

ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING GO-JEK DAN GRAB DI WILAYAH KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Oleh :

Nama : Andri Kurniawan

NIM : 24130390

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

September 2017

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING GO-JEK DAN GRAB DI WILAYAH KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh:

Nama : Andri Kurniawan

NIM : 24130390

Jakarta, 30 Agustus 2017

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Dr. Tony Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2017

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



ABSTRAK

Andri Kurniawan / 24130390 / 2017 / Analisis Keunggulan Bersaing Go-Jek dan Grab di Wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara / Pembimbing: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Ditengah situasi kompetisi yang semakin ketat sekarang ini, perusahaan harus mampu menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing. Go-Jek dan Grab merupakan perusahaan yang menyediakan transportasi berbasis *online*. Dalam memilih diantara keduanya, konsumen memiliki berbagai pertimbangan terutama tentang produk atau jasa yang ditawarkan, harga, lokasi ketersediaan layanan, promosi, *driver*, kendaraan operasional yang layak serta proses pemberian layanan yang baik. Faktor- faktor tersebut juga menentukan tingkat kepuasan konsumen dan konsumen yang merasa puas terhadap suatu produk atau layanan yang diterima akan senantiasa loyal. Konsumen akan menerima persepsi mengenai layanan dan harga setelah menggunakan layanan transportasi berbasis *online*. Konsumen akan membandingkan apakah layanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan serta apakah harga yang dibayarkan sesuai dengan layanan yang diterima.

Penelitian ini menggunakan konsep keunggulan bersaing, yang dapat dicapai dengan memberikan nilai kepada pelanggan, melalui harga yang lebih rendah atau dengan memberikan manfaat yang lebih besar dan berkualitas seperti yang diberikan pesaing. Untuk mengukur keunggulan bersaing diperlukan persepsi konsumen terhadap kualitas dan persepsi nilai yang di dapat dari *perceived price* dan *perceived worth* untuk Go-Jek dan Grab.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian deskriptif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek dan Grab di wilayah Kelapa Gading. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan pendekatan *judgement sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data berdasarkan teknik observasi dengan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data yang dapat dijadikan informasi yang berguna bagi penelitian dengan pengolahan data dengan program SPSS 23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan analisis keunggulan bersaing yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa (1)tarif minimum Go-Ride lebih unggul dibandingkan GrabBike, (2) tarif minimum Go-Car lebih unggul dibandingkan Go-Car , (3)tarif per kilometer GrabBike lebih unggul dibandingkan Go-Ride dan (4)tarif per kilometer Go-Car lebih unggul dibandingkan GrabCar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka peneliti menyimpulkan bahwa pada tarif minimal Go-Ride dan Go-Car lebih unggul dan untuk tarif per kilometer GrabBike dan Go-Car lebih unggul. Saran penulis bagi keduanya adalah harus senantiasa berinovasi secara kreatif untuk memberikan jasa- jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat namun belum terpenuhi sehingga dapat menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.



ABSTRAK

Andri Kurniawan / 24130390 / 2017 / *The Analysis of Competitive Advantage of Go-Jek and Grab in Kelapa Gading, North Jakarta* / Advisors: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

In the situation of stricter economic competition nowadays, companies need to be able to create and defend their competitive advantages. Go-Jek and Grab are both online based transportation server companies. In choosing between those two, consumer has got many considerations especially concerning in either the product or the service offered, price, availability location service, promotion, driver, proper operational vehicle and also the good process of service itself. Those factors mentioned also determine the consumer's level of satisfaction. The satisfied consumer of a product or service is often be loyal. Consumer will make perception about the services and price after served by online based transportation server. They will compare whether the service they got was appropriate to what they expected and worthed for the price they paid.

This survey applies the concept of competitive advantages which can be achieved by adding the value to the customer, with either lower price or higher quality of benefits as given by competitors. In order to measure the competitive advantage, it needs the perception of consumer against the quality and value perception which was got from the perceived price and perceived worth towards Go-Jek and Grab.

The applied method in the survey is the descriptive method. The sample of the survey is the consumers of online based transportation server Go-Jek and Grab in Kelapa Gading. The sample collect technique used is the non-probability sampling technique by the judgement sampling approach. The sum of sample collected in the survey is 100 respondent. The sample collect technique is based on observation technique by distributing quitioners to collect data which is very important information for the survey by using SPSS 23.0. programme to process the data.

The result of this survey shows that based on the competitive advantages analysis, can be concluded that (1) The minimum fare of Go-Ride is more superior than GrabBike. (2) The minimum fare of Go-Car is more superior than GrabCar. (3) The kilometre fare of GrabBike is more superior than Go-Riden and (4) The kilometre fare of Go-Car is more superior than GrabCar.

