

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA
DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK
ONLINE (GO-JEK)**
(Studi pada Masyarakat Pengguna Gojek di Kota Padang)

SKRIPSI



Nama : Ulfa Rahmi

NIM : 43121010258

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

2025

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA
DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK
ONLINE (GO-JEK)**

(Studi pada Masyarakat Pengguna Gojek di Kota Padang)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana



Nama : Ulfa Rahmi

NIM : 43121010258

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

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ulfa Rahmi
NIM : 43121010258
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (GO-JEK) (Studi pada Masyarakat Pengguna Gojek di Kota Padang)
Tanggal Sidang : 12 Maret 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Zulfitri, MP., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-03254902



Scan QR or [click here](#) to
Verification

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ulfa Rahmi
NIM : 43121010258
Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 februari 2025


7E3CDALX352822863 Ulfa Rahmi
43121010258

ABSTRAK

Meningkatnya popularitas layanan ojek online dan persaingan yang ketat di industri ini menjadi latar belakang penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas website terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online (Go-Jek) di Kota Padang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas website terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online (Go-Jek) di Kota Padang. Fenomena meningkatnya popularitas layanan ojek online dan persaingan yang ketat di industri ini menjadi latar belakang penelitian ini. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Populasi penelitian adalah pengguna Go-Jek di Kota Padang, dengan sampel sebanyak 210 responden yang dipilih menggunakan teknik judgment sampling. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan software Smart Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yang berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Persepsi Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ketika pelanggan merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk atau layanan, tingkat kepuasan mereka akan meningkat. Selain itu, Kualitas Website berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, menunjukkan bahwa tampilan, navigasi, dan fungsionalitas website yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan atau produk.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kualitas Website, Go-Jek, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The increasing popularity of online motorcycle taxi services and intense competition in this industry are the background of this research. This study aims to analyze the effect of service quality, perceived price, and website quality on customer satisfaction of online motorcycle taxi transportation services (Go-Jek) in Padang City. This study aims to analyze the effect of service quality, perceived price, and website quality on customer satisfaction of online motorcycle taxi transportation services (Go-Jek) in Padang City. The phenomenon of the increasing popularity of online motorcycle taxi services and intense competition in this industry is the background of this research. The research method uses a quantitative approach with primary data obtained through a questionnaire. The research population was Go-Jek users in Padang City, with a sample of 210 respondents selected using judgment sampling technique. Data analysis using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of Smart Partial Least Square (PLS) software. The results showed that Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, which means that the better the quality of service provided, the higher the level of customer satisfaction. Price Perception also has a positive and significant effect on Customer Satisfaction when customers feel the price offered is in accordance with the quality of the product or service, their level of satisfaction will increase. In addition, Website Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, indicating that good website appearance, navigation, and functionality can increase customer satisfaction in using services or products.

Keywords: Service Quality, Price Perception, Website Quality, Go-Jek, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas karunia dan rahmat yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi Ini Dengan Judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Go-Jek) (Studi pada Masyarakat Pengguna Gojek di Kota Padang)”**. Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, khususnya Dr. Zulfitri, MP, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, motivasi dan saran, dan nasihat-nasihat yang membangun yang telah diberikan kepada penulis demi terselesainya skripsi ini. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
3. Bapak Dudi Permana Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Seluruh Dosen dan staff Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.

