

## Comparison of Medan State University Students' Preferences for Online Motorcycle Taxi Platforms: A Case Study on GOJEK and GRAB

Anisa Fitri<sup>1</sup>, Mutiara Akbar Nasution<sup>2</sup>, Ananda Putri Utami<sup>3</sup>,  
Anjel Monika<sup>4</sup>, Bonjovi Marselino Panjaitan<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Bisnis Digital, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Email: [anisafitri.7212250002@mhs.unimed.ac.id](mailto:anisafitri.7212250002@mhs.unimed.ac.id); [mubarton.7213250020@mhs.unimed.ac.id](mailto:mubarton.7213250020@mhs.unimed.ac.id);  
[anandaprutami04@gmail.com](mailto:anandaprutami04@gmail.com); [anjelmonika041@gmail.com](mailto:anjelmonika041@gmail.com); [marcelinobonjovi@gmail.com](mailto:marcelinobonjovi@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui preferensi mahasiswa Universitas Negeri Medan antara platform ojek online Grab dan Gojek. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana penulis mengumpulkan data responden melalui kuesioner. Metode kualitatif digunakan dengan alasan untuk mengukur perbandingan platform ojek online yang digunakan mahasiswa Universitas Negeri Medan (UNIMED). Hasil dari riset ini menunjukkan bahwasannya preferensi mahasiswa Universitas Negeri Medan yang terbagi antara Grab dan Gojek karena beberapa faktor yang mempengaruhinya. Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa preferensi mahasiswa Universitas Negeri Medan lebih cenderung memilih Grab. Grab dianggap lebih menawarkan diskon dan juga promo yang lebih menarik serta harga yang lebih murah. Sementara itu pada sebagian mahasiswa yang memilih Grab karena menawarkan keberagaman metode pembayaran yang lebih beragam. Dari penelitian ini kita bisa mengetahui bahwasannya faktor promosi adalah hal yang paling mempengaruhi preferensi mahasiswa di UNIMED. Dari kedua platform ini memiliki pengalaman positif dan kepuasan dari konsumen serta mahasiswa bersedia untuk merekomendasikan Grab dan Gojek ini sebagai platform ojek online kepada orang lain.

**Keyword:** Kepuasan Pelanggan; Preferensi Konsumen; Grab; Gojek

### ABSTRACT

*This study was conducted with the aim of determining the preferences of Medan State University students between the Grab and Gojek online motorcycle taxi platforms. This study uses a qualitative method where the author collects respondent data through a questionnaire. The qualitative method is used for the reason of measuring the comparison of online motorcycle taxi platforms used by students of Medan State University (UNIMED). The results of this study indicate that the preferences of Medan State University students vary between Grab and Gojek due to several factors that influence them. From the results of this study, it can be seen that the preferences of Medan State University students tend to choose Grab. Grab is considered to offer more attractive discounts and promos and cheaper prices. Meanwhile, some students choose Grab because it offers a wider variety of payment methods. From this study, we can see that the promotion factor is the thing that most influences student preferences at UNIMED. From both of these platforms, they have positive experiences and satisfaction from consumers and students are willing to recommend Grab and Gojek as online motorcycle taxi platforms to others.*

**Keyword:** Customer Satisfaction; Consumer Preference; Grab; Gojek

### Corresponding Author:

Anisa Fitri,  
Universitas Negeri Medan,  
Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan,  
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221, Indonesia  
Email: [anisafitri.7212250002@mhs.unimed.ac.id](mailto:anisafitri.7212250002@mhs.unimed.ac.id)



## 1. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan termasuk salah satunya dalam bidang transportasi. Transportasi adalah salah satu sistem yang

melibatkan perpindahan orang, barang ataupun informasi dari satu tempat ke tempat yang lainnya dengan menggunakan sebuah sarana infrastruktur yang tersedia. Transportasi termasuk dalam suatu kebutuhan kedua atau sebuah kebutuhan turunan dari kebutuhan ekonomi masyarakat. Karena perkembangan yang semakin meningkat dengan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam terciptalah konsep-konsep transportasi yang baru, salah satunya adalah ojek online.