Based on the survey done, researcher can conclude that for the minimum fare Go-Ride and Go-Car are more superior while for the kilometre fare GrabBike and Go-Car are more superior. Researcher suggests that both GoJek and and Grab must always make innovation creatively to give services which are needed and can satisfy the society in order to create suistanable competitive advantages.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan atas berkat, hikmat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan peneliti untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta Utara.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan pengarahan, bimbingan, saran, dukungan, dan nasihat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung penyusunan skripsi, yaitu kepada :

1. Dr. Tony Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk memberi bimbingan, petunjuk, dan saran kepada peneliti selama mengerjakan karya akhir hingga selesai tepat waktunya.
2. Keluarga peneliti yang senantiasa memberikan dukungan dalam bentuk finansial maupun moral kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.
3. Seluruh dosen Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan banyak pengetahuan serta wawasan kepada peneliti selama proses perkuliahan maupun selama proses pengerjaan skripsi.
4. Para karyawan di BAAK, perpustakaan, dan *copy centre* di Kwik Kian Gie School of Business yang telah dengan sangat ramah membantu penulis selama proses perkuliahan sampai penyusunan skripsi.
5. Andry, Hendrik Refassy, Raka, Setyo, Raymond, Erwin serta Hokyanto selaku rekan-rekan seperjuangan yang telah banyak membantu dan mendukung serta memberi





pemahaman dalam bentuk berdiskusi bersama selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

6. Ellen Suhartono selaku wanita yang selalu memberi semangat dan memberikan motivasi disaat mengalami kesulitan dalam mengerjakan skripsi

7. Teman – teman Badan Otonom Sosial, yaitu : Endy Buntoro, Rachel Christri, Matthew Suarly, Jenny, Kelvin Hendison, dan Fernanda, yang mengajarkan banyak hal kepada penulis selama proses perkuliahan serta memberikan banyak dukungan selama proses penyusunan skripsi.

8. Keluarga besar One Fine Day café, yaitu : Ci Vega, Ci Nana, Ko Bonar, Gian, Michelle Beatrice, Venny, Oki, dan Kenley, yang senantiasa memberikan banyak dukungan selama proses penyusunan skripsi.

9. Teman-teman Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang tidak dapat disebutkan satu per satu,

Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan maaf atas kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan dapat menjadi referensi yang baik bagi para peneliti selanjutnya.

Jakarta, September 2017

Andri Kurniawan

Daftar Isi

Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Abstrak.....	iii
Abstract.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Bab I. Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Batasan Penelitian.....	7
E. Rumusan Masalah.....	7
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Manfaat Penelitian.....	8
Bab II. Kajian Pustaka.....	10
A. Landasan Teoritis.....	10
1. Bauran Pemasaran Jasa.....	10
a. Produk (<i>Product</i>).....	12
b. Harga (<i>Price</i>).....	13
c. Lokasi (<i>Place</i>).....	14





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

d. Promosi (<i>Promotion</i>)	14
e. Manusia (<i>People</i>)	15
f. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	16
g. Proses (<i>Process</i>).....	16
2. Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	16
a. Pengertian Mengenai <i>Perceived Quality</i>	16
b. Pendekatan <i>Perceived Quality</i>	17
c. Dimensi <i>Perceived Quality</i>	19
d. Pengukuran dan Analisis <i>Perceived Quality</i>	21
e. Membangun <i>Perceived Quality</i> yang Kuat	22
3. Persepsi Nilai (<i>Perceived Value</i>)	24
a. Pengertian Mengenai <i>Perceived Value</i>	24
b. Pengertian Harga	25
c. Diskriminasi Harga.....	26
d. Potongan Harga Dan Harga Akhir	27
4. Keunggulan Bersaing	27
a. Pengertian Keunggulan Bersaing.....	27
b. Analisis Keunggulan Bersaing	28
c. Metode Pengukuran Keunggulan Bersaing.....	31
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pemikiran	35

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Bab III. Metodologi Penelitian	37
A. Objek Penelitian	37
B. Desain Penelitian	38
C. Variabel Penelitian	40
1. Keunggulan Bersaing	40
a. <i>Perceived Quality</i>	40
b. <i>Perceived Value</i>	40
D. Teknik Pengumpulan Data	42
1. Teknik Komunikasi	42
2. Teknik Observasi atau Pengamatan	43
E. Teknik Pengambilan Sampel	43
1. Unsur Sampel	43
2. Ukuran Sampel	43
3. Cara Penentuan Sampel	44
F. Teknik Analisis Data	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	45
3. Persentase Profil Responden	46
4. Tingkat Kepentingan Atribut	46
5. Analisis <i>Perceived Quality</i>	47
6. Analisis <i>Perceived Price</i>	48
7. Analisis <i>Perceived Worth</i>	49
8. Analisis <i>Perceived Value</i>	49
9. Analisis <i>Benefit Spread</i>	50
10. Analisis <i>Price Spread</i>	50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



