

Analisis Kebutuhan *Customer* Pada Pelayanan Aplikasi Ojek *Online* Wanita Di Madura

Wisuda Yanti Simanjuntak^a, Retno Indriartiningtias^b, Samsul Amar^c
Sabaruddin Akhmad^d, Nova Meiriza^e

^a Teknik Industri, Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, 69162

^b Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru, 28156

* Corresponding author: 210421100026@student.trunojoyo.ac.id

ABSTRAK

Masyarakat Madura merupakan masyarakat yang memegang erat nilai agama dan budaya keislaman. Nilai-nilai yang mereka yakini terlihat dari kebiasaan dan perilaku mereka sehari-hari termasuk dalam hal berinteraksi antara laki-laki dan Perempuan. Masyarakat Madura meyakini bahwa menjaga batas antara wanita dengan pria adalah hal yang harus dipatuhi. Termasuk dalam menggunakan transportasi ojek *online* saat ini. Saat ini telah ada dan mulai berkembang ojek *online* khusus wanita namun masih dipesan secara manual melalui grup Whatsapp. Berdasarkan beberapa fakta tersebut penulis ingin mengetahui preferensi *customer* ojek *online* khusus wanita yang nantinya bisa dikembangkan untuk merancang aplikasinya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan studi literatur, wawancara dan penyebaran kuisioner pada pelanggan wanita selaku pengguna dari aplikasi yang akan dibuat. Hasil yang diperoleh melalui preferensi variabel ojek *online* wanita ialah berupa variabel kenyamanan dan variabel fitur aplikasi. Kenyamanan akan tercipta ketika fitur aplikasi mudah dimengerti dan diaplikasikan oleh *customer*. Kenyamanan yang diinginkan *customer* seperti *driver* yang ramah, *driver* menjemput tepat waktu, dan berkomunikasi dengan baik.

Kata Kunci: Aplikasi Ojek *Online*, *Customer*, Madura, Transportasi *Online*, Wanita

ABSTRACT

The Madurese society was a community that closely adhered to Islamic religious and cultural values. The values they believed in were reflected in their daily habits and behavior, including interactions between men and women. The Madurese people believed that maintaining boundaries between women and men was something that had to be obeyed, including in the use of online motorcycle taxi transportation. At the time, online motorcycle taxis specifically for women had begun to emerge and develop, but they were still ordered manually via WhatsApp groups. Based on these facts, the author aimed to understand the preferences of online motorcycle taxi customers specifically for women, which could later be used to develop an application. This research employed qualitative methods by conducting literature studies, interviews, and distributing questionnaires to female customers as potential users of the proposed application. The results showed that women's online motorcycle taxi preferences were based on comfort variables and application feature variables. Convenience was achieved when application features were easy for customers to understand and use. The comfort factors that customers sought included a friendly driver, punctual pickup, and good communication.

Keywords: Customers, Madura, Online Transportation, Online Motorcycle Taxi Application, Women.

1. Pendahuluan

Pulau Madura merupakan pulau yang terletak di provinsi Jawa Timur dan letaknya terpisah dari pulau Jawa. Masyarakat Madura merupakan masyarakat yang menganut budaya dan nilai keagamaan yang sangat kental. Hal ini dilihat dari masyarakat Madura yang masih sering melakukan banyak tradisi adat seperti karapan sapi, upacara rokat, ritual ojung dan lainnya. Masyarakat Madura mayoritas menganut agama islam sehingga nilai-nilai yang mereka percaya juga tidak lepas dari nilai keislaman, salah satunya terkait interaksi antara laki-laki dan perempuan harus memiliki batas. Contoh batasan yang dimaksud seperti wanita dilarang berkendara atau mengemudi menggunakan sepeda motor dengan pria, lalu wanita juga dilarang bersentuhan dengan pria yang tidak memiliki ikatan keluarga. Nilai tersebut perlu dijaga tanpa mempersulit ruang gerak wanita dalam melakukan aktivitas sehari-harinya. Salah satu alternatif solusi dengan menyediakan fasilitas umum khusus wanita berupa alat transportasi khusus wanita.