Ojek online (OJOL) merupakan layanan transportasi yang menggunakan platform digital, biasanya melalui sebuah aplikasi mobile yang mampu menghubungkan pengemudi dengan calon customernya. Layanan ini sangat dinilai lebih mudah, cepat dan memberikan sebuah kemudahan dan kepraktisan bagi pengguna, karena mereka dapat dengan cepat mendapatkan sebuah transportasi yang aman dan tentunya nyaman tanpa perlu mencarinya secara manual. Salah satu platform ojek online yang paling populer di Indonesia antara lain Grab dan juga Gojek. Peminat dari Grab dan Gojek ini berasal dari berbagai kalangan dan latar belakang. Kedua platform ini memiliki pengguna yang cukup luas di Indonesia dan menarik minat dari berbagai segmen masyarakat termasuk mahasiswa.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok pengguna utama dari platform ojek online Grab dan Gojek. Kemudahan dan juga kepraktisan layanan ojek online sangat cocok dengan mobilitas mahasiswa yang aktif dan sering berpindah tempat. Grab dan Gojek juga merupakan salah satu platform yang sering menawarkan banyak potongan harga, voucher, cashback dan lainnya. Yang dimana banyaknya variasi ini membuat mahasiswa tidak berpikir dua kali untuk menggunakannya. Seperti halnya yang terjadi pada salah satu universitas yaitu Universitas Negeri Medan yang dimana mahasiswanya banyak menjadi pengguna aktif Grab dan Gojek ini.

Penelitian ini akan membahas mengenai perbandingan preferensi dari mahasiswa Universitas Negeri Medan terhadap platform ojek online Grab dan Gojek. Menurut Kotler (2000) Preferensi dapat digambarkan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan jasa sebagai evaluasi dari sifat kognitif seseorang, perasaan emosional dan kecenderungan bertindak melalui objek atau ide. Atau dengan mudahnya preferensi dapat kita artikan sebagai kecenderungan atas pilihan individu terhadap suatu objek, layanan atau nilai-nilai pengalaman dan lainnya.

## 2. RESEARCH METHOD

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Elfrianto, 2022). Penelitian ini dilakukan untuk meneliti bagaimana Perbandingan Preferensi Mahasiswa terhadap Platform Ojek Online: Studi Kasus pada GOJEK dan GRAB di Universitas Negeri Medan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana penulis mengumpulkan data responden melalui kuesioner Metode kualitatif digunakan dengan alasan untuk mengukur perbandingan platform ojek online yang digunakan mahasiswa Universitas Negeri Medan (UNIMED)

Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Medan yang menggunakan transportasi online untuk menuju kampus

Data diperoleh melalui kuesioner digunakan angket sebagai alat pengumpul data yang akan diuji validitas dan reliabilitas. Menurut Sugiyono (2017) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket digunakan untuk menjangkau data dari responden yang berupa preferensi mahasiswa terhadap platform Gojek dan Grab

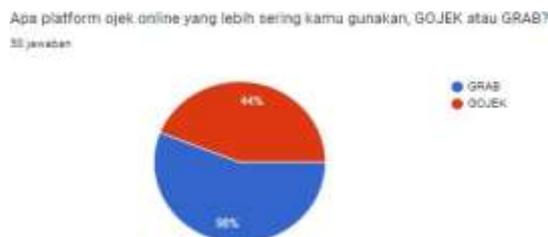
Metode analisis data kualitatif melibatkan proses ekstraksi dan interpretasi makna dari data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, atau dokumen. Metode analisis kualitatif yang umum digunakan antara lain analisis tematik, analisis naratif, analisis grounded, dan analisis interpretatif. Teknik analisis data kualitatif dilakukan sesuai dengan pendekatan studi kasus, sehingga analisis data yang digunakan dengan cara menelaah jawaban-jawaban yang dikumpulkan yang dapat didapat dari subjek penelitian.

## 3. RESULTS AND DISCUSSION

Preferensi konsumen pada penelitian ini terbagi atas grab dan juga grab. Berdasarkan rumusan masalah yang kita jabarkan diatas maka kita dapat memperoleh jawaban dari penelitian kita yaitu:

Adapun yang menjadi Platform ojek online yang lebih disukai oleh mahasiswa Universitas Negeri Medan adalah GRAB. Grab banyak menyediakan sebuah layanan dalam bidang kategori yaitu bidang transportasi (Grab car, bike dan rent), bidang pengantaran barang (Express dan jastip), bidang food and shopping (grab food and mart), top up (pulsa/token, bills dan game top up), bidang keuangan (insurance), bidang travel (Experiences dan hotels) dan bidang kesehatan (Konsul dokter online).

