

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Komparasi Antara Gojek dan Grab di Wilayah Ciayumajakuning)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh :

Rosi Dwi Ariyani
20220510267



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Komparasi Antara Gojek dan Grab di Wilayah Clayumajakuning)**

Disusun Oleh :

ROSI DWI ARIYANI
20220510267

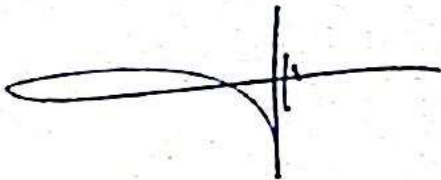
Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 18 Juni 2026 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,

Penguji II,

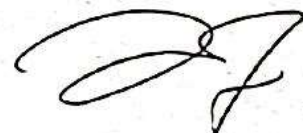
Penguji III,



Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si.
NIK. 41038971054



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.
NIK. 410106910232



Januar Habibi Mahsvar, S.E., M.M.
NIK. 410101910251

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Komparasi Antara Gojek dan Grab di Wilayah Clayumajakuning)

Disusun Oleh:

ROSI DWI ARIYANI
20220510267

DISETUJUI OLEH :

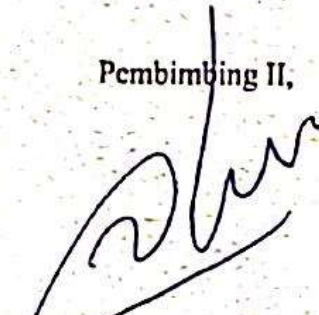
Kuningan, Juli 2026

Pembimbing I,



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.
NIK. 410106910232

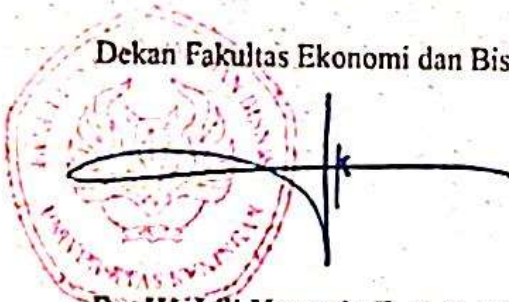
Pembimbing II,



Micki Watulandi, SE., MM.
NIK. 410111830256

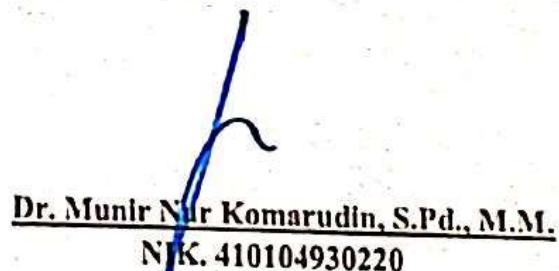
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si.
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M.
NIK. 410104930220

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh *Digital Marketing, Online Customer Review* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Komparasi Antara Gojek dan Grab di Wilayah Ciayumajakuning)**" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juli 2026
Yang membuat pernyataan,



Rosi Dwi Arivani
20220510267

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Mulai dengan keyakinan, jalani dengan kesabaran, dan akhiri dengan syukur.”

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini untuk orang tua tercinta saya yang sangat luar biasa, kakak saya tercinta, serta teman-teman yang selalu mendukung saya. Terima kasih telah menjadi alasan saya untuk terus melangkah hingga studi ini selesai.

ABSTRAK

Rosi Dwi Ariyani (20220510267) “PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Komparasi Antara Gojek dan Grab di Wilayah Ciayumajakuning)” program studi manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.
Dibimbing oleh Pembimbing 1: Wely Hadi Gunawan, S.E.,M.M dan Pembimbing 2: Micki Watulandi, SE.,MM.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah mengubah perilaku konsumen dalam menggunakan jasa transportasi *online*. Gojek dan Grab sebagai dua pemain utama di Indonesia bersaing ketat untuk memenangkan hati pelanggan di wilayah Ciayumajakuning. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan pengaruh *digital marketing*, *online customer review*, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Gojek dan Grab. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, melibatkan 180 responden gojek dan grab. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dan uji beda (*Paired Sample T-Test*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, *digital marketing*, *online customer review*, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada kedua ojek *online*. Namun, hasil uji komparasi menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat kepuasan pelanggan antara pengguna Gojek dan Grab di wilayah Ciayumajakuning. Hal ini mengindikasikan bahwa kedua perusahaan telah berhasil memberikan standar layanan dan strategi pemasaran yang kompetitif sehingga diterima dengan persepsi yang relatif sama oleh masyarakat di wilayah tersebut.

Kata kunci: *Digital Marketing*, *Online Customer Review*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Studi Komparasi.

