



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE*  
PT GOTO GOJEK TOKOPEDIA TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN  
(SURVEY PADA PELANGGAN GOJEK DI JAKARTA)**



**SKRIPSI**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Disusun oleh:  
**Amalia Dyandra Putri Tamarjaya**  
**44218120086**

**PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amalia Dyandra Putri T

NIM : 44218120086

Program Studi : *Public relations*

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Juli 2023



DF7AKX631445983  
Amalia Dyandra Putri  
NIM. 44218120086

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Amalia Dyandra Putri T

NIM : 44218120086

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service PT GoTo  
Gojek Tokopedia Terhadap Loyalitas Pelanggan

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi *Public Realtions*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing I : Dr Farid Hamid, M.Si

NIDN : 0301117301

Ketua Penguji : Dewi Sad Tanti, S.Sos.M.Si

NIDN : 0726067701

Penguji Ahli : Andi Pajolloi Bate, M.A.

NIDN : 0303069401


()  
()  
()

Jakarta, 19 Agustus 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amalia Dyandra Putri T

NIM : 44218120086

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service PT GoTo  
Gojek Tokopedia Terhadap Loyalitas Pelanggan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Agustus 2023



(Amalia Dyandra Putri T)

## ABSTRAK

Nama : Amalia Dyandra Putri T  
NIM : 44218120086  
Program Studi : *Public relations*  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer service* PT GoTo Gojek Tokopedia Terhadap Loyalitas Pelanggan  
Pembimbing : Dr. Farid Hamid, M.Si

Sebagai salah satu fungsi dari *public relations*, *customer service* menjadi cara perusahaan memberikan pelayanan secara langsung kepada pelanggan. Melalui *customer service* pelanggan juga dapat menilai citra perusahaan dan kemudian berdampak pada loyalitas konsumen. Loyalitas pelanggan menjadi salah satu tujuan yang harus dicapai oleh suatu perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya dari perusahaan pesaing. Dalam mencapai loyalitas pelanggan, salah satu upaya yang dilakukan perusahaan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas layanan *customer service* di PT GoTo Gojek Tokopedia pada loyalitas pelanggan dan seberapa besar pengaruh *customer service* pada loyalitas pelanggan PT GoTo Gojek Tokopedia.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma klasik yang mencakup paradigma positivis dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang adalah metode survei. Instrumen dari penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan teknik purposive sampling kepada 100 orang pengguna layanan PT GoTo Gojek Tokopedia di Jakarta.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 67,9%. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 67,9% sedangkan sisanya sebesar 32,1% ditentukan atau dipengaruhi oleh faktor lainnya. Dari hasil uji signifikansi didapatkan  $t$  hitung (14,392) >  $t$  tabel (2,048), dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti pada penelitian saat ini variabel kualitas pelayanan *customer service* terdapat hubungan dengan loyalitas pelanggan.

Kata kunci : *Customer Service*, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, *Public Relations*

## ABSTRACT

Name : Amalia Dyandra Putri T  
NIM : 44218120086  
Study Program : *Public relations*  
Title : *The Effect of Service Quality Customer service PT GoTo  
Gojek Tokopedia on Customer Loyalty*

### Abstract:

*Customer service is one of the public relations tools companies used to directly engage with customers. It allows companies to build a positive image that fosters customer loyalty. Customer loyalty cultivation is paramount for companies to retain their customer base against competitors. Therefore, delivering excellent customer service is crucial to obtain customer loyalty.*

*This study aims to discover the implication of PT GoTo Gojek's customer service quality towards its customer loyalty. A classical positivist paradigm is being used with a quantitative approach through a Likert scale survey. Data collection was conducted by distributing questionnaires using purposive sampling technique to 100 users of PT GoTo Gojek Tokopedia services in Jakarta..*

*The results of this study show that service quality of customer service affects 67,9% of customer loyalty while the rest of 32.1 % is determined or influenced by other factors. The conclusion of this study is that the null hypothesis (Ho) is rejected and the Alternative Hypothesis (Ha) in this study is accepted. It can be said that service quality has a significant effect on customer loyalty.*

*Keywords : Customer Service, Service Quality, Customer Loyalty, Public Relations*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang maha Esa atas segala limpahan berkat dan karunia-Nya selalu menyertai dalam setiap aktivitas, sehingga penulit dapat menyelesaikan Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer service* PT GoTo Gojek Tokopedia Terhadap Loyalitas Pelanggan”.

Penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dalam bidang komunikasi dan *Public relations* bagi mahasiswa/I fakultas ilmu komunikasi terutama dalam kajian pelayanan *customer service* dan loyalitas pelanggan.

Dalam penyusunan Penelitian ini tidak akan terlaksana tanpa adanya bantuan, dukungan, dan kerja sama dari berbagai pihak yang terlibat. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembimbing saya yang baik hati Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si yang telah meluangkan waktu untuk pengarahan dan perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan penelitian ini dengan lancar serta membimbing dan memberikan dukungan skripsi ini.
2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.
3. Seketertaris Program Studi II Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Ibu Anindita, M.Ikom.
4. Seluruh dosen fakultas Ilmu Komunikasi *Public relations* Univeritas Mercu Buana yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
5. Kepada kedua orang tua saya tercinta Bapak AL Noor Sasongko dan Ibu Wiwiek Kurniasih Dewi terutama Mama yang tidak henti-hentinya memberikan doa, dukungan dan kasih sayang yang melimpah untuk saya.
6. Kepada sahabat-sahabat saya Patre, Olin, Jeje yang rela membantu dan

mendengarkan segala keluh kesah saya serta menghibur dikala susah dan senang selama penyusunan penelitian ini.