Berikut kami sajikan data dari hasil pengisian kuesioner oleh para responder:

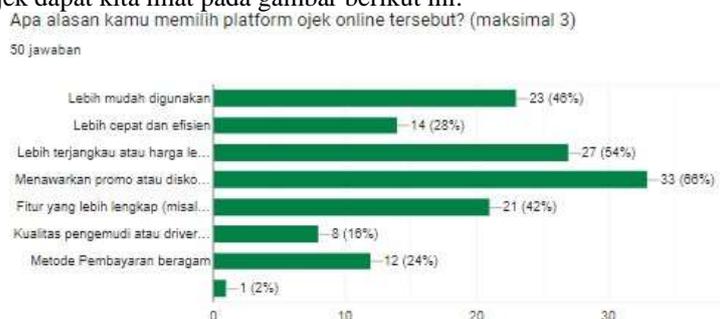


Gambar 1. Hasil Kuisisioner

Dari data diatas dapat kita simpulkan bahwasannya Grab adalah platform ojek online yang sering digunakan oleh para mahasiswa di Universitas Negeri Medan. Sebelum kecenderungan untuk memilih platform ojek online tentu ada faktor atau pertimbangan lain yang menjadi pilihan mengapa Grab lebih disukai oleh kalangan mahasiswa. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi preferensi mahasiswa yaitu:

- Penggunaan yang lebih mudah.
- Lebih cepat dan juga efisien.
- Harga yang lebih murah atau terjangkau.
- Banyak menawarkan promo ataupun diskon
- Memiliki fitur maupun layanan yang cepat.
- Kualitas pengemudi atau driver.
- Menawarkan metode penawaran yang beragam.

Untuk mengetahui faktor utama yang menjadi pertimbangan mahasiswa terhadap preferensi ojek online Grab dan Gojek dapat kita lihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2. Pendapat Pengguna

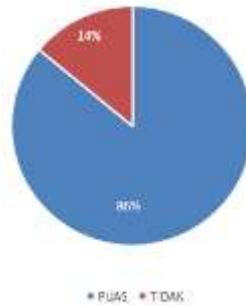
Dari gambar diatas kita dapat menarik jawaban bahwasannya:

- Berdasarkan Pengaruh Faktor Psikologis  
Faktor-faktor psikologis seperti persepsi, sikap, keyakinan, nilai-nilai, dan kebutuhan individu dapat memengaruhi preferensi terhadap fitur yang lebih mudah digunakan sebesar 46%. Selain itu, preferensi juga dapat dipengaruhi oleh fitur yang lebih lengkap, dengan persentase sebesar 42%.
- Berdasarkan Pengaruh Faktor Sosial  
Pengaruh dan rekomendasi dari konsumen lain dapat memengaruhi preferensi terhadap fitur yang lebih cepat dan efisien, mencapai 28%. Selain itu, interaksi dengan keluarga, teman, dan kelompok referensi sosial lainnya dapat memengaruhi preferensi terhadap kualitas pengemudi atau driver sebesar 16%.
- Berdasarkan Pengaruh Faktor Ekonomi  
Preferensi terhadap promo atau diskon mencapai 66%. Selanjutnya, pertimbangan harga yang lebih terjangkau sebesar 54%. Selain itu, metode pembayaran juga menjadi pertimbangan dengan persentase sebesar 24%.
- Berdasarkan Pengaruh Faktor Pemasaran  
Dari gambar, dapat disimpulkan bahwa fitur yang lebih lengkap pada layanan transportasi mempengaruhi preferensi mahasiswa. Fitur-fitur ini mungkin termasuk pilihan kendaraan, opsi pembayaran, atau keamanan yang disediakan oleh penyedia layanan. Sebanyak 42% mahasiswa mempertimbangkan faktor ini dalam memilih layanan transportasi.
- Berdasarkan Pengaruh Persepsi Kualitas  
Mahasiswa cenderung memilih layanan transportasi yang memiliki pengemudi atau driver yang berkualitas. Faktor-faktor seperti keamanan, keramahan, dan kemampuan mengemudi dapat memengaruhi preferensi mereka. Sebanyak 16% mahasiswa mempertimbangkan faktor ini dalam memilih layanan transportasi.
- Berdasarkan Pengaruh Faktor Pengalaman dan Umpan Balik  
Pengalaman sebelumnya dan umpan balik dari orang lain juga memainkan peran dalam mempengaruhi preferensi mahasiswa terhadap layanan transportasi. Jika mereka memiliki pengalaman positif

atau mendapatkan umpan balik yang baik dari orang lain, mereka cenderung memilih layanan tersebut. Sebanyak 28% mahasiswa mempertimbangkan faktor ini dalam memilih layanan transportasi.

