,1808	Valid

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui jika instrument variabel kualitas pelayan, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hal ini menunjukkan bahwa semua pertanyaan instrumen telah memenuhi standar validitas. Dengan demikian, setiap pertanyaan dalam instrumen ini valid.

### Uji Reliabilitas

Salah satu metode untuk menilai keandalan instrumen dalam menghasilkan data adalah uji reliabilitas. Berikut ini adalah kriteria dalam pengujiannya:

1. Jika *Cronbach's Alpha*  $>$  dari 0,60 menunjukkan reliabel.
2. Sebaliknya jika *Cronbach's Alpha*  $<$  0,60 tidak reliabel.

Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas:

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.876	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (X2)	0.863	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.857	0,60	Reliabel

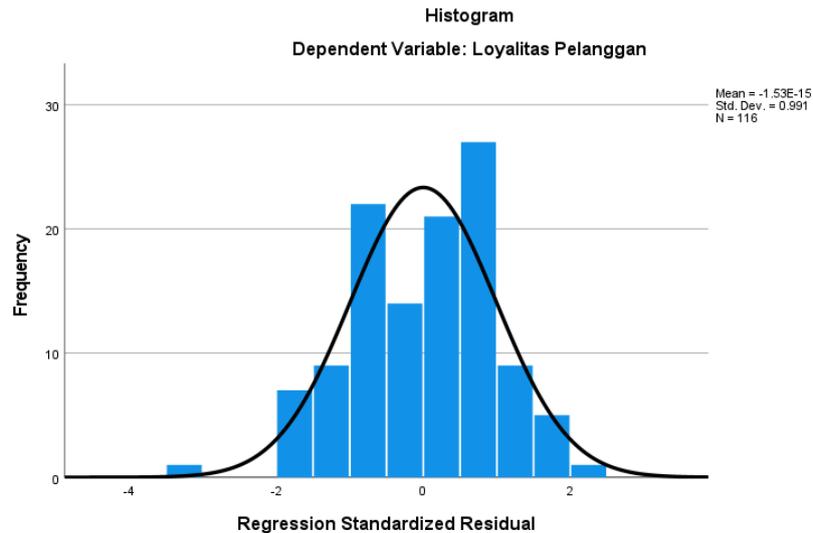
Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan pada tabel uji reliabel, dengan nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  0,60 variabel Kualitas Layanan (X1), Kepuasan Konsumen(X2), dan Loyalitas Pelanggan (Y) bahwa semua variabel dinyatakan reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

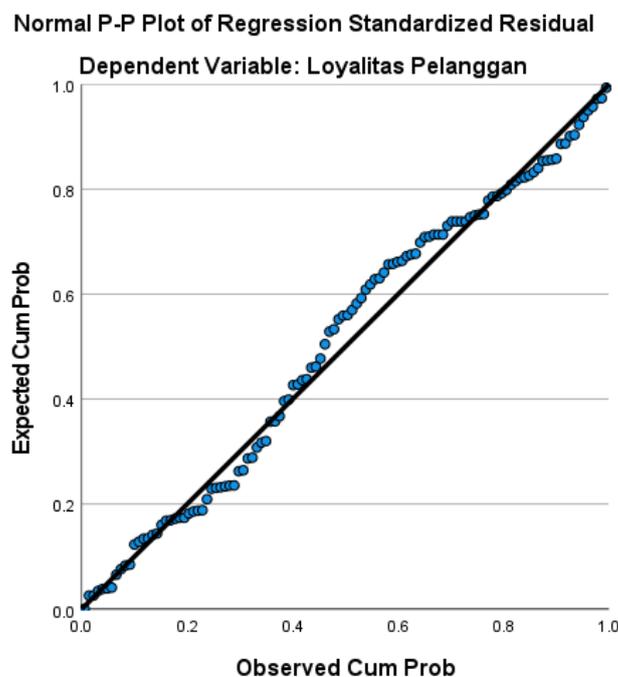
#### Uji Normalitas

Kriteria pengujian uji normalitas yaitu, data dianggap terdistribusi secara normal jika nilai signifikansi (Asym Sig 2 tailed)  $>$  0,05. Sebaliknya, data tidak terdistribusi secara normal jika nilai signifikansi (Asym Sig 2 tailed)  $<$  0,05. Berikut adalah hasil dari uji normalitas:



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram

Histogram residual yang menunjukkan bentuk mendekati distribusi normal, yang didefinisikan oleh simetri relatif terhadap nilai tengah. Puncak distribusi sangat mendekati nol. Residual didistribusikan dengan cara yang hampir normal, seperti yang terlihat oleh kurva normal overlay (garis hitam). Hasil estimasi dan kesimpulan statistik yang diambil dari model regresi Loyalitas Pelanggan dapat dipercaya karena kecenderungan distribusi residual valid.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-P Plot

*Judul Artikel: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Grabbike Di Kota Depok*

Berdasarkan grafik, titik residual grafik cukup dekat dengan garis diagonal atau garis normalitas, yang membuktikan bahwa asumsi normalitas terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu asumsi penting dalam analisis regresi linier klasik adalah bahwa residual model regresi terdistribusi secara normal.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov Smirnov***

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		118	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.46150127	
Most Extreme Differences	Absolute	.081	
	Positive	.060	
	Negative	-.081	
Test Statistic		.081	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.061	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.065	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.058
		Upper Bound	.071

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

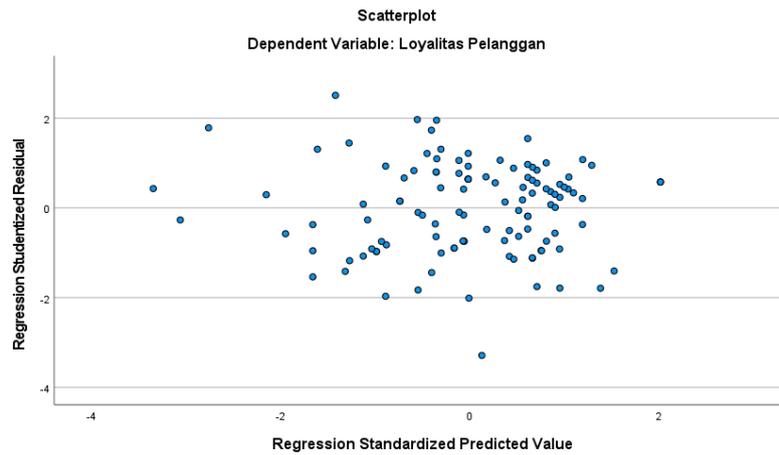
Sumber: Data diolah (2025)

Nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) = 0,061 > 0,05. Maka asumsi normalitas residu terpenuhi. Sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis lanjutan.

### Uji Heteroskedastisitas

Kriteria pengujian uji heteroskedastisitas yaitu, heteroskedastisitas tidak terjadi jika residual absolut dan nilai signifikansi variabel independen > 0,05. Sebaliknya, heteroskedastisitas terjadi jika residual absolut maupun variabel independen memiliki nilai signifikansi < 0,05. Adapun hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

*Judul Artikel: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Grabbike Di Kota Depok*



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas Grafik *Scatterplot*

Berdasarkan dari gambar tersebut mengenai uji heteroskedastisitas, tidak terdapat struktur yang jelas pada titik-titik data, yang tersebar secara acak di sekitar garis horizontal nol. Hal ini menunjukkan bahwa asumsi linearitas dan homoskedastisitas terpenuhi. Tidak ada gelombang, kurva, atau pola sistematis lain yang terlihat. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada hubungan non-linear yang signifikan yang tidak ditangkap oleh model regresi.

**Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.963	1.581		3.140	.002
	Kualitas Pelayanan	-.008	.037	-.031	-.230	.819
	Kepuasan Konsumen	-.044	.052	-.115	-.856	.394

a. Dependent Variable: Abs\_RES  
Sumber: Data diolah (2025)

Dari tabel berikut dijelaskan bahwa:

- Variabel Kualitas Pelayanan, nilai signifikansi (Sig.) = 0.819 > 0.05 artinya: Tidak signifikan atau tidak terjadi indikasi heteroskedastisitas.
- Variabel Kepuasan Konsumen, nilai signifikansi (Sig.) = 0.394 > 0.05 artinya: Tidak signifikan atau tidak terjadi indikasi heteroskedastisitas.

