

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP

(C)KEPUASAN PELANGGAN PADA UBER DI JAKARTA UTARA

Oleh :

Nama : Inez Priscilla

NIM : 24130002

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

d/h Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBII)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JULI 2017

- 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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIGG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIGG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

HALAMAN PENGESAHAN

Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Uber di Jakarta Utara

Diajukan oleh,

Nama : Inez Priscilla

NIM : 24130002

Jakarta, 31 Agustus 2017

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



(Lily Harjati, Ir., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2017

1. Dilang 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

Inez Priscilla / 24130002 / Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Uber di Jakarta Utara / Pembimbing : Lily Harjati, IR., M.M

Adanya kemajuan teknologi sekarang ini tentu menjadi suatu kebutuhan primer dalam setiap kehidupan kita, banyak kemudahan yang ditawarkan untuk membantu kita dalam melakukan segala sesuatunya, khususnya dalam bidang jasa transportasi. Uber adalah salah satu perusahaan jasa transportasi yang berbasis internet. Namun saat ini, Uber dalam pelaksanaannya juga terkendala masalah seperti kepuasan konsumen akan sistem pelayanan Uber. Sedangkan para peneliti meyakini bahwa aspek yang memicu terciptanya Kepuasan Konsumen adalah Kualitas Layanan dan Persepsi Harga. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Uber.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Kualitas Layanan Uber, (2) Persepsi Harga pada pelanggan Uber, (3) Kepuasan Pelanggan Uber, (4) Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Uber. Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah definisi Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

Obyek penelitian ini adalah *Uber*. Sampel penelitian ini adalah orang-orang yang menggunakan jasa transportasi Uber. Pengumpulan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner fisik untuk memperoleh 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah dengan menggunakan SPSS16.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel eksogen yaitu Kualitas Layanan dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Sehingga jika Kualitas Layanan dan Persepsi Harga sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan, maka Kepuasan akan meningkat.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Inez Priscilla / 24130002 / *The Influence of Service Quality and Price Perception on Customer Satisfaction at Uber in North Jakarta / Advisor: Lily Harjati, IR., M.M*

The existence of technological advances today is certainly a primary need in every life we many conveniences offered to help us in doing everything, especially in the field of transportation services. Uber is one of the internet-based transport services company. But now, Uber in its implementation is also constrained problems such as consumer satisfaction Uber service system. While the researchers believe that the aspects that trigger the creation of Consumer Satisfaction is Quality of Service and Price Perception. Therefore, the authors are interested to conduct research on the Effect of Service Quality and Price Perception on Customer Satisfaction on Uber.

This study aims to determine (1) Quality of Uber Service, (2) Price Perception on Uber subscribers, (3) Uber Customer Satisfaction, (4) Effect of Service Quality and Price Perception on Uber Customer Satisfaction. Theories used to support this writing are the definition of Service Quality, Price Perception and Customer Satisfaction. Then supported by the theory about the relationship of Service Quality with Customer Satisfaction and Price Perception on Customer Satisfaction

The object of this research is Uber. The sample of this study are people who use Uber transportation services. The sample collection was done by distributing a physical questionnaire to obtain 100 respondents. The data analysis technique used for model testing and data processing is by using SPSS16.

This research shows that the two exogenous variables of Quality of Service and Price Perception have an effect on Customer Satisfaction. So if Quality of Service and Price Perception match what customers want, then Satisfaction will increase

The conclusion of this study is that all hypotheses have been proven to have a positive and significant influence.

Keyword: Service Quality, Perceived Price, Customer Satisfaction

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, pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 - 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.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan Rahmat-Nya skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen Pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi kepada peneliti baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan, serta motivasi dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu selama proses penulisan skripsi ini, yaitu:

Ibu Liliy Harjati, Ir., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, serta saran untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.

Seluruh dosen dan staff pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar peneliti selama masa perkuliahan.

Seluruh keluarga dan teman yang senantiasa mendoakan, mendukung, memotivasi, serta memberi semangat selama penyusunan skripsi ini.

4. Responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner sehingga penelitian ini boleh berjalan lancar.



5. Para petugas perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti untuk memperoleh buku-buku dan sumber-sumber yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai banyak kekurangan. Namun, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan penelitian selanjutnya, Tuhan memberkati.

Jakarta, Juni 2017

Peneliti

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Ha*scipta mili IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)*

H₂O Cipta Dilinungi, Tandang-Undang

1. Dilarang mengutip bagian 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 ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BABI PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Penelitian.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
1 Kualitas Layanan.....	9
2 Persepsi Harga.....	12
3 Kepuasan Pelanggan	14
B. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka Pemikiran	23
D. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
A. Objek Penelitian	26
B. Desain Penelitian	26
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	28
D. Teknik Pengambilan Sample	33
E. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV PEMBAHASAN.....	45

1. Latar Belakang dan tujuan penelitian ini ditulis berdasarkan pada kebutuhan dan pengembangan perusahaan yang ada di Indonesia. Pengembangan perusahaan ini dapat membantu dalam mencapai tujuan perusahaan dengan baik dan efektif.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun, tanpa izin IBIKKG.



A.	Gambaran Umum Perusahaan	45
B.	Analisis Data dan Pembahasan	48
C.	1. Uji Validitas	48
	2. Uji Realibilitas.....	51
	3. Analisis Profil Responden	53
	4. Analisis Variabel Kualitas Pelayanan	56
	5. Analisis Variabel Persepsi Harga.....	58
	6. Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan.....	60
	7. Uji Asumsi Klasik	61
	8. Analisis Linear Berganda	66
	9. Uji F.....	67
	10. Uji t.....	68
E.	Koefisien Determinasi.....	72
F.	Hasil Penelitian.....	71
G.	Pembahasan	74
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	77
A.	Simpulan.....	77
B.	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		82

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mendapat izin dari penulis 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 IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Dilantik dan dilindungi oleh Hak Cipta Dikti dan Hak Cipta Institusi	3
Tabel 1.1 Tarif Taksi Online.....	3
Tabel 2.1 Jurnal I	19
Tabel 2.2 Jurnal II.....	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas Persepsi Harga.....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas Kepuasan Pelanggan	53
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	53
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	54
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	55
Tabel 4.10 Hasil Analisis Kualitas Pelayanan	56
Tabel 4.11 Hasil Analisis Persepsi Harga.....	58
Tabel 4.12 Hasil Analisis Kepuasan Pelanggan	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedesitas	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikoloniretas	64
Tabel 4.17 Hasil Analisis Linear Berganda	66
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	67
Tabel 4.19 Hasil Uji t.....	68
Tabel 4.20 Hasil Determinasi	70

1. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisankaryayilmah, penyusunan laporan.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	47

© 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.