Transportasi *online* merupakan alat kendaraan yang digunakan masyarakat yang dipesan melalui aplikasi dan berkembang sampai saat ini. Transportasi *online* menawarkan seperti kemudahan, biaya murah, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, maka tidak mengherankan jika banyak orang yang beralih dari moda transportasi konvensional ke moda transportasi *online*[1]. Transportasi ojek *online* wanita dapat menjadi alternatif solusi bagi wanita Madura agar dapat lebih produktif tanpa melanggar nilai keislaman. Ojek *online* khusus wanita bukan lagi suatu hal yang baru karna sudah ada dan berkembang dilingkup kampus atau bahkan masyarakat Madura[2]. Ojek ini sudah beroperasi namun hanya dalam lingkup kecil seperti berkomunikasi melalui grup Whatsapp dan masih belum diketahui banyak orang. Sehingga perlu adanya terobosan baru seperti mengembangkan aplikasi ojek *online* khusus wanita yang dapat meningkatkan keamanan dan kenyamanan antara *driver* wanita dengan penumpang wanita [3].

Customer dapat mengetahui siapa *driver* yang menawarkan jasa ojek untuknya dan hal sebaliknya. Sebelum membuat aplikasi langkah awalnya ialah mengetahui preferensi variabel-variabel apa yang menunjang aplikasi itu diterima oleh Masyarakat melalui studi literatur penelitian sebelumnya [4]. Sehingga terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu fitur tombol ,fitur ojek, fitur jasa kirim makanan, fitur jasa pengirirman barang/surat dan lainnya. Hal selanjutnya ialah penulis akan menyebarkan *kuis* terhadap pengguna ojek *online* tradisional khusus wanita agar mengetahui hal seperti apa yang diinginkan pelanggan ojek *online* wanita pada *aplikasi* tersebut. Lalu mengolah data *kuis* tersebut menggunakan aplikasi excel [5] Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, peneliti bermaksud ingin melakukan analisis kebutuhan *customer* berdasarkan preferensi keinginan *customer* ojek *online* wanita. Langkah-langkah yang akan dilakukan oleh peneliti ialah melakukan studi literatur, pembagian *kuis*, pengolahan data menggunakan excel[6]. Sehingga peneliti akan menemukan variabel apa yang diperlukan oleh *customer* wanita. Lalu dengan adanya penelitian ini akan menimbulkan inovasi baru yang diterima masyarakat terlebih lagi khusus wanita baik ibu rumah tangga, mahasiswi, siswi, dosen wanita, dan semua pekerjaan yang berbaur dengan kaum wanita.

2. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka ialah berupa tinjauan teori yang mendukung peneliti dalam melakukan penelitian.

2.1 *Transportasi*

Transportasi umum adalah sarana yang dimanfaatkan oleh masyarakat dalam keberlangsungan hidup. Transportasi ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu transportasi konvensional (*offline*) dan transportasi berbasis daring (*online*). Transportasi konvensional merupakan layanan umum yang dapat langsung digunakan tanpa perantara seperti aplikasi. Sementara itu, untuk transportasi daring memerlukan aplikasi sebagai alat pemesanan awal sampai pembayaran sebelum bisa digunakan. Sehingga masyarakat semakin terbiasa menggunakan angkutan daring karena beberapa faktor seperti kenyamanan dan efisiensi yang ditawarkannya lebih mempermudah manusia melakukan pekerjaan setiap harinya.[7]