11. Analisis Keunggulan Bersaing	50
Bab IV Analisis Dan Pembahasan	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
1. Go-Jek	51
2. Grab	52
B. Analisis Deskriptif	53
1. Uji Validitas	53
2. Uji Reliabilitas	56
3. Analisis Persentase Profil Responden	56
4. Analisis Tingkat Kepentingan Atribut	59
5. Analisis <i>Perceived Quality</i>	64
6. Analisis <i>Perceived Price</i>	70
7. Analisis <i>Perceived Worth</i>	70
8. Analisis <i>Perceived Value</i>	74
9. Analisis Keunggulan Bersaing	76
a. Analisis Keunggulan Bersaing Go-Jek terhadap Grab	78
(1). Analisis <i>Performance Spread</i> Go-Jek terhadap Grab	78
(2). Analisis <i>Price Spread</i> Go-Jek terhadap Grab	78
(3). Analisis <i>Degree of Competitive Advantage</i> Go-Jek terhadap Grab	80
b. Analisis Keunggulan Bersaing Grab terhadap Go-Jek	81
(1). Analisis <i>Performance Spread</i> Grab terhadap Go-Jek	81
(2). Analisis <i>Price Spread</i> Grab terhadap Go-Jek	82
(3). Analisis <i>Degree of Competitive Advantage</i> Grab terhadap Go-Jek ...	83
C. Hasil Penelitian	85
D. Pembahasan	87

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Bab V. Kesimpulan Dan Saran.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
Daftar Pustaka	90
Lampiran	92

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan.....	41
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.3 Persentase Jenis Kelamin	57
Tabel 4.4 Persentase Usia.....	57
Tabel 4.5 Persentase Pendidikan	58
Tabel 4.6 Persentase Pekerjaan	58
Tabel 4.7 Persentase Rata- Rata Pengeluaran Perbulan	59
Tabel 4.8 Skor Tingkat Kepentingan Atribut	60
Tabel 4.9 Analisis Skor Tingkat Kepentingan Atribut.....	62
Tabel 4.10 Kualitas Go-Jek Menurut Persepsi Konsumen	64
Tabel 4.11 Kualitas Grab Menurut Persepsi Konsumen	65
Tabel 4.12 Skor Persepsi Kualitas Untuk Go-Jek dan Grab	66
Tabel 4.13 Persepsi Harga Untuk Go-Jek dan Grab.....	70
Tabel 4.14 <i>Perceived Quality</i> Go-Jek dan Grab Berdasarkan Skala Tetap 100	70
Tabel 4.15 Persepsi Harga Yang Layak Untuk Go-Jek dan Grab	74
Tabel 4.16 Analisis <i>Perceived Value</i>	75





HaCipta dan Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 4.17 *Weight Benefit Score* Dari Go-Jek dan Grab 76

Tabel 4.18 Perhitungan *Performance Spread* Go-Jek Dengan Grab 78

Tabel 4.19 Perhitungan *Spread* Tarif Minimum Go-Ride Dengan GrabBike..... 78

Tabel 4.20 Perhitungan *Spread* Tarif Minimum Go-Car Dengan GrabCar 79

Tabel 4.21 Perhitungan *Spread* Tarif per Kilometer Go-Ride Dengan GrabBike 79

Tabel 4.22 Perhitungan *Spread* Tarif per Kilometer Go-Car Dengan GrabCar..... 79

Tabel 4.23 *Degree of Competitive Advantage* Tarif Minimum Go-Ride thd GrabBike . 80

Tabel 4.24 *Degree of Competitive Advantage* Tarif Minimum Go-Car thd GrabCar 80

Tabel 4.25 *Degree of Competitive Advantage* Tarif Per KM Go-Ride thd GrabBike 80

Tabel 4.26 *Degree of Competitive Advantage* Tarif Per KM Go-Car thd GrabCar 81

Tabel 4.27 Perhitungan *Performance Spread* Grab Dengan Go-Jek..... 81

Tabel 4.28 Perhitungan *Spread* Tarif Minimum GrabBike Dengan Go-Ride..... 81

Tabel 4.29 Perhitungan *Spread* Tarif Minimum GrabCar Dengan Go-Car 82

Tabel 4.30 Perhitungan *Spread* Tarif per Kilometer GrabBike Dengan Go-Ride 82

Tabel 4.31 Perhitungan *Spread* Tarif per Kilometer GrabCar Dengan Go-Car..... 83

Tabel 4.32 *Degree of Competitive Advantage* Tarif Minimum GrabBike thd Go-Ride . 83

Tabel 4.33 *Degree of Competitive Advantage* Tarif Minimum GrabCar thd Go-Car 83

Tabel 4.34 *Degree of Competitive Advantage* Tarif Per KM GrabBike thd Go-Ride..... 84

Tabel 4.35 *Degree of Competitive Advantage* Tarif Per KM GrabCar thd Go-Car 84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Lambang Go-Jek	53
Gambar 4.2 Lambang Grab	54

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Kuesioner	93
Lampiran 2 Kuesioner	95
Lampiran 3 Data Pra Kuesioner Validitas dan Reliabilitas	100
Lampiran 4 Persentase Profil Responden	105
Lampiran 5 Data Tingkat Kepentingan Atribut	107
Lampiran 6 Persepsi Kualitas Go-Jek dan Grab	118
Lampiran 7 Frekuensi Persepsi Kualitas Go-Jek	122
Lampiran 8 Frekuensi Persepsi Kualitas Grab	129
Lampiran 9 Persepsi Harga Go-Jek dan Grab	136
Lampiran 10 Bobot untuk Setiap Atribut Layanan	139



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.