5. Teristimewa Kedua orang tua tersayang, Ayahanda Ifdal dan Ibunda Suharti yang telah menjadi orang tua hebat. Terimakasih yang tiada terhingga atas limpahan kasih sayang dan cinta yang tulus, doa yang tak pernah putus, materi, motivasi, nasehat, perhatian, dan pengorbanan yang diberikan selalu membuat penulis selalu bersyukur telah memiliki keluarga yang luar biasa.
6. Kepada kakak perempuan saya satu-satunya Terima Kasih banyak atas dukungannya secara moril maupun materi, terima kasih juga atas motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini.
7. Kepada saudara laki-laki penulis, terima kasih banyak sudah meluangkan baik, waktu, tenaga, materi maupun moril kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini
8. Terima kasih untuk teman teman Manajemen Angkatan 2021, terutama untuk, Anggun Hariyati, Teman Seperjuangan penulis yang dari awal membantu, menemani serta memberikan support, motivasi serta membantu penulis dalam menyusun maupun menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Sahabat penulis, Vielsi Fahreza yang telah berkontribusi sejak awal penulisan skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan baik waktu, tenaga, pikiran dan materi kepada penulis, selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan sehingga penulis mampu untuk Menyelesaikan skripsi.
10. Dan Terakhir, Kepada diri saya sendiri. Terima Kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan bertanggung Jawab

menyelesaikan apa yang sudah di mulai. Terima kasih sudah berjuang sebaik mungkin, kamu kuat, kamu Hebat, Ulfa Rahmi.

Saya menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat serta dapat menambah pengetahuan khusus bagi penulis dan pembaca.

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

Jakarta, 10 februari 2025

Ulfa Rahmi



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian	10
1. Kontribusi Praktis	10
2. Kontribusi Teoritis.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
2. Kepuasan Pelanggan.....	13
3. Persepsi Harga	16
4. Kualitas Pelayanan.....	20
5. Kualitas Website	23
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Pengembangan Hipotesis.....	33
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	33
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	34
3. Pengaruh Kualitas Website Terhadap kepuasan Pelanggan	35
D. Kerangka Konseptual.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	37

B. Desain Penelitian	37
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	38
1. Definisi Variabel.....	38
2. Operasionalisasi Variabel	40
D. Skala Pengukuran	43
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
1. Populasi.....	44
2. Sampel Penelitian	44
F. Metode Pengumpulan Data.....	45
G. Metode Analisis Data	45
1. Analisis Deskriptif.....	45
2. Uji Instrumen	46
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Analisis Deskriptif	54
1. Gambaran Umum Penelitian.....	54
2. Deskripsi Responden	56
3. Deskripsi Variabel	60
B. Analisis <i>Partial Least Square</i>	64
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	64
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	73
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	80
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	80
3. Pengaruh Kualitas Website terhadap Kepuasan Pelanggan.....	81
BAB V KESIMPULAN	83
A. Simpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pra-Survey Pengguna Jasa Transpotasi Ojek Online (Go-Jek).....	8
Tabel 2.1. Penelitian terdahulu.....	26
Tabel 3.1. Operasionalisasi variabel	40
Tabel 3.2. Instrument Likert.....	43
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	58
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Gojek	59
Tabel 4.6. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	60
Tabel 4.7. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Harga (X2)....	61
Tabel 4.8. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Website (X3)	62
Tabel 4.9. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	63
Tabel 4.10. Hasil Pengujian <i>Outer Loadings</i>	64
Tabel 4.11. Hasil Pengujian AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	67
Tabel 4.12. Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	68
Tabel 4.13. Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i> ..	70
Tabel 4.14. Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)</i>	71
Tabel 4.15. Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i>	72
Tabel 4.16. Hasil Pengujian <i>Composite Reability</i>	72
Tabel 4.17. Nilai <i>R-Square</i>	73
Tabel 4.18. Nilai <i>F-Square</i>	74
Tabel 4.19. Nilai <i>Q-Square</i>	75
Tabel 4. 20 Nilai SRMR	76
Tabel 4. 21 Nilai Normed Fit Index (NFI).....	77

Tabel 4. 22 Hasil <i>Path Coefficient</i>	79
---	----



DAFTAR GAMBAR

1.1. Persentase Pengguna Aplikasi Transportasi Online si Indonesia	5
1.2. Data Top Brand Index (TBI) Jasa Transportasi Online	6
2.1. Kerangka Konseptual	35
4.1. Hasil Algoritma PLS	66
4.2. Hasil Uji Bootstraping	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2. Hasil Kuesioner	95
Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data.....	115