2.2 *Ojek Online*

Ojek *online* merupakan jenis transportasi umum yang serupa dengan ojek tradisional, di mana keduanya menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi. Namun, ojek *online* dianggap lebih modern karena telah memanfaatkan perkembangan teknologi [8]. Layanan ojek *online* berbasis aplikasi, memungkinkan konsumen untuk terhubung dengan pengemudi melalui perangkat seluler. Prosesnya melibatkan konsumen yang memesan pengemudi melalui aplikasi yang tersedia, kemudian pengemudi akan menerima pesanan dan mengantarkan konsumen ke tujuan sesuai dengan permintaan yang dilakukan melalui aplikasi tersebut. ojek *online* saat ini telah menjadi opsi yang praktis bagi konsumen untuk menggunakan jasa ojek sebagai sarana transportasi guna mencapai lokasi tujuan. Layanan ini menawarkan kenyamanan serta perkiraan waktu yang akurat, yang dapat diakses langsung melalui aplikasi ojek *online* tersebut.

2.3 *Norma-Norma Tradisional Madura*

Madura adalah salah satu wilayah yang kaya akan budaya unik. Masyarakatnya dikenal sebagai etnis yang sangat religius dan memiliki tradisi yang berakar kuat pada pesantren. Julukan “Pulau Santri” melekat pada Madura karena dari Bangkalan di barat hingga Sumenep di timur, terdapat banyak pesantren dengan jumlah santri yang beragam. Ini menunjukkan bahwa masyarakat Madura memiliki ikatan yang erat dengan ajaran agama. Ketika menghadapi tantangan besar, orang Madura sering melakukan *angerjhâ bhumè*, yaitu menghentakkan kaki ke tanah dan menatap ke langit sebagai tanda doa kepada Tuhan. Mereka juga sangat menghormati tokoh agama, seperti kyai, dan menjunjung tinggi nilai kepatuhan terhadap orang tua [9].

2.4 *Hubungan Wanita dengan Transportasi*

Perkembangan transportasi membuat seorang wanita merasa terbantu dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Terlebih lagi wilayah madura yang sangat menjunjung tinggi nilai agama. Caranya seperti merancang ojek online khusus wanita. Hal ini akan sangat membantu untuk beraktivitas tanpa melanggar norma-norma keagamaan di wilayah Madura. Dengan adanya penelitian ini wanita menjadi objek yang dituju untuk mengetahui variabel yang diinginkan oleh customer wanita untuk merancang aplikasi ojek online[10]

2.5 Studi Literatur

Penulis telah membaca beberapa jurnal baik internasional dan nasional sebagai referensi untuk melakukan penyebaran kuisioner.

Tabel 1. Studi Literatur

No	Referensi	Tahun	Variabel
1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Menggunakan Jasa Go-Jek <i>Online</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau)	Sundari E, Helmi S (2021) [11]	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presepsi harga ➤ kualitas pelayanan ➤ Citra perusahaan ➤ <i>Word of mouth</i>
2	Analisis preferensi konsumen terhadap penggunaan transportasi <i>online</i>	Yamin, dkk [12]	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kemudahan penggunaan aplikasi ➤ Harga ➤ Keamanan
3	Pengaruh <i>E-service Quality</i> Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek <i>Online</i> Go- Ride dalam Aplikasi Go-Jek melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi	Ihsan (2019) [13]	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>e-service quality (ease of use, aplikasisite design, responsiveness, dan assurance)</i> ➤ kepercayaan konsumen (reputasi, keamanan bertransaksi dan keandalan sistem). ➤ keputusan pengguna jasa (pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif)
4	Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek <i>online</i> (studi pada pelanggan grabbike di kota medan)	Sianipar (2019) [14]	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kualitas pelayanan ➤ Presepsi Harga ➤ Citra Merek ➤ Kepuasan Pelanggan
5	Analisis <i>user experience</i> aplikasi ojek <i>online</i> maxim dengan model hci	Mulyadi dkk, (2023) [15]	<p>Pada penelitian ini beberapa prinsip yang digunakan sebagai tolak ukur untuk mengukur kepuasan pengguna pada Interface aplikasi ojek <i>online</i> 'Maxim' ini memfokuskan pada 5 kriteria yang diambil, di antaranya :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Efficiency</i> 2) <i>User Compability</i> 3) <i>Ease of Use</i> 4) <i>Ease of Learning</i> 5) <i>Consistency</i>