Dari pengelompokan data yang dilakukan, terungkap bahwa penawaran diskon dan promo atau faktor promosi merupakan faktor utama yang mempengaruhi preferensi mahasiswa dengan persentase 66%. Faktor kedua adalah harga yang lebih terjangkau atau lebih murah dengan persentase atau faktor ekonomi 54%. Faktor ketiga yang menjadi pertimbangan preferensi mahasiswa adalah kemudahan penggunaan dengan persentase 46%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor pemasaran, ekonomi memiliki preferensi yang besar terhadap aplikasi ojek online di Universitas Negeri Medan.

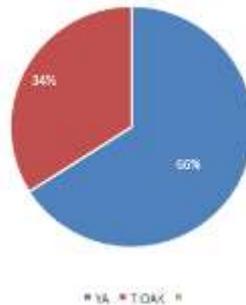
“Apa kah kamu merasa puas terhadap platform ojek online tersebut?”



Gambar 3. Grafik Kepuasan

Dalam penelitian ini, kami mengeksplorasi pengalaman serta kepuasan mahasiswa terhadap layanan Grab dan Gojek. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Negeri Medan dinyatakan sangat puas. Sekitar 86% dari tingkat populasi menyatakan bahwasannya mereka puasa dan sekitar 14% merasa tidak puas terhadap platform ojek online tersebut.

“Apakah kamu merekomendasi platform ojek online yang kamu gunakan kepada orang lain”



Gambar 4. Grafik Rekomendasi

Mayoritas dari mereka juga mengungkapkan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan. Lebih lanjut, sebagian besar mahasiswa menyatakan kesiapan mereka untuk merekomendasikan Grab dan Gojek kepada pihak lain. Mereka merasa bahwa kedua layanan ini dapat memberikan manfaat dan kenyamanan yang sama kepada orang lain seperti yang mereka alami sendiri. Fitur dan produk yang ditawarkan juga menjadi pertimbangan pengguna (Nasution, 2023). Rekomendasi positif ini menggambarkan tingkat kepuasan yang tinggi dan kepercayaan mereka terhadap kualitas layanan Grab dan Gojek

#### 4. CONCLUSION

Preferensi dari konsumen dapat bervariasi secara individual tergantung pada faktor-faktornya seperti harga, kualitas layanan, kebutuhan dan juga lainnya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ini dapat kita tarik kesimpulan bahwasannya meskipun sebagian konsumen cenderung memilih Grab karena menawarkan promo yang lebih menarik dan juga harga yang terjangkau dibandingkan dengan Gojek. Namun tetap ada sejumlah mahasiswa yang lebih memilih Gojek karena metode pembayarannya yang lebih beragam.

Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa yang menggunakan Gojek dan Grab merasa puas atas layanan yang telah diberikan. Mahasiswa juga merasa bersedia untuk merekomendasikan kedua platform ini kepada orang lain, mengidentifikasi tingkat kepuasan dan juga kepercayaan terhadap kualitas layanan. Tidak hanya itu dalam menangani keluhan dan masalah Grab dan Gojek merespons dengan baik serta memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh penggunanya.

**REFERENCES**

- Elfrianto, & Lesmana, G. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. umsu press.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Miles, M.B., Huberman, A.M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Nasution, M. A., Fitri, A., Safitri, N., & Ramadhan, N. A. (2023). Comparison of Consumer Interest in Telkomsel and Tri Providers Case Study in Unimed Digital Business. *Economic: Journal Economic and Business*, 2(2), 37–40. <https://doi.org/10.56495/ejeb.v2i2.687>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Siantara, D. P., Harahap, M., & Hasibuan, A. Y. P. (2022). Consumer Satisfaction Analysis of Product Quality and Service at Afifa Holat Restaurant in Rantau Prapat City. *Economic: Journal Economic and Business*, 1(1), 20–26. <https://doi.org/10.56495/ejeb.v1i1.230>