

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
MENGUNAKAN JASA GOJEK DI DKI JAKARTA**  
(Studi Kasus Pada Pengguna Gojek)

**SKRIPSI**



**Nama : Seni Barokah**

**Nim : 43117010059**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2021**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
MENGUNAKAN JASA GOJEK DI DKI JAKARTA**

(Studi Kasus Pada Pengguna Gojek)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Seni Barokah

Nim : 43117010059

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Seni Barokah

NIM : 43117010059

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplak).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Oktober 2021



Seni Barokah

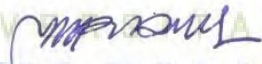
NIM 43117010059

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Seni Barokah  
NIM : 43117010059  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA,  
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
MENGUNAKAN JASA GOJEK DI DKI JAKARTA (Studi Kasus  
Pada Pengguna Gojek)  
Tanggal Sidang : 13 Oktober 2021

Disahkan Oleh:

Pembimbing Skripsi,

  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Dr. Tafiprios, SE, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 10210714

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian ini adalah pengguna jasa Go-jek. penelitian ini dilakukan terhadap 200 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penentuan ukuran sampel menggunakan teknik *Convenience sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan *instrument* penelitian adalah kuesioner. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model (SEM)* dengan alat analisis *Smart-PLS*. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan dan Keputusan Pembelian.



## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of service quality, price and trust on purchasing decisions. The object of this research is Go-jek service users. This research was conducted on 200 respondents using a quantitative descriptive approach. Determination of sample size using convenience sampling technique. Methods of data collection using survey methods, with the research instrument is a questionnaire. The approach used in this research is Structural Equation Model (SEM) with Smart-PLS analysis tool. This study proves that service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions. Trust has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Service Quality, Price, Trust and Purchase Decision.*



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberi rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Gojek Di DKI Jakarta”** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Tafiprios, MM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, bimbingan dan masukan-masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis. Serta penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Nagadino Surip. Ms, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H Sonny Indrajaya, MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Tafiprios, MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.

5. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, MM., Ph.D dan Bapak Aditya Pratama, ST.,MM selaku ketua dan dosen penguji yang telah memberikan waktu dan saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.
6. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Bapak Eri Marlapa, SE, MM selaku sekretaris program studi manajemen S1.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar peminatan marketing yang telah membantu dalam mengarahkan, memberikan saran dan memotivasi dalam menyusun proposal ini.
8. Kedua orang tua terkasih, saudara dan saudari peneliti atas doa dan motivasi yang diberikan, dorongan dan pengertian yang tidak ternilai harganya baik dukungan moril dan materil.
9. Teman-Teman Angkatan Manajemen 2017 Universitas Mercu Buana Terima kasih atas jalinan persahabatan serta kontribusi yang kalian berikan kepada penulis.
10. Teman dan sahabat seperjuangan Luthfi Maryandi, Carinih, Gita Hairin Ramona, Wita Nurmaida, Dintasari Kharismawati, dan Septiani Ayu Rustendi. Terima kasih kalian sudah memberikan semangat, motivasi, do'a serta membantu dalam penyusunan proposal skripsi, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT dan sukses selalu untuk kita semua.



11. Senior Manajemen S1 Ajie Firmansyah, Farley, Fendy Fergiawan. Terima kasih sudah memberikan saran, motivasi, dan membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini, semoga kita selalu dalam lindungan Allah SWT.

12. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doa yang telah diberikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal ini.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Oktober 2021



Seni Barokah

NIM 43117010059

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	11
D. Kontribusi Penelitian .....	11
<b>BAB II.....</b>	<b>13</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>13</b>
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	13
2. Kualitas Layanan (Jasa) .....	14
3. Definisi Harga.....	18
4. Pengertian Kepercayaan.....	22
5. Keputusan Pembelian Konsumen .....	25
B. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis.....	31
1. Kerangka Konseptual.....	34
2. Pengembangan Hipotesis .....	34
<b>BAB III.....</b>	<b>36</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
B. Desain Penelitian .....	36

C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	37
1.	Definisi Variabel.....	37
2.	Operasionalisasi Variabel .....	39
D.	Skala Pengukuran Variabel.....	41
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
1.	Populasi Penelitian.....	42
2.	Sampel Penelitian .....	43
F.	Metode Pengumpulan Data.....	43
G.	Analisis Data.....	44
1.	IBM SPSS <i>Statistic</i> 23 .....	44
2.	Uji Instrumen .....	45
3.	Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	46
4.	Langkah – langkah Pengujian Analisis PLS .....	47
<b>BAB IV</b>	.....	<b>51</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>51</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
B.	Statistik Deskriptif.....	54
1.	Deskripsi Responden .....	54
2.	Deskripsi Variabel .....	58
C.	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	62
1.	Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	63
2.	Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	72
<b>BAB V</b>	.....	<b>79</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>79</b>
A.	Kesimpulan .....	79
B.	Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tarif Harga Gojek .....	5
Tabel 1.2 Tarif Harga Grab .....	6
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey.....	9
Tabel 4.5 Jenis Kelamin Responden .....	54
Tabel 4.6 Usia Responden.....	55
Tabel 4.7 Wilayah Tinggal Responden .....	56
Tabel 4.8 Pekerjaan Responden .....	57
Tabel 4.9 Pendapatan Per Bulan Responden.....	57
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan .....	58
Tabel 4.11 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga .....	59
Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan .....	60
Tabel 4.13 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	61
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Convergent Validity .....	64
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Dengan Convergent Validity (Modifikasi).....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading) .....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Avarange Variance Extracted (AVE) .....	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion) .....	70
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha .....	71
Tabel 4.20 Hasil Uji Nilai R-Square ( $R^2$ ).....	72
Tabel 4.21 Hasil Penguji Hipotesis (Bootstrapping).....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta.....	2
Gambar 1.2 Presepsi Milenial Terhadap Gojek Dan Grab 2019 .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	34
Gambar 4.1 Hasil Uji Algoritma PLS .....	63
Gambar 4.2 Hasil Uji Algoritma PLS (Modifikasi).....	66
Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstrapping.....	74



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pra Survei.....	84
Lampiran 2 Kuesioner.....	85
Lampiran 3 Hasil Output SPSS 23.....	91
Lampiran 4 Hasil Output PLS.....	95
Lampiran 5 Hasil Uji Model Struktural (Inner Model).....	100