Sumber: Pengolahan Data, 2023

Melalui studi literatur yang dilakukan peneliti terdapat 5 referensi jurnal yang digunakan untuk melakukan preferensi variabel menurut *customer*. Untuk jurnal pertama menjelaskan variabel dari sisi konsumen dalam memilih ojek *online*, jurnal kedua menjelaskan preferensi apa saja yang digunakan dalam ojek *online*, jurnal ketiga menjelaskan hal apa yang mendukung jasa ojek *online*, jurnal keempat menjelaskan hal yang mempengaruhi persepsi konsumen ojek *online*, dan yang jurnal terakhir menjelaskan perihal tampilan awal untuk aplikasi yang digunakan berdasarkan preferensi *customer*.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel yang dibutuhkan saat membuat *aplikasi* ojek *online* khusus wanita. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan literatur *review* jurnal, melakukan wawancara dan penyebaran kuisioner. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan empat metode penelitian ialah sebagai berikut.

3.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena sosial, budaya, atau psikologis melalui analisis data yang bersifat non-numerik. Metode ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna, pengalaman, dan perspektif individu atau kelompok dalam konteks alami mereka [16]. Dalam penelitian ini metode kualitatif seperti wawancara dan penyebaran kuesioner.

3.2 Pengolahan Data

Terdapat beberapa hal yang dilakukan untuk mengolah data sehingga akan menghasilkan pembahasan di subbab selanjutnya ialah sebagai berikut.

3.2.1 Studi Literatur

Studi literatur adalah proses dalam penelitian yang melibatkan pengumpulan, evaluasi, dan sintesis informasi dari berbagai sumber yang relevan dengan topik penelitian tertentu. Tujuan utama studi literatur adalah untuk memahami pengetahuan yang sudah ada, lalu mengidentifikasi kesenjangan dalam penelitian yang ada, dan membangun dasar teori yang kokoh untuk penelitian baru [17]. Penelitian ini menggunakan 5 jurnal khusus untuk mencari preferensi variabel yang dibutuhkan *customer* serta menggunakan 20 jurnal baik nasional maupun internasional terkait seluruh teori dan metode yang digunakan.

3.2.2 Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara seorang peneliti atau pewawancara dan seorang responden atau narasumber untuk mendapatkan informasi atau pandangan terkait topik tertentu. [18] Wawancara merupakan hal yang dilakukan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya terjadi pada pihak-pihak terkait [19]. Peneliti melakukan wawancara kepada 8 orang yang terdiri dari 2 orang Masyarakat yang berdomisili di setiap daerah bangkalan, pemekasan, sampang dan sumenep.

3.2.3 Penyebaran Kuisioner

Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang digunakan untuk

mengumpulkan informasi dari responden melalui serangkaian pertanyaan yang disusun secara sistematis. Terdapat beberapa hal dalam penyebaran kuisioner yaitu :

1. Pertanyaan Tertutup: Responden memilih dari pilihan jawaban yang telah disediakan. (Ya/Tidak).
2. Pertanyaan Terbuka: Responden memberikan jawaban dalam bentuk teks bebas.
3. Skala *Likert* : Pertanyaan di mana responden menilai pernyataan pada skala, seperti dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju".
4. Skala likert yang digunakan ialah 4 skala seperti (1)Sangat Setuju, (2) Setuju, (3) Tidak Setuju, (4) Sangat Tidak Setuju.[20]

4. Hasil dan Pembahasan

Setelah dilakukannya proses tersebut terdapat hasil yang akan dipaparkan sesuai dengan metode penelitian ialah metode kualitatif. Sehingga pendekatan ini berfokus pada pengalaman, prespektif, dan hal yang dialami setiap individu lalu dirampung dan diolah menjadi penunjang dalam penelitian ini, Berikut hal yang telah dilakukan dalam penelitian ini ialah.

