

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
GRABBIKE DI JAKARTA BARAT**

SKRIPSI



Nama: Siti Alima

Nim: 43121010179

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2025

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
GRABBIKE DI JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

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

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama: Siti Alima

Nim: 43121010179

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2025

LEMBAR PERNYATAAN

Saya bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam penelitian ini :

Judul : Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike Di Jakarta Barat.

Bentuk Skripsi : Penelitian

Nama : Siti Alima

Nim : 43121010179

Program : S1 Manajemen

Tanggal : 18 Juli 2025

Merupakan hasil penelitian dan karya saya sendiri di bantu oleh bimbingan dosen pembimbing, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penelitian ini belum pernah di ajukan dalam memperoleh gelar sajama di perguruan tinggi lain. Semua informasi-informasi yang di sajikan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kejelasannya.

Jakarta, 18 Juli 2025


Siti Alima

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : SITI ALIMA
NIM : 43121010179
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABBIKE DI JAKARTA BARAT
Hasil Pengecekan Turnitin : 27%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **27%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 05 August 2025

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

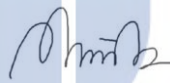
2025/Agustus/05/0000000308/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Siti Alima
NIM : 43121010179
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike Di Jakarta Barat
Tanggal Sidang : 18 Juli 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Shinta Rahmani, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-08255266



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

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan faktor-faktor apa saja, jika ada, yang memengaruhi promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan GrabBike di Jakarta Barat. Warga Jakarta Barat yang sebelumnya telah menggunakan aplikasi Grab, khususnya layanan transportasi online GrabBike, merupakan demografi yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, 110 peserta disurvei. Kuesioner yang dibuat di Google Forms dan dikirimkan kepada responden merupakan metode pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan alat analisis Smart-PLS bersama dengan Model Persamaan Struktural (SEM). Promosi tidak berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menurut temuan studi ini. Ada hubungan positif dan signifikan secara statistik antara kepuasan pelanggan dan harga serta kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Ride-Hailing Apps.



ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the factors, if any, that influence promotion, price, and service quality on customer satisfaction with GrabBike in West Jakarta. Residents of West Jakarta who have previously used the Grab app, particularly the GrabBike online transportation service, constitute the demographic used in this study. In this study, 110 participants were surveyed. The questionnaire, created using Google Forms and distributed to respondents, served as the data collection method. This study employed the Smart-PLS analysis tool alongside Structural Equation Modeling (SEM). According to the study's findings, promotions do not have a significant impact on customer satisfaction. There is a positive and statistically significant relationship between customer satisfaction and both price and service quality.

Keywords: Promotion, Price, Service Quality, Customer Satisfaction and Ride-Hailing Apps.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike Di Jakarta Barat”**. Proposal Skripsi ini merupakan syarat untuk melanjutkan skripsi pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Dr. Shinta Rahmani, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bantuan, pengetahuan, nasehat, dan dukunganyang sangat bermanfaat kepada peneliti, dan juga berbagai pihak yang sudah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal Skripsi ini. terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, PH.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Shinta Rahmani, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah

memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini.

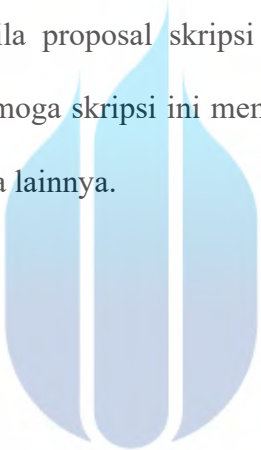
5. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M selaku dosen penelaah seminar proposal, yang telah memberikan masukan dan saran agar proposal skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Bapak Diky Firdaus, S Kom, MM selaku dosen mata kuliah metodologi penelitian pemasaran yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama satu semester ini.
7. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
8. Bapak dan Ibu dibagian administrasi fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
9. Teristimewa untuk keluarga saya terutama kedua orang tua saya tercinta Ibu Dona Tumina dan Papah Prasetyo Soegondo, Serta Adek saya Muhammad Yusuf Maulana yang telah memberikan semangat, doa, dan tidak hentinya memberikan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada saya dalam serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
10. Para sahabat saya Ade, Mega, Derina, dan Selfiana yang telah banyak memberikan dukungan, dorongan dan motivasi untuk menyusun proposal

skripsi ini.

11. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penulisan proposal skripsi yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.

Penulis menyadari bahwa Sebagai manusia biasa, penelitian ini mungkin mengandung kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran, komentar, dan kritik dari berbagai sumber. Selain itu, dengan segala kejujuran dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila proposal skripsi ini mengandung kesalahan atau kekurangan. Akhir kata, semoga skripsi ini membantu dan memberi pengetahuan kepada penulis dan pembaca lainnya.

Jakarta, 22 Maret 2024



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Siti Alima

43121010179

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	I
LEMBAR PERNYATAAN	II
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	III
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	IV
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian.....	7
1. Tujuan penelitian.....	7
2. Kontribusi Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
A. Kajian Pustaka	9
1. Manajemen Pemasaran.....	9
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
b. Fungsi Manajemen Pemasara.....	10
2. Perilaku Konsumen	11
a. Pengertian Perilaku Konsumen	11
b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
3. Kepuasan Pelanggan	13
a. Pengertian Kepuasan pelanggan	13

b.	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	13
c.	Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	14
d.	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	15
4.	Promosi	15
a.	Pengertian Promosi	15
b.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	18
c.	Dimensi Promosi.....	18
d.	Indikator Promosi.....	18
5.	Harga.....	19
a.	Pengertian Harga.....	19
b.	Factor-faktor yang Mempengaruhi Harga.....	19
c.	Dimensi Harga	20
d.	Indikator Harga	20
6.	Kualitas Pelayanan	21
a.	Pengertian Kualitas Pelayanan	21
b.	Factor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	21
c.	Dimensi Kualitas Pelayanan	22
d.	Indikator Kualitas Pelayanan	22
7.	Penelitian Terdahulu	23
B.	Pengembangan Hipotesis.....	28
1.	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	28
2.	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	29
3.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.....	30
C.	Rerangka Pemikiran.....	31
BAB III	METODE PENELITIAN	32
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	32
B.	Desain Penelitian	32
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	33
1.	Definisi Variabel	33
2.	Operasional Variabel.....	35

D. Skala Pengukuran	37
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
1. Populasi Penelitian	38
2. Sampel Penelitian.....	39
F. Metode Pengumpulan Data	40
G. Metode Analisis Data	40
1. Analisis Deskriptif	40
2. Analisis data (Partial least square)	41
a. Pengertian Partial Least Square	41
b. Evaluasi Measurement Model (Outer Model)	42
c. Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Analisis Deskriptif.....	47
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
2. Deskripsi Responden.....	47
3. Deskripsi Variabel.....	50
B. Analisis Data Partial Least Square (PLS).....	55
1. Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>)	56
2. Pengujian model struktural (<i>Inner Model</i>).....	61
C. Pembahasan Hasil Penelitian	65
1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	65
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	65
3. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
C. Saran untuk peneliti selanjutnya	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Tabel 1.2	Persentase Pengguna Transportasi Ojek Online	2
Tabel 1.3	PraSurvei	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Oprasional Variabel	35
Tabel 3.2	Skala Likert	38
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	49
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengalaman Pernah Menggunakan Aplikasi Grab	50
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	51
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Promosi	52
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel Harga.....	53
Tabel 4.9	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	54
Tabel 4.10	Hasil Uji Convergent Validity	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loadings)	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Discriminat Validity (AVE)	60
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium) ...	60
Tabel 4.14	Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	61
Tabel 4.15	Hasil Uji Nilai R-Square	61
Tabel 4.16	Nilai F-Square Pengaruh Setiap Variabel Laten Eksogen terhadap Variabel Endogen.....	62
Tabel 4.17	Hasil Uji Nilai Q-Square.....	63
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Hipotesis	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Diagram Pengguna Layanan Grab Merasa Puas	3
Gambar 1.2	Faktor Yang Menyebabkan ketidakpuasan pelanggan.....	4
Gambar 2.1	Rerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1	Hasil Uji Convergent Validity	57
Gambar 4.2	Hasil Bootstrapping	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2	Hasil Kuesiomer	78
Lampiran 3	Hasil Pengolahan Data	90