ABSTARCT

Rosi Dwi Ariyani (20220510267) “THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING, ONLINE CUSTOMER REVIEWS, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION (A Comparative Study Between Gojek and Grab in the Ciayumajakuning Region)” Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University.
Supervised by Advisor 1: Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. and Advisor 2 : Micki Watulandi, S.E., M.M.

The rapid development of information technology has transformed consumer behavior in utilizing online transportation services. Gojek and Grab, as the two major players in Indonesia, compete intensely to win customers' hearts in the Ciayumajakuning region. This study aims to analyze and compare the influence of digital marketing, online customer reviews, and service quality on customer satisfaction among Gojek and Grab users. The research method employed a quantitative approach, involving 180 respondents from both Gojek and Grab. Data analysis was conducted using multiple linear regression and a comparative test (Paired Sample T-Test). The results indicated that partially and simultaneously, digital marketing, online customer reviews, and service quality have a positive and significant influence on customer satisfaction for both online transportation providers. However, the comparative test results showed that there is no significant difference in the level of customer satisfaction between Gojek and Grab users in the Ciayumajakuning region. This indicates that both companies have successfully provided competitive service standards and marketing strategies, leading to a relatively similar perception among the community in the region.

Keywords: Digital Marketing, Online Customer Review, Service Quality, Customer Satisfaction, Comparative Study.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt yang telah melimpahkan rezeki, karunia dan hidayah kepada segenap makhluk ciptaan-Nya sehingga sampai saat ini kita masih diberikan nikmat iman dan islam. Alhamdulillah karena berkat Rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Penelitian ini dengan judul : **“Pengaruh *Digital Marketing, Online Customer Review* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Komparasi Antara Gojek dan Grab di Wilayah Ciayumajakuning).”**

Penulisan proposal penelitian ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal penelitian ini tidak terlepas dari kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari kedua pihak untuk dijadikan pengetahuan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca, serta dapat dijadikan sebagai bahan bagi objek yang diteliti.

Kuningan, 14 Mei 2026

Penulis,

Rosi Dwi Ariyani

20220510267

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing, Online Customer Review* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi komparasi antara Gojek dan Grab di wilayah Ciayumajakuning). Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Mamah Tercinta, Mamah Neni Heryani. Terima kasih yang paling dalam dan rasa hormat yang luar biasa saya persembahkan untuk Mamah, pahlawan terbaik dalam hidup saya. Terima kasih banyak Mah, atas kasih sayang yang tak pernah ada habisnya, kerja keras, dan pengorbanan yang luar biasa untuk membiayai seluruh pendidikan saya sampai di titik ini. Yang paling utama, terima kasih atas setiap untaian doa dan sujud yang selalu Mamah langitkan demi kelancaran dan keberhasilan anakmu ini.
2. Untuk tetehku tersayang, teteh Rina Herlina. Terima kasih banyak ya teh, udah selalu ada di setiap proses yang saya lalui. Terima kasih udah jadi tempat cerita yang paling nyaman, pendengar yang baik buat semua keluh kesah saya selama kuliah, dan selalu ngasih semangat saat saya lagi ngerasa jenuh. Proposal skripsi ini juga ada berkat dukungan dan doa-doa tulus yang gak pernah putus dari teteh. Semoga pencapaian kecil ini bisa bikin teteh ikut bangga ya.
3. Dodi, S.pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama masa perkuliahan.
4. Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih atas waktu, bimbingan, kesabaran, serta ilmu yang sangat berharga dalam mengarahkan penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Micki Watulandi, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas masukan, kritik, dan saran-saran yang membangun sehingga penelitian ini menjadi lebih berkualitas.

6. Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
7. Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
9. Seluruh staf Program Studi Manajemen, staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis, staf perpustakaan FEB maupun Universitas Kuningan, serta seluruh Staf Pelayanan Universitas Kuningan, terima kasih atas segala bantuan teknis dan pelayanan ramah yang diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
10. Teman-teman seperjuangan manajemen angkatan 2022, khususnya teman-teman manajemen 01, Terima kasih untuk kebersamaan dan solidaritasnya selama ini. Terimakasih sudah jadi teman diskusi yang seru, teman berbagi info, dan rekan berjuang dari semester awal sampai akhirnya kita ada di tahap penyusunan proposal skripsi ini. Perjuangan kita belum selesai, tetap saling *support* dan semoga kita semua bisa lulus tepat waktu dengan hasil yang terbaik.
11. Keluarga besar teman-teman knk 45 cinyasag, terima kasih karena sudah menjadi tim yang solid, tempat berbagi capek, dan selalu punya cara buat bikin suasana jadi seru selama di lokasi KKN. Pengalaman bareng kalian benar-benar jadi salah satu momen terbaik dan penyemangat tersendiri buat saya sampai akhirnya bisa menyelesaikan proposal ini. Semoga kedekatan dan silaturahmi kita tetap terjaga ya!
12. Kepada Pemilik NIM **20220510061**, Terima kasih banyak ya sudah bersedia berjalan beriringan dan selalu ada di setiap proses yang dilalui. Terima kasih sudah menjadi orang yang paling sabar mendengarkan keluh kesah, menjadi penyemangat nomor satu saat lelah, dan selalu meyakinkan bahwa saya bisa melewati ini semua. Kehadiranmu bukan cuma jadi warna yang indah selama masa kuliah, tapi juga kekuatan terbesar bagi saya untuk menyelesaikan proposal skripsi ini. Terima kasih atas segala doa, waktu, dan kasih sayang yang tulus.
13. Teruntuk Bruno Mars, Blackpink dan Katty Perry, Ucapan terima kasih yang unik ini saya dedikasikan untuk kalian yang lagunya gak pernah absen menemani saya saat skripsian. Terima kasih sudah menjadi teman begadang virtual yang paling