7. Kepada Wici dan Morina yang memberikan dukungan dan tidak lelah mengingatkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Mba Hanum, yang sejak awal membantu saya untuk menyusun penelitian ini.
9. Kepada seluruh teman-teman *Public Relations* Mercu Buana yang senantiasa menemani dan belajar Bersama selama masa perkuliahan.
10. Kepada teman terdekat lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak ketidaksempurnaan di dalamnya sehingga peneliti mengharapkan kritik dan saran dari semua dipihak atas kekurangan dan kekeliruan dalam pembuatan Proposal Penelitian ini. Akhir kata, penulis harap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pembaca untuk menambah ilmu dan wawasan.

Jakarta, 15 Juli 2022



Amalia Dyandra Putri Tamarjaya



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>1</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHiii</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Kajian Teoritis .....	15
2.3 Hipotesis Teori.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Populasi dan Sampel .....	39
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.6 Teknik Analisis Data .....	45
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	49
3.8 Uji Regresi .....	53
3.9 Hipotesis Penelitian.....	54

3.10 Uji Signififikasi .....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>56</b>
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>60</b>
<b>4.3 Pembahasan.....</b>	<b>103</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>109</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>109</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>109</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>1</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep.....	43
Tabel 3. 2 Skor Nilai.....	46
Tabel 3. 3 Tingkat Reliabilitas .....	52
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	63
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
Tabel 4. 4 Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	64
Tabel 4. 5 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	65
Tabel 4. 6 Variasi saluran penyampaian keluhan beragam.....	68
Tabel 4. 7 Pelayanan customer service ramah dan profesional.....	69
Tabel 4. 8 Kemudahan akses untuk menyampaikan keluhan.....	70
Tabel 4. 9 Ketersediaan tempat kritik dan saran. ....	71
Tabel 4. 10 Fasilitas penunjang lain dan pelayanan customer service sesuai harapan. .....	73
Tabel 4. 11 Pelayanan yang diberikan akurat dan sesuai dengan kebutuhan.....	74
Tabel 4. 12 Kesesuaian dalam penyelesaian masalah.....	75
Tabel 4. 13 Kejelasan informasi. ....	76
Tabel 4. 14 Kecepatan waktu penyelesaian masalah. ....	77
Tabel 4. 15 Kejelasan solusi yang diberikan. ....	78
Tabel 4. 16 Pelayanan <i>customer service</i> yang diberikan cepat dan tepat. ....	79
Tabel 4. 17 <i>Customer service</i> bersedia membantu pelanggan. ....	79
Tabel 4. 18 Respon <i>customer service</i> diberikan dengan baik. ....	80
Tabel 4. 19 Memiliki jaminan keamanan yang sesuai harapan. ....	81
Tabel 4. 20 Penanganan keluhan yang baik dan penuh perhatian. ....	82
Tabel 4. 21 Perusahaan memberikan dukungan dan kerja sama. ....	82
Tabel 4. 22 Perusahaan menyediakan kompensasi/pergantian.....	83
Tabel 4. 23 Mendengarkan keluhan secara aktif. ....	84
Tabel 4. 24 Memberikan perhatian dan akrab. ....	85
Tabel 4. 25 Menghargai kepentingan pelanggan.....	85

Tabel 4. 26 Memberikan pengertian dan toleransi. ....	86
Tabel 4. 27 Pelayanan <i>customer service</i> memberikan rasa nyaman. ....	87
Tabel 4. 28 Feedback positif pada pelayanan <i>customer service</i> dan perusahaan. ...	88
Tabel 4. 29 Keinginan untuk mengatakan hal positif tentang pelayanan dan perusahaan. ....	89
Tabel 4. 30 Merasa puas dengan produk yang ditawarkan perusahaan. ....	90
Tabel 4. 31 Perusahaan memiliki nilai positif sebagai kemudahan layanan jasa transportasi dan logistik. ....	91
Tabel 4. 32 Terdapat nilai perusahaan sebagai pembawa dampak sosial yang sejalan dengan diri. ....	92
Tabel 4. 33 Kemudahan karena jasa yang ditawarkan perusahaan. ....	93
Tabel 4. 34 Rasa percaya untuk membagikan data. ....	94
Tabel 4. 35 Merasa data Anda dilindungi perusahaan. ....	95
Tabel 4. 36 Anda merasa aman ketika menggunakan layanan yang ditawarkan perusahaan. ....	96
Tabel 4. 37 Merasakan manfaat dari penggunaan layanan. ....	96
Tabel 4. 38 Jarang menggunakan jasa kompetitor. ....	97
Tabel 4. 39 Keinginan merekomendasikan pelayanan kepada orang lain. ....	98
Tabel 4. 40 Menggunakan layanan secara berulang. ....	99
Tabel 4. 41 Tidak tertarik menggunakan layanan serupa dari kompetitor. ....	100
Tabel 4. 42 Uji Regresi Linear Sederhana. ....	101
Tabel 4. 43 Uji t. ....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	56
Gambar 4. 2 Struktur organisasi.....	59

