

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA
TRANSPORTASI OJEK ONLINE (GOJEK)**

SKRIPSI



Afrian Rachmad Ardianto

43115010225

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

2021

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA
TRANSPORTASI OJEK ONLINE (GOJEK)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi & Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta**



Afrian Rachmad Ardianto

43115010225

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

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afrian Rachmad Ardianto

NIM : 43115010225

Program Studi : S1 Manajemen

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 (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Februari 2021



Afrian Rachmad Ardianto

43115010225

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Komarudin
NIM : 43115010426
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria F150


Tanggal lulus ujian: 10 Februari 2021

Disahkan oleh :
Pembimbing Skripsi Ketua Penguji



Dr Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si Tanggal :
Dr. Yuli Harwani, MM Tanggal : 15 Februari 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Harjo Yansah, Ak., M.Si, CA

Tanggal :

Ketua Program studi S1 Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal :

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online (GOJEK). Jenis penelitian ini adalah penelitian survei yang dilakukan pada PT GO-JEK Indonesia. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 orang pelanggan pengguna jasa ojek online (GOJEK) dengan menggunakan pendekatan deskriptif interval. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam uji sampel jenuh karena jumlah populasi sedikit. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi dan tidak signifikansinya variabel. Oleh karena itu, hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan persepsi harga pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of service quality, and price perception on customer satisfaction of online ojek transportation service customers (GOJEK). This type of research conducted at PT. GO-JEK Indonesia. This research was conducted on 100 customers use online motorcycle (GOJEK) using the interval descriptive approach. Analysis of the data used is statistical analysis in the saturated sample test, because the population is small. The results of this study indicate that service quality variables have a positive and significant effect on customer satisfaction, and the price variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. This can be proven from the results of hypothesis test showing the significance and non-significance of the variables. Therefore, the test results of this research test state that there is a positive and significant influence on service quality variables on customer satisfaction, and price variables has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords : Service Quality, Perception Price, Customer Satisfaction

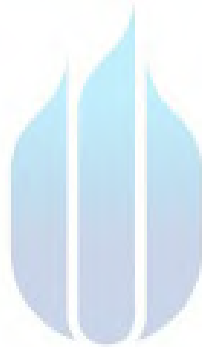


KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (GOJEK)”**. Selama proses penelitian dan penyusunan proposal penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada Dra. Yuli Harwani, MM. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis dan peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, M.S. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. Daru Asih, M. Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
4. Ibu Tine Yuliantini, S.Par., MM. dan Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M. Si selaku Sekretaris I dan II Program Studi Manajemen S1.
5. Kedua orang tua tercinta Bapak Suratiman dan Ibu Sumiyati serta adik Ficky atas motivasi terbesarku yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
7. Teman seperjuangan yaitu Warkop 2015 serta Mutiara Elsafitri yang telah membantu dan memberi dukungan dalam proses menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian 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 penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.



Jakarta, 10 Februari 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Afrian Rachmad Ardianto', written over a faint grid background.

Afrian Rachmad Ardianto

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kontribusi Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	8
A. Kajian Pustaka	8
1. Manajemen Pemasaran	8
2. Kualitas Pelayanan (X1)	9
3. Persepsi Harga (X2)	14
4. Kepuasan Pelanggan	19
5. Penelitian Terdahulu	25
B. Pengembangan Hipotesis	43
1. Pengaruh Antar Variabel	43
2. Rerangka Pemikiran	45
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Waktu dan Tempat Penelitian	46
1. Waktu Penelitian	46
2. Tempat Penelitian	46
B. Desain Penelitian	46
C. Definisi dan Operasional Variabel	46
1. Definisi Variabel	46
2. Operasionalisasi Variabel	47
D. Skala Pengukuran	51
E. Populasi dan Sampel Penelitian	51
1. Populasi	52
2. Sampel	52
F. Teknik Pengumpulan Data	53

G. Metode Analisis Data	53
1. Uji Statistik Deskriptif	53
2. Uji Kualitas Data	54
3. Uji Asumsi Klasik.....	55
4. Uji Hipotesis.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
A. Analisis Deskriptif.....	59
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
2. Deskripsi Responden	60
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	62
C. Hasil Uji Kualitas Data	66
1. Hasil Uji Validitas	66
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	67
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	68
1. Hasil Uji Normalitas	68
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	68
3. Hasil Uji Heterokedastisitas	70
4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	70
E. Hasil Uji Hipotesis.....	72
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	72
2. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	73
3. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)	74
F. Pembahasan	75
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	75
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
1. Lampiran Karakteristik Responden Dan Kuesioner	85
a. Lampiran Karakteristik Responden	85
b. Lampiran Kuesioner	85
• Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	85
• Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	86
• Variabel Persepsi Harga (X2)	87
2. Lampiran Tabulasi Data	88
• Lampiran Tabulasi Data Kepuasan Pelanggan (Y).....	88
• Lampiran Tabulasi Data Persepsi Harga (X2).....	96
• Lampiran Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	100
• Lampiran Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	100

- Lampiran Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 101
- Lampiran Hasil Uji Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y)..... 101
- Lampiran Hasil Uji Deskriptif Kualitas Pelayanan (X1) 101
- Lampiran Hasil Uji Deskriptif Persepsi Harga (X2)..... 102
- Lampiran Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y) 103
- Lampiran Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1) 104
- Validitas Persepsi Harga (X2) 105
- Lampiran Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)..... 105
- Lampiran Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1) 105
- Lampiran Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga (X2)..... 105
- Lampiran Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas 105
- Lampiran Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas 106
- Lampiran Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas 106
- Lampiran Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) 106
- Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) 107



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Hal
1.1	Pengguna Aplikasi Transportasi Online di Indonesia Tahun 2020	5
1.2	Pra Survey Penelitian	6
2.1	Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	13
2.2	Dimensi dan Indikator Persepsi Harga	19
2.3	Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan	24
2.4	Penelitian Terdahulu	25
3.1	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan	47
3.2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan	49
3.3	Operasionalisasi Variabel Persepsi Harga	50
3.4	Skala Likert	51
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	61
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.4	Uji Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	62
4.5	Uji Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	64
4.6	Uji Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga	65
4.7	Hasil Uji Validitas	66
4.8	Hasil Uji Reliabilitas	67
4.9	Hasil Uji Normalitas	68
4.10	Hasil Uji Multikolonieritas	69
4.11	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	71
4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73
4.13	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	73
4.14	Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)	74

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Hal
2.1	Rerangka Penelitian	45
4.1	Hasil Uji Heterokedastisitas	70



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Hal
1.	Kuesioner Penelitian	81
2.	Lampiran	85