setia lewat alunan musik yang selalu berhasil menaikkan *mood* saya saat mulai jenuh dengan teori dan data. Terima kasih telah mempermudah malam-malam panjang saya dalam menyelesaikan karya ini.

14. Teruntuk diriku sendiri, Rosi Dwi Ariyani. Terima kasih banyak ya sudah bertahan dan berjuang sejauh ini. Terima kasih karena kamu tidak memilih untuk menyerah, meskipun ada hari-hari di mana semuanya terasa begitu berat, membingungkan, dan melelahkan. Terima kasih sudah mau diajak bekerja sama, menahan kantuk di malam-malam yang panjang, dan tetap melangkah maju meski kadang diselimuti rasa ragu. Lembaran proposal skripsi ini adalah bukti nyata dari kekuatan, kesabaran, dan keras kepalamu untuk menyelesaikan apa yang sudah kamu mulai. Kamu hebat, kamu kuat, dan kamu berharga. Perjalanan belum selesai, tapi ingatlah titik ini sebagai pengingat bahwa kamu mampu melewati apa pun. Tetap semangat untuk tahap selanjutnya.

Kuningan, 15 Mei 2026

Penulis,

Rosi Dwi Ariyani

20220510267

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK.....	i
ABSTARCT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3. Tujuan Penelitian	18
1.4. Manfaat penelitian	19
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Pemasaran.....	19
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	20
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.4 <i>Digital Marketing</i>	25
2.1.5 <i>Online Customer Review</i>	32
2.1.6 Kualitas Pelayanan	36
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	40
2.1.8 Hubungan Antar Variabel.....	49
2.2 Kerangka Berpikir.....	53
2.3 Hipotesis Penelitian	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	54

3.1	Metode Penelitian	54
3.2	Operasional Variabel	55
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	57
3.3.1	Populasi	57
3.3.2	Sampel	57
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	58
3.4.1	Jenis Data.....	58
3.4.2	Sumber Data	59
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6	Uji Instrumen	60
3.6.1	Uji Validitas.....	60
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	63
3.7	Metode Analisis Data.....	65
3.7.2	Analisis Deskriptif	65
3.7.3	Analisis Verifikatif	66
3.7.4	Uji Asumsi Klasik	66
3.7.5	Analisis Regresi Berganda.....	67
3.7.5	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	68
3.8	Uji Hipotesis	69
3.8.2	Uji Pengaruh Parsial (Uji t)	69
3.8.3	Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	69
3.8.4	<i>Paired Sample t –Test</i>	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		71
4.1	Hasil Penelitian.....	71
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
4.1.3	Teknik Analisis Data	80
4.1.3.1	Analisis Deskriptif Gojek	80
4.1.3.2	Analisis Deskriptif Grab.....	89
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	98
4.1.5	Analisis Regresi Berganda Gojek	104

4.1.6 Analisis Regresi Berganda Grab	105
4.1.7 Uji Koefisien Determinasi (R ²) Gojek	107
4.1.8 Uji Koefisien Determinasi (R ²) Grab	107
4.1.9 Uji Hipotesis	108
4.1.9.1 Uji T (Uji Parsial) Gojek.....	108
4.1.9.2 Uji t (Uji Parsial) Grab	109
4.1.9.3 Uji F (Uji Simultan) Gojek.....	111
4.1.9.4 Uji F (Uji Simultan) Grab.....	112
4.1.9.5 <i>Paired Sample t-Test</i>	113
4.2 Pembahasan	116
4.2.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	116
4.2.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	117
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	118
4.2.4 Pengaruh <i>Digital Marketing, Online Customer Review</i> , dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	118
4.2.5 Analisis Komparatif Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek dan Grab di Wilayah Ciayumajakuning	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
5.1. Kesimpulan	118
5.2. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	120
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	232
LAMPIRAN-LAMPIRAN	137
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	231