4.1 Hasil Kuisioner

Hasil kuisioner ini memiliki lima pertanyaan yang telah dijawab oleh responden wanita sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut.



Gambar 1. Hasil Pertanyaan I
Sumber: Olahan Data, 2023



Gambar 2. Hasil Pertanyaan II
Sumber: Olahan Data, 2023



Gambar 3. Hasil Pertanyaan III
Sumber: Olahan Data, 2023



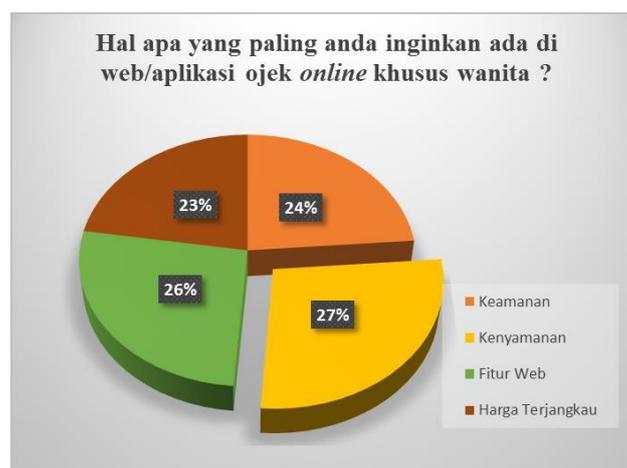
Gambar 4. Hasil Pertanyaan IV
Sumber: Olahan Data, 2023



Gambar 5. Hasil Pertanyaan V
Sumber: Olahan Data, 2023

Melalui gambar tersebut terdapat hasil yang dikonversi kedalam bentuk diagram *pie chart* agar mudah untuk dipahami. Gambar 4.3 menjelaskan bahwa hampir 65% responden pada kuisioner yang dibagikan menjawab **tidak mengetahui** adanya sebuah layanan aplikasi ojek *online* khusus wanita di Madura. Lalu pada gambar 4.4 menjelaskan bahwa 62% dari responden yang mengisi **setuju** untuk aplikasi ojek *online* ini dibuat. Selanjutnya gambar 4.5 menjelaskan terdapat responden yang **menggunakan** ojek *online* kurang dari 4 kali sebesar 46% dan 4 sampai 10 kali dalam sebulan sebesar 56%. Begitu juga pada gambar 4.6 menjelaskan **delivery order** makanan dalam sebulan responden kurang dari 4 kali sebesar 62% terkategori jarang dan 4 sampai 10 kali sebesar 38%. Kemudian hal yang terakhir ialah gambar 4.7 menjelaskan bahwasannya responden hanya menggunakan jasa pengiriman *online* dalam satu bulan kurang dari 4 kali sebesar 81% dan 4 sampai 10 kali hanya 19% terkategori sangat jarang. Semua hasil tersebut menjadi pernyataan awal untuk peneliti segera melanjutkan ide ini dan membuat aplikasi yang diinginkan oleh *customer*.

4.1.1 Hasil Pengolahan Data Keinginan Costumer



Gambar 6. Hasil Pengolahan Kuisioner Keinginan *Customer*/Pelangan
Sumber: Olahan Data, 2023

Gambar 6 menjelaskan terdapat 4 variabel utama yang diajukan peneliti terhadap responden yaitu kemanaan, kenyamanan, fitur aplikasi, dan harga terjangkau. Hasil yang diperoleh ialah Harga terjangkau 23%, keamanan 24%, fitur aplikasi 26%, dan kenyamanan sebesar 27%. Hampir keseluruhan responden memilih kenyamanan menjadi variabel awal, lalu fitur aplikasi. Kedua hal ini saling bersinggungan kenyamanan akan diperoleh ketika fitur pada aplikasi tersebut mudah diaplikasikan oleh *customer*, lalu kenyamanan juga muncul ketika *customer* dapat mengetahui identitas *driver* dan bisa berkomunikasi dengan baik pada *driver* yang memberikan jasa ojek *online*. Sehingga kenyamanan dapat terwujud sesuai dengan keinginan *customer* pada aplikasi ojek *online khusus wanita*.

4. Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang ditemukan peneliti memperoleh variabel kenyamanan pada urutan pertama, lalu variabel kedua yaitu fitur pada web. Urutan ketiga ialah keamanan dan urutan keempat ialah harga terjangkau. Dimana kenyamanan akan muncul ketika pengguna atau *customer* mudah memahami dan mengaplikasikan fungsi dari fitur tombol pada aplikasi yang akan dirancang. Kenyamanan yang diinginkan *customer* wanita ialah seperti keramahan *driver (service)*, pengantaran dan penjemputan *driver* sesuai waktu. Lalu untuk fitur web yang dimaksud ialah tombol yang digunakan pada web, tampilan peta dan pelacakan real time, pembayaran via dompet digital, promosi dan diskon, tampilan warna latar belakang yang unik. Serupa dengan beberapa penelitian [21].

Ditemukannya variabel ini akan menjadi langkah awal untuk mengetahui preferensi apa dan bagaimana yang diinginkan *customer* terhadap aplikasi dan *driver* yang akan bekerja untuk aplikasi tersebut. Wilayah madura merupakan tempat yang tepat untuk merancang dan membuat ojek online khusus wanita ini dapat digunakan. Sehingga akan membantu banyak wanita dalam melakukan aktivitas Di kehidupan sehari-hari.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini ialah keinginan *customer* merupakan hal yang utama sebelum membuat aplikasi ojek *online* khusus wanita. Sehingga dihasilkan variabel yang diinginkan oleh *customer* ialah kenyamanan diantara *driver* dengan *customer* yang menggunakan jasa tersebut. Maka dari itu peneliti akan melakukan pembuatan aplikasi ojek *online* khusus wanita didukung dengan variabel yang dihasilkan yaitu kenyamanan berinteraksi melalui aplikasi serta fitur aplikasi yang mudah dipahami. Kenyamanan akan tercipta ketika fitur aplikasi mudah dimengerti dan diaplikasikan oleh *customer*. Kenyamanan yang diinginkan *customer* seperti *driver* yang ramah, *driver* menjemput tepat waktu, dan berkomunikasi dengan baik. Rancangan aplikasi ini dapat menjadi sebuah inovasi baru ,transportasi dan lapangan kerja yang baru untuk seorang wanita di pulau Madura khususnya Bangkalan, Pemekasan, Sampang dan Sumenep.

Limitasi yang dihadapi peneliti ialah keterbatasan sampel yang kurang maksimal sehingga belum menghasilkan kuesioner secara menyeluruh, fokus wilayah yang terlalu luas sehingga sampel kurang akurat, dan memiliki keterbatasan waktu dalam penelitian. Untuk penelitian selanjutnya semoga peneliti dapat mengembangkan penelitian ini lebih tereprinci lagi dan

melanjutkan penelitian ini melalui menghasilkan variabel yang ditemukan pada penelitian ini. Sehingga penelitian ini akan rampung dan sampai pada pengoperasian aplikasi kepada *customer*.

