

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA  
ONLINE TRAVEL AGENT (OTA) TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN**

(Studi Kasus pada PegiPegi.com)

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen S1 Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Bara Al Assad**

**Nim : 43113010223**

**Program Studi Manajemen S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

## SURAT KARYA PERNYATAAN SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bara Al Assad

Nim : 43113010223

Program Studi : S1 Manajemen

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 03 Agustus 2017



(Bara Al Assad)

Nim : 43113010223

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Bara Al Assad  
NIM : 43113010223  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Pada Online Travel Agent (OTA) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada pegipegi.com)  
Tanggal Lulus Ujian : 03 Agustus 2017


Disahkan Oleh:

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Priyono SE., ME.  
Tanggal : 03 Agustus 2017



Luna Haningsih, SE, ME.  
Tanggal : 03 Agustus 2017

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CA.,.  
Tanggal : 03 Agustus 2017

Ketua Program Studi  
S1 Manajemen,



Dudi Permana, Ph. D.  
Tanggal : 03 Agustus 2017

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Pada Online Travel Agent (OTA) Terhadap kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PegiPegi.com)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program Studi S1 manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak bisa 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 Priyono SE, ME. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang selalu mengasahi selama ini, kakak serta ketiga adik saya yang telah memberikan semangat dan dorongan, serta doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis yang member semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, Ph. D selaku ketua Program Studi S1 Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta,

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Untuk GGS “Wisnu, Bobby, dan Gandhi” terima kasih untuk segala waktunya, kebersamaan, dan ilmu pengetahuannya selama ini sangat berarti sampai saat ini, kalian teman dan sahabat yang terbaik.
7. Terima kasih untuk Lufthi Rizky Amalia “MySweethay” yang selalu ada dan memotivasi dalam hal apapun. Kamu yang terbaik yang aku punya :\*.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2013 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT selalu meridhoi kita dalam meraih kesuksesan dan semoga kita selalu bahagia. Aamiin.
9. Terima kasih untuk Ke-Mecinan “Dwi, Dede, Wawa, dan Anya, juga Quaranta “Indra, Fiqie, Mehek, Mutiara, yang telah memberikan semangat ketika sidang akhir.
10. Dan untuk semua teman dekat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberi semangat, doa, serta dukungannya yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 03 Agustus 2017

Bara Al Assad

## DAFTAR ISI

SURAT KARYA PERNYATAAN SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kontribusi Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, HIPOTESIS, DAN RERANGKAN PEMIKIRAN .....</b>	<b>8</b>
A. Kajian Pustaka.....	8
1. Manajemen Pemasaran.....	8
1.1. Pengertian Pemasaran .....	8
1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2. Bauran Pemasaran Jasa .....	9
2.1. Komponen Marketing Mix.....	9
3. Kualitas Pelayanan .....	12
3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	12
3.2. Pengertian Jasa .....	13
3.3. Karakteristik Jasa .....	14
3.4. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	15
4. Harga.....	16
4.1. Pengertian Harga .....	16
4.2. Penetapan Harga.....	17
4.3. Strategi Penetapan Harga yang Sudah Mapan .....	20
4.4. Strategi Penyesuaian Harga.....	21
4.5. Dimensi Harga .....	23

5.	OTA ( <i>Online Travel Agent</i> ) .....	24
5.1	Pengertian OTA.....	24
6.	Kepuasan Konsumen.....	25
6.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	25
6.2	Mengukur kepuasan Konsumen .....	25
6.3	Faktor Penentu Kepuasan konsumen .....	27
6.4.	Dimensi kepuasan Konsumen .....	29
B.	Penelitian Terdahulu .....	30
C.	Konseptual dan Pengembangan Hipotesis .....	33
1.	Keterkaitan antar variabel .....	33
D.	Hipotesis.....	35
E.	Kerangka Pemikiran.....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>37</b>
A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	37
B.	Objek Penelitian.....	37
C.	Desain Penelitian.....	38
D.	Variabel dan Skala Pengukuran .....	38
1.	Variabel.....	38
2.	Skala Pengukuran.....	39
E.	Operasional Variabel.....	40
1.	Definisi Operasional Variabel.....	40
F.	Metode Pengumpulan Data .....	42
1.	Kuesioner / angket.....	42
2.	Studi Pustaka .....	43
G.	Jenis Data .....	43
1.	Data Primer .....	43
2.	Data Sekunder .....	43
H.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	44
1.	Populasi.....	44
2.	Sampel.....	44
3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	44

I. Metode Analisis Data.....	47
1. Analisis Partial Least Square.....	47
2. Langkah-Langkah Pengujian Analisis PLS.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	51
B. Profil Responden.....	52
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
2. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	53
3. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	54
4. Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	55
C. Dekriptif Jawaban Responden .....	56
1. Variabel Kualitas Pelayanan .....	56
2. Variabel Harga .....	57
3. Variabel Kepuasan Konsumen.....	58
D. Metode Analisis Data : SEM – Partial Least Square (PLS).....	58
1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model).....	59
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	66
E. PEMBAHASAN .....	71
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	71
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN.....	77



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Skor Jawaban Skala Likert .....	39
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel .....	40
Tabel 3.3 Total Pengunjung Situs Web Pegipegi.com .....	46
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	53
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan .....	55
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan .....	56
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Harga .....	57
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen .....	58
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	61
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi) .....	62
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i> .....	64
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha .....	66
Tabel 4.12 Nilai R2 Variabel Endogen .....	67
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Pegipegi.com .....	4
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	36
Gambar 4.1 Diagram <i>Pie</i> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Gambar 4.2 Diagram <i>Pie</i> Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	53
Gambar 4.3 Diagram <i>Pie</i> Profil Responden Berdasarkan Usia .....	54
Gambar 4.4 Diagram <i>Pie</i> Profil Responden Berdasarkan Penghasilan .....	55
Gambar 4.5 Hasil Algorith .....	60
Gambar 4.6 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi) .....	63
Gambar 4.7 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	65
Gambar 4.8 Hasil Boostrapping .....	70

