



# PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABCAR

**Felicia Evelin**

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta-Indonesia

Email: feliciaevelin@yahoo.co.id

## Abstrak

Perkembangan teknologi di jaman sekarang ini sangatlah canggih dan pesat. Di Indonesia sedang mengalami perubahan teknologi yang cukup terasa. Awal mulanya angkutan umum yang ada di Jakarta hanya taksi konvensional, angkot, bajaj dan ojek, sekarang bertambah menjadi taksi online dan ojek online. Semakin banyaknya taksi online, semakin berdampak pada ketatnya persaingan. Dalam ketatnya persaingan harga, masing-masing perusahaan taksi online harus bisa memberikan kualitas layanan yang sesuai agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Kualitas Layanan Grabcar, (2) Persepsi Harga pada pelanggan Grabcar, (3) Kepuasan Pelanggan Grabcar, (4) Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Grabcar. Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah definisi dari Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan, Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan, Persepsi Harga dengan Kepuasan pelanggan. Objek dari penelitian ini adalah Grabcar dan subjek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang sudah pernah menggunakan Grabcar. Metode yang digunakan adalah *judgement sampling* dengan 100 orang-orang yang sudah pernah menggunakan jasa Grabcar. Pengumpulan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui media *Google Form*. Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah SPSS 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Tingkat Kualitas Layanan yang diberikan Grabcar kepada pelanggan adalah baik. (2) Pelanggan setuju Persepsi Harga terhadap Grabcar sesuai dengan butir-butir pertanyaan kuesioner. (3) Pelanggan Grabcar puas akan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. (4) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grabcar. (5) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grabcar.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen

## Abstract

*The development of technology today is very sophisticated and rapid. Indonesia is having technological changes that quite rapid. The beginning of public transportation in Jakarta are conventional taxis, angkot, bajaj and ojek, and now turn up to online taxis and motorcycle taxis online. The increasing number of online taxis, the more impact on the competition. In the strictness of price competition, each online taxi company should be able to provide the appropriate quality of service in order to create customer satisfaction. The objective of this research are to find (1) Quality of Grabcar Service, (2) Price Perception on Grabcar customer, (3) Customer Satisfaction Grabcar, (4) Influence of Service Quality and Price Perception on Grabcar Customer Satisfaction. The theory use to support this writing is the definition of Service Quality, Price Perceptions and Customer Satisfaction, Then support by the theory of the relationship between Quality of Service with Customer*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.



*Satisfaction, Price Perception with Customer Satisfaction. The object of this study was the Grabcar and the subjects in this study were those who had already used a Grabcar. The method used is judgment sampling with 100 people who have been using Grabcar services. Sample collection is done by spreading the questionnaire through Google Form media. The data analysis technique used for model testing and data processing is SPSS 20.0. The results show that: (1) Quality of Service Grabcar provided to customers is good. (2) Customer agrees Price Perception on Grabcar in accordance with the questionnaire question items. (3) Grabcar's customers are satisfied with the quality of service provided to customers. (4) Quality of Service has a positive and significant impact on Customer Satisfaction at Grabcar. (5) Price Perceptions have positive and significant impact on Customer Satisfaction at Grabcar.*

**Keyword:** *Service Quality, Perceived Price, Customer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di jaman sekarang ini sangatlah canggih dan pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya inovasi dimulai dari yang sederhana maupun yang menghebohkan dunia. Saat ini teknologi memiliki peran utama bagi masyarakat dengan tujuan membangun bangsa, salah satu perkembangan teknologi yang dapat dirasakan adalah internet.

Awal mulanya angkutan umum yang ada di Jakarta hanya taksi konvensional, angkot, bajaj dan ojek, sekarang bertambah menjadi taksi online dan ojek online. Dilihat dari berita yang sudah beredar mengenai insiden beberapa pekan yang lalu, pengemudi taksi konvensional melakukan aksi demo yang dirasanya jasa transportasi berbasis aplikasi kini sedang naik daun. Sopir taksi konvensional merasa dirugikan karena banyak pelanggan beralih menggunakan jasa layanan transportasi berbasis aplikasi yang menggunakan kendaraan pribadi. Jasa layanan transportasi ini mematok biaya yang jauh lebih murah dibanding taksi konvensional, hal ini yang menyebabkan penurunan pendapatan dari sopir taksi konvensional.

Pada mulanya pioneer transportasi online adalah Gojek. Perusahaan tersebut merupakan terobosan transportasi online yang bergerak di bidang Ojek Online. Kehadiran Gojek dilansir sebagai saingannya ojek pangkalan, dengan aplikasi tersebut masyarakat dihadirkan dengan berbagai kemudahan dimulai dari cara pemesanan ojek hingga kebutuhan yang lainnya.

Setelah gencarnya kehadiran Gojek di kalangan masyarakat, muncullah Grab yang merupakan terobosan aplikasi dalam bidang transportasi taksi online. Pada awalnya Grab hanya memiliki layanan jasa seperti *grabtaxi* (tahun 2014), yaitu grab bekerjasama dengan armada-armada taksi (*white horse, express*). Lalu pada Agustus 2015 Grab mengeluarkan jasa barunya yaitu *grabcar*, yaitu transportasi mobil yang menggunakan mobil pribadi dengan tarif tetap yang sudah ditetapkan dari system Grab itu sendiri dari seberapa jauh jarak yang di tempuh penumpang dari tempat awal hingga tempat tujuan dan tarifnya jauh lebih murah daripada taksi konvensional.

