



PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TAKSI BLUE BIRD

Oleh :

Nama : Raymond Sandy

NIM : 25130489

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(C) Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TAKSI BLUE BIRD

Diajukan oleh

Nama : Raymond Sandy

NIM : 25130489

Jakarta, 6 Maret 2017

Disetujui Oleh :

Pembimbing

Lily Harjati, Ir., M.M.

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA, 2017

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Raymond Sandy/ 25130489/ 2017/ Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Blue Bird/ Pembimbing : Lily Harjati, Ir., M.M.

Dengan bertambah pesatnya industri transportasi sekarang ini membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat dalam merebut pelanggan serta mempertahankan pangsa pasar yang ada. Pelayanan dan penetapan harga yang baik merupakan suatu kesatuan dan dapat dilihat dari ekspektasi pelanggan. Oleh karena itu perusahaan pelayanan harus terus mengupayakan kepuasan pelanggan terutama dengan kualitas pelayanan dan harga yang terbaik yang merupakan kesan keseluruhan atas kinerja perusahaan.

Pada penelitian ini juga menggunakan tiga variabel utama yaitu kualitas layanan, persepsi harga dan variabel kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Kualitas Layanan Taksi Blue Bird, (2) Persepsi Harga pelanggan pada Taksi Blue Bird, (3) Kepuasan Pelanggan Taksi Blue Bird, (4) Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Blue Bird. Metode yang digunakan adalah *judgment sampling* dengan 100 responden orang-orang yang pernah menggunakan jasa taksi Blue Bird.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Tingkat Kualitas Layanan yang diberikan taksi Blue Bird kepada pelanggan adalah baik. (2) Pelanggan setuju Persepsi Harga terhadap taksi Blue Bird adalah sesuai dengan butir-butir pertanyaan kuesioner. (3) Pelanggan taksi Blue Bird puas akan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. (4) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada taksi Blue Bird. (5) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada taksi Blue Bird.

Pihak manajemen Blue Bird perlu melakukan perbaikan secara berkesinambungan dan berinovasi demi meningkatkan kepuasan serta loyalitas para pelanggannya.



ABSTRACT

Raymond Sandy/ 25130489/ 2017/ *The Influence Of the Quality of Service and Price Perceptions Towards Customer Satisfaction of Blue Bird Taxi Customer/ Advisor : Lily Harjati, Ir., M.M.*

With increased rapid transportation industry now makes competition between companies is getting tight in snatch customers as well as maintain existing market share. The good company's service and pricing is a unity that can be seen from the customer's expectations. Therefore service companies should continue to seek customer satisfaction in particular with the quality of service and the best price which is the overall impression upon performance of the company.

In this research also use three main variable that is service quality, price perception and customer satisfaction variable.

The objective of this research are to (1) quality of service Blue Bird taxi, (2) Customer Price Perception in Blue Bird Taxi, (3) The Blue Bird Taxi's customer satisfaction, (4) the influence of the quality of service and Price Perceptions towards customer satisfaction of Blue Bird Taxi. The method used is the judgment sampling with a respondent of 100 people who have used the Blue Bird Taxi..

The results showed that: (1) the level of quality of services provided to the customers of the Blue Bird taxi is good. (2) the customer agrees that the perception the price against the Blue Bird taxi is in accordance with the details of the questions on the questionnaire. (3) Customer Blue Bird taxi satisfied service quality and prices will be given to the customer, (4) the quality of service of positive and significant effect against customer satisfaction in Blue Bird taxi. (5) Price perceptions of positive and significant effect against customer satisfaction in Blue Bird taxi.

The management of Blue Bird needs to make continuous improvements and innovate in order to increase customer satisfaction and loyalty.



KATA PENGANTAR

Penulis bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan berkatnya yang diberikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana ekonomi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis juga menyadari sepenuhnya, bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini bukanlah semata-mata usaha sendiri. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, bantuan, semangat serta dukungan atas penulisan skripsi ini.