Pustaka

- [1] Ferdilla M, Kastul D “Analisis Dampak Transportasi Ojek Online Terhadap Pendapatan Ojek Konvensional di Kota Jambi” *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*.
- [2] A. Aulia Ifadah, C. Novianus, K. Masyarakat, and U. D. Muhammadiyah Hamka, “FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN STRES KERJA PADA KOMUNITAS PENGEMUDI OJEK ONLINE DI KOTA DEPOK TAHUN 2024,” *Indonesian Journal of Science*, vol. 1, no. 3, 2024.
- [3] Ramadhika Darmaputra, Ryan Hidayat, Jaja Nurjana, Wahidah R. Bulan, Yuliani Widianingsih, and Ronald Manolu, “Dampak Profesi Ojek Online Bagi Perekonomian Driver Ojek Online,” *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, vol. 2, no. 1, pp. 139–150, Dec. 2023, doi: 10.55606/mri.v2i1.2202.
- [4] Wananda, P. Maulidi, W. P. Maulidi, H. F. Zahra, and S. Hidayat, “Analisis Persaingan Ojek Online Pada Aplikasi Gojek, Maxim Dan Grab,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- [5] T. Siagian, A. Khaqqoh Istifa, V. Wiliyanti, B. A. Rukiyanto, N. Ladjin, and H. Wijaya, “PELATIHAN PENULISAN ARTIKEL ILMIAH TERINDEKS SCOPUS BERBANTU APLIKASI SPSS,” *Communnity Development Journal*, vol. 5, no. 3, pp. 4246–4251, 2024.
- [6] F. Sabur *et al.*, “PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI MICROSOFT EXCEL DALAM MENYUSUN MASTER TABEL DATA PENELITIAN BERBASIS TEKNOLOGI,” 2024.
- [7] D. Nugraha and D. Gustian, “Analisis Sentimen Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Pada Ulasan Google Play Store dengan Metode Naive Bayes Classifier,” 2024.
- [8] G. A. Pratiwi, R. M. Almakhsun, R. D. Setiyawati, A. P. Farahdila, and A. Zaki, “Kontestasi Start-up Ojek Online di Indonesia: Strategi Promosi Digital Gojek, Grab, Indriver, dan Maxim,” *OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, vol. 5, no. 1, pp. 64–80, Aug. 2024, doi: 10.53491/oikonomika.v5i1.955.
- [9] E. H. Maulidiah and Y. Pratiwi, “Nilai Pendidikan Budaya Masyarakat Madura dalam Kèjhung,” Pendidikan, 2024. [Online]. Available: <https://e-journal.my.id/onoma>
- [10] M. Jolanda and M. Agustini, “KAJIAN RESPON PENAMBAHAN GERBONG WANITA PADA LRT PALEMBANG.”
- [11] E. Sundari and S. Helmi, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Menggunakan Jasa Go-Jek Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau),” 2021. [Online]. Available: <http://journal.stekom.ac.id/index.php/e-bisnis/page64>
- [12] Y. Yamin, M. Ayu, P. K. Fikto Ali, and U. Sang Bumi Ruwa Jurai, “ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN TRANSPORTASI ONLINE” *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai*

- [13] M. Ihsan and A. P. Siregar, "Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi," *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, vol. 4, no. 1, p. 170, Apr. 2019, doi: 10.33087/jmas.v4i1.85.
- [14] G. J. Sianipar, "Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek *online* (studi pada pelanggan grabbike di kota medan) [Online].
- [15] L. Mulyadi, I. Fitrianti, and A. A. Ridha, "ANALISIS USER EXPERIENCE APLIKASI OJEK ONLINE MAXIM DENGAN MODEL HCI," vol. 28, no. 2, p. 2023.
- [16] P. Kualitas Pelayanan, P. Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online Oleh, and G. J. Sianipar, "Volume 19 Nomor 2 PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan)", [Online]. Available: http://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB_ekonomi
- [17] J. P. Tambusai *et al.*, "Halaman 6963-6970," 2021.
- [18] I. Pahendra, N. Thereza, and M. Faris Mutho, "PEMBUATAN APLIKASI OJEK ONLINE UNTUK MASYARAKAT SEPUTAR KAMPUS UNSRI INDRALAYA," 2019.
- [19] "VOL+2+NO+4+NOVEMBER+2024+HAL+97-113".
- [20] M. Amiruddin, "Pola Komunikasi Driver Ojek Online Grabbike pada Pelayanan Customer di Kota Malang," 2019.
- [21] P. Ojek Online Bagi Wanita Karir Menggunakan *et al.*, "Analytic Hierarchy Process Online Taxi Bike Selection For Career Women Using Analytic Hierarchy Process"