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menggali, mencari serta memperoleh data dan informasi mengenai pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Grabcar. Sesuai dengan permasalahan di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa baik Kualitas Layanan pada Grabcar.
2. Untuk mengetahui bagaimana Persepsi Harga Grabcar.
3. Untuk mengetahui seberapa tinggi Kepuasan Pelanggan Grabcar.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grabcar.
5. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Grabcar.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Definisi Kualitas Layanan

Lewis dan Boom dalam Tjiptono dan Chandra (2016:125), mendefinisikan kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.



**Definisi Persepsi Harga**

Menurut Sudaryono (2014:366), mengatakan bahwa persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka.

**Definisi Kepuasan Pelanggan**

Pengertian Kepuasan Konsumen menurut Zeithaml dan Bitner dalam Sangadji dan Sopiah (2015:23), bahwa kepuasan pelanggan adalah konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan.

**Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut Suratno, Fathoni, dan Haryono (2016) mengemukakan, kualitas pelayanan berkaitan erat dengan persepsi pelanggan tentang mutu suatu usaha. Semakin baik pelayanan yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha tersebut akan dinilai semakin bermutu. Sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan kurang baik dan memuaskan, maka usaha tersebut juga dinilai kurang bermutu. Oleh karena itu usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan harus terus dilakukan agar dapat memaksimalkan kualitas jasa.

H1: Variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

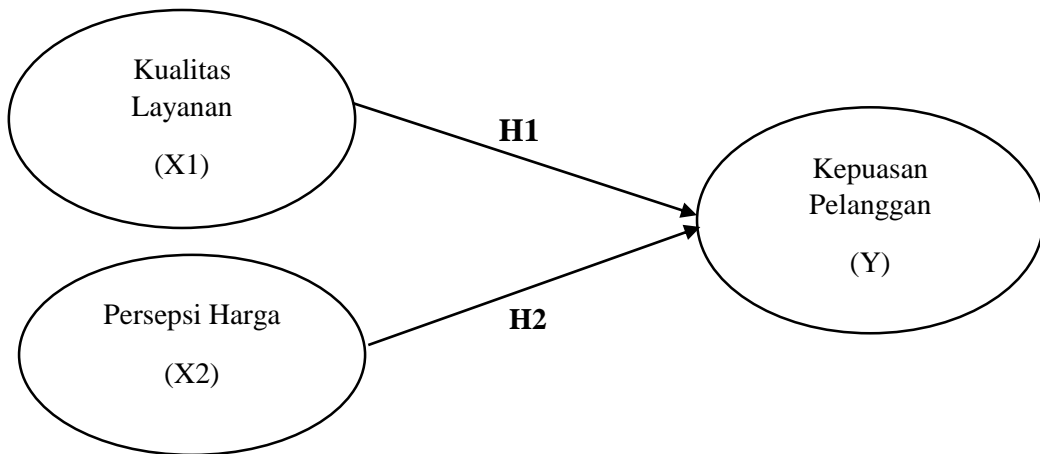
**Hubungan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kurniawan (2016), persepsi harga yang wajar akan menyebabkan respon dan perilaku yang positif dan persepsi harga yang tidak wajar akan menyebabkan respon dan perilaku negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi harga konsumen semakin tinggi tingkat kepuasan, dan semakin rendah persepsi harga konsumen maka semakin rendah tingkat kepuasan.

H2: Variabel persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

**KERANGKA PEMIKIRAN**

**Gambar 1  
Kerangka Pemikiran**



**METODE PENELITIAN**

Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan metode kuesioner untuk mendapatkan data primer yaitu data yang bersumber dari responden yang sudah pernah menggunakan Grabcar dengan sifat pertanyaan tertutup kepada subjek penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan penulis adalah *non probability sampling*. Metode *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota untuk dipilih menjadi sampel. Lalu pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan bahwa

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.

Hak cipta © Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



sampel yang dipilih adalah orang-orang yang memenuhi kriteria tertentu, yaitu para pelanggan yang sudah pernah menggunakan pelayanan taksi online Grab.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yakni Kualitas Layanan (X1), Persepsi Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel Kualitas Layanan diukur melalui: (1) Pengetahuan untuk menjawab pertanyaan, (2) Keahlian Sopir dalam menggunakan aplikasi (3) Keandalan dalam penanganan masalah, (4) Kesediaan melayani keluhan, (5) Selalu siap merespon keluhan, (6) Pengetahuan akan navigasi, (7) Dapat dipercaya, (8) Rasa aman, (9) Memberikan perhatian lebih, (10) Mengutamakan kepentingan terbaik, (11) Kesopanan saat berbicara. (12) Penampilan sopir, (13) Fasilitas fisik di dalam mobil, (14) Keadaan di dalam mobil. Variabel