Secara khusus penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Lily Harjati, Ir., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam memberikan pengarahan, bimbingan, motivasi, serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staf pengajar di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, yang telah memberikan pengajaran dan banyak ilmu kepada penulis selama masa pendidikan sampai terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
3. Kedua orang tua yang luar biasa. Terima kasih atas doa, perhatian, kesabaran, dukungan, serta semangat kepada penulis untuk dapat menyelesaikan pendidikan di bangku kuliah. Semoga penulis dapat menjadi kebanggaan bagi keluarga.
4. Kakak-kakak penulis (Junius, Antonius dan Evi) yang tanpa henti memberikan dukungan, semangat, dan bantuannya kepada penulis.
5. Teman-teman yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.



6. Para responden yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner untuk keperluan pengolahan data dalam skripsi ini.

7. Seluruh pihak-pihak yang telah berkontribusi, namun belum disebutkan satu per satu oleh penulis. Terima kasih atas bantuannya baik moril maupun materil yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan mempunyai banyak keterbatasan dan kelemahan baik dalam hal isi, bahasa, dan penyajiannya. Namun peneliti telah berusaha memberikan yang terbaik. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan segala kritikan serta saran yang membangun untuk perbaikan di kemudian hari. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 6 Maret 2017

Raymond Sandy

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Penelitian.....	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Landasan Teori.....	10
1. Kualitas Layanan.....	10
2. Persepsi Harga.....	13
3. Kepuasan.....	14
C. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Objek Penelitian.....	19

1. Dituangkan dalam bentuk tulisan yang sistematis, logis, dan menarik.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Desain Penelitian.....	19
C. Variabel Penelitian.....	21
D. Teknik Pengumpulan Data.....	23
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	23
F. Teknik Analisis Data.....	24

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	35
1. Profil Perusahaan.....	35
2. Logo Perusahaan.....	36
B. Pelaksanaan Penelitian.....	37
C. Analisis Data.....	37
1. Uji Validitas.....	37
2. Uji Reliabilitas.....	40
3. Analisis Profil Responden.....	41
4. Analisis Variabel Kualitas Layanan.....	45
5. Analisis Variabel Persepsi Harga.....	47
6. Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan.....	48
7. Uji Asumsi Klasik.....	49
8. Analisis Korelasi.....	53
9. Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
D. Pembahasan.....	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA.....	63
---------------------	----

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 : Penelitian Terdahulu.....	8
3.1 : Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	22
4.1 : Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	38
4.2 : Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	39
4.3 : Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	39
4.4 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan.....	40
4.5 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga.....	40
4.6 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	41
4.7 : Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.8 : Profil Responden berdasarkan Status.....	42
4.9 : Profil Responden berdasarkan Usia.....	43
4.10 : Profil Responden berdasarkan Status Tingkat Pendidikan.....	44
4.11 : Profil Responden berdasarkan Pekerjaan.....	45
4.12 : Analisis Variabel Kualitas Layanan.....	46
4.13 : Analisis Variabel Persepsi Harga.....	47
4.14 : Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan.....	48
4.15: Uji Normalitas.....	50
4.16 : Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.17 : Uji Autokorelasi.....	51
4.18 : Uji Multikolonieritas.....	52
4.19 : Analisis Korelasi.....	53
4.20 : Analisis Regresi Linear Berganda.....	54



4.21 : Uji F Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan

Pelanggan..... 55

4.22 : Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga

Kepuasan Pelanggan..... 57

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 : Tabel Tarif Taksi Blue Bird, Uber dan Grab.....	2
1.2 : Jenis Pembayaran.....	3
2.1 : Kerangka Pemikiran	17
4.1 : Logo Perusahaan.....	36



- Gambar**
1. Dilarang menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	65
2. Data Hasil Kuesioner <i>Pre-test</i>	68
3. Data Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Layanan.....	69
4. Data Hasil Kuesioner Variabel Persepsi Harga.....	72
5. Data Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan.....	75
6. Tabel Product Moment.....	78
7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	79
8. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	81
9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	82
10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan.....	83
11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga.....	84
12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	85
13. Hasil Uji Normalitas.....	86
14. Uji Heteroskedastisitas.....	87
15. Hasil Uji Autokorelasi.....	88
16. Hasil Analisis Korelasi.....	89