Model regresi ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas karena setiap variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

### Uji Multikolinearitas

Kriteria pengujian untuk uji multikolinearitas yaitu, multikolinearitas dikatakan tidak terjadi jika nilai VIF < 10 dan *Tolerance* > 0,10. Sebaliknya, multikolinearitas terjadi jika nilai VIF > 10 dan *Tolerance* < 0,10. Berikut adalah hasil dari uji multikolinearitas:

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-3.283	2.852		-1.151	.252		
	Kualitas Pelayanan	.223	.067	.274	3.342	.001	.483	2.072
	Kepuasan Konsumen	.657	.093	.576	7.037	<.001	.483	2.072

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan dari hasil tersebut dapat disimpulkan, tidak ada masalah multikolinearitas antara kedua variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Konsumen (X2). Kedua variabel tersebut memiliki nilai *Tolerance* = 0,483 > 0,10 dan nilai VIF = 2,072 < 10.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah salah satu cara untuk menentukan bagaimana faktor-faktor independen dapat memengaruhi variabel dependen. Model tersebut digunakan untuk menjelaskan bagaimana variabel independen terhadap variabel dependen saling berhubungan. Berikut ini adalah analisis regresi linier berganda:

**Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3.283	2.852		-1.151	.252
	Kualitas Pelayanan	.223	.067	.274	3.342	.001
	Kepuasan Konsumen	.657	.093	.576	7.037	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah (2025)

*Judul Artikel: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Grabbike Di Kota Depok*

Berdasarkan dari tabel tersebut, Model ini memprediksi loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen berdasarkan dua variabel independen kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = -3.283 + 0.223 (\text{Kualitas Pelayanan}) + 0.657 (\text{Kepuasan Konsumen})$$

- a. Nilai konstanta sebesar -3.283, namun, nilai sig = 0.252 > 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen bernilai nol, maka nilai variabel loyalitas pelanggan berada pada angka -3.283. Konstanta tidak signifikan secara statistik, tetapi nilai tersebut tidak memberikan pengaruh yang berarti.
- b. Koefisien regresi untuk kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, diperkirakan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,223 setiap kenaikan 1 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.
- c. Koefisien regresi untuk kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, diperkirakan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,657 setiap kenaikan 1 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sangat berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen memiliki dampak yang lebih dominan kepada loyalitas pelanggan.

## **Pengujian Hipotesis**

### **Uji T (Parsial)**

Dalam uji ini menilai apakah model regresi variabel *independen* memiliki dampak yang berarti pada variabel *dependen* hingga tingkat parsial. Kriteria dalam pengujian ini yaitu:

1. Jika signifikansi > 0,05 (tidak ada pengaruh), Ho diterima.
2. Jika signifikansi (berpengaruh) < 0,05 Ho ditolak.

Nilai sign < 0,05, nilai t hitung > nilai t tabel

$$t \text{ tabel} = t (\alpha/2 : n-k-1)$$

$\alpha = 5\% = t (0,05/2 : 116-2-1) = (0,025 : 113)$  menghasilkan nilai 1.981. Nilai t-tabel yang diperoleh adalah 1.981. Hasil uji t adalah sebagai berikut:

**Tabel 7. Hasil Uji T (Parsial)**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3.283	2.852		-1.151	.252
	Kualitas Pelayanan	.223	.067	.274	3.342	.001
	Kepuasan Konsumen	.657	.083	.576	7.037	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah (2025)

Dapat diketahui hasil uji t sebagai berikut:

1. Nilai t-hitung yaitu 3.342 lebih > t tabel 1.981 dan nilai sig sebesar 0.001 < 0,05. Hal tersebut diartikan Ho ditolak dan Ha diterima, jadi kesimpulan dari penelitian ini bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Diketahui nilai t-hitung yaitu 7.037 > t tabel 1.981 dan nilai sig sebesar 0.000 < 0,05. Hal tersebut diartikan Ho ditolak dan Ha diterima, jadi kesimpulan dari hasil tersebut bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### Uji F (Simultan)

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel dependen dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen yang digabungkan. Kriteria pengujian uji f sebagai berikut:

1. Jika signifikansi > 0,05 (tidak ada pengaruh), Ho diterima.
2. Jika signifikansi (berpengaruh) < 0,05 Ho ditolak.

df = error margin (toleransi 5%) kuadrat

n = sampel penelitian

k = variabel penelitian

df = n - k = 116 - 3 = 113

f tabel 113 = 3.08

**Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2388.623	2	1194.311	97.942	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1377.929	113	12.194		
	Total	3766.552	115			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Diolah (2025)

Dapat diketahui nilai sig untuk kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan konsumen (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar  $0.000 < 0,05$ . F hitung  $97.942 > F$  tabel yaitu 3.08. Hal tersebut dapat diartikan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jadi kesimpulan dari hasil tersebut bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan.

### Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah metode statistik untuk mengevaluasi seberapa efektif model regresi menjelaskan varians dalam variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen, yang dapat dikenal sebagai uji R Square. Semakin dekat koefisien determinasi mendekati 1, semakin efektif model tersebut dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Berikut ini hasil pengujian uji koefisien determinasi:

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 <sup>a</sup>	.634	.628	3.49200

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah (2025)

Nilai koefisien determinasi menghasilkan nilai yaitu 0.634. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berkontribusi sebesar 63,4% terhadap variabel loyalitas pelanggan.

### KESIMPULAN

*Judul Artikel: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Grabbike Di Kota Depok*

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan GrabBike di Kota Depok, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan GrabBike di Kota Depok. Artinya, pelanggan cenderung tetap setia pada GrabBike apabila pelayanannya memiliki kualitas lebih baik.
2. Kepuasan konsumen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Konsumen yang merasa puas cenderung akan terus menggunakan layanan GrabBike serta merekomendasikannya kepada orang lain.
3. Secara simultan, kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ini menunjukkan bahwa kombinasi antara pelayanan yang baik dan tingkat kepuasan yang tinggi akan memperkuat loyalitas pelanggan terhadap GrabBike.
4. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa meskipun keduanya memiliki dampak yang signifikan, kepuasan konsumen memiliki dampak yang lebih besar terhadap loyalitas pelanggan daripada kualitas pelayanan.

## **SARAN**

Berdasarkan pada temuan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan GrabBike di Kota Depok, ada beberapa saran yang dapat diajukan sebagai bahan penelitian lebih lanjut:

1. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. GrabBike disarankan untuk terus menilai dan melatih mitra pengemudinya sehingga mereka dapat memberikan layanan yang andal, sopan, cepat, dan aman. Peningkatan kehandalan termasuk atribut dan daya tarik pengemudi juga harus diperhatikan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas. GrabBike perlu meningkatkan pengalaman konsumen melalui fitur aplikasi yang responsif dan mudah digunakan, layanan yang memenuhi harapan, dan menjaga komunikasi dua arah yang efektif antara pengemudi dan konsumen.

3. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terbukti sangat penting terhadap loyalitas pelanggan. GrabBike disarankan untuk terus meningkatkan dan mengoptimalkan layanannya agar dapat menarik lebih banyak konsumen pengguna transportasi online GrabBike.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Arista, R., Rahman, A., Ariandi, F., & Chandra Utama, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Grabbike di Kabupaten Bogor. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3),
- Aziah, A., Popon, ), Adawia, R., & Sitasi, C. (2020). Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Cakrawala*, 18(2), 149–156. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawaladoi:https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Bria Fahik, A. (2019). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MEREK ISUZU ELF (Studi pada PT. Armada Auto Tara Kalimantan)*.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Responsive*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.24198/responsive.v5i1.39338>
- Fernandes, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Kayuagung. *Motivasi*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.32502/mti.v6i1.3424>
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Hadi, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt Matahari Department Store Di Arion Mall*.
- Hikmah, J. (2020). Paradigm. *Computer Graphics Forum*, 39(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.

*Judul Artikel: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Grabbike Di Kota Depok*

Kualitas, P., Dan, L., Terhadap, H., Pada, P., Studi, G., & Kecamatan, W. (2022). *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*. 12(1), 70–83.

Manajemen, J., & Bisnis, D. A. N. (2023). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN GRAB ( STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS )* Dilla Puspita Fakultas Ekonomi Bisnis , Universitas Tjut Nyak Dhien , Program Studi Manajemen Email author : dillap. 2(2), 97–110.

M Dea. (2021). Berganda. *Repository STEI*, 28–38.

MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>

Mechtildis Olivia. (2022). Pemanfaatan Instagram @Dkksemarang Sebagai Media Komunikasi Bencana Dalam Penanganan Covid-19 Di Kota Semarang (Maret - Desember 2020). *Doctoral Dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.*, July, 41–48.