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra-suvei pengguna Gojek di wilayah Ciayumajakuning	9
Tabel 1. 2 Hasil Pra-suvei pengguna Grab di wilayah Ciayumajakuning	10
Tabel 1. 3 Research Gap	14
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	56
Tabel 3. 2 Rentang Nilai Skor Kuesioner	59
Tabel 3. 3 Uji Validitas Digital Marketing (X1)	61
Tabel 3. 4 Uji Validitas Online Customer Review (X2)	61
Tabel 3. 5 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3)	62
Tabel 3. 6 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	63
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Digital Marketing (X1)	63
Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas Online Customer Review (X2)	64
Tabel 3. 9 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X3)	64
Tabel 3. 10 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)	64
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	77
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Wilayah Kabupaten/Kota Domisili	78
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Memiliki Aplikasi Ojek Online Gojek dan Grab	79
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan pernah menggunakan aplikasi ojek online Gojek dan Grab	79
Tabel 4. 7 Deskriptif Digital Marketing (X1) Gojek	80
Tabel 4. 8 Deskriptif Online Customer Review (X2) Gojek	82
Tabel 4. 9 Deskriptif Kualitas Pelayanan (X3) Gojek	84
Tabel 4. 10 Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y) Gojek	86
Tabel 4. 11 Deskriptif Digital Marketing (X1) Grab	89
Tabel 4. 12 Deskriptif Online Customer Review (X2) Grab	91
Tabel 4. 13 Deskriptif Kualitas Pelayanan (X3) Grab	93
Tabel 4. 14 Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y) Grab	96

Tabel 4. 15 Uji Normalitas Gojek	98
Tabel 4. 16 Uji Normalitas Grab	99
Tabel 4. 17 Uji Multikolinearitas Gojek.....	100
Tabel 4. 18 Uji Multikolinearitas Grab	101
Tabel 4. 19 Uji Heteroskedastisitas Gojek	102
Tabel 4. 20 Uji Heteroskedastisitas Grab	103
Tabel 4. 21 Analisis Regresi Berganda Gojek.....	105
Tabel 4. 22 Analisis Regresi Berganda Grab	106
Tabel 4. 23 Uji Koefisien Determinasi (R ²) Gojek.....	107
Tabel 4. 24 Uji Koefisien Determinasi (R ²) Grab.....	107
Tabel 4. 25 Uji T (Uji Parsial) Gojek	108
Tabel 4. 26 Uji T (Uji Parsial) Grab	110
Tabel 4. 27 Uji F (Uji Simultan) Gojek.....	111
Tabel 4. 28 Uji F (Uji Simultan) Grab.....	112
Tabel 4. 29 Statistik Deskriptif Gojek dan Grab	114
Tabel 4. 30 Sample Correlations Gojek dan Grab	114
Tabel 4. 31 Paired Samples Test Gojek dan Grab	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 DataIndonesia.id tahun 2024 Sumber : DataIndonesia.id	2
Gambar 1. 2 Gambar 1.2 Top Brand Index Jasa Transportasi Online di Indonesia Tahun 2022–2025 Sumber : www.topbrand-award.com	3
Gambar 1. 3 Gambar 1.3 Layanan Ojek Online Pilihan Masyarakat Indonesia (2023)....	4
Gambar 1. 4 Gambar 1.4 Jumlah Pengguna Grab dan Gojek.....	5
Gambar 1. 5 Gambar 1.5 Jumlah Pengguna Gojek Driver dan Grab Driver.....	6
Gambar 1. 6 Gambar 1.6 Jumlah Aplikasi Perjalanan Paling Populer.....	7
Gambar 1. 7 Diagram prasurevei tingkat kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Gojek dan Grab.....	11
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian	54
Gambar 4. 1 Logo Gojek	73
Gambar 4. 2 Logo Grab.....	76
Gambar 4. 3 Deskriptif Digital Marketing (X1) Gojek	82
Gambar 4. 4 Deskriptif Online Customer Review (X2) Gojek	84
Gambar 4. 5 Deskriptif Kualitas Pelayanan (X3) Gojek	86
Gambar 4. 6 Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y) Gojek	88
Gambar 4. 7 Deskriptif Digital Marketing (X1) Grab	91
Gambar 4. 8 Deskriptif Online Customer Review (X2) Grab	93
Gambar 4. 9 Deskriptif Kualitas Pelayanan (X3) Grab	95
Gambar 4. 10 Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y) Grab	97
Gambar 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Gojek	103
Gambar 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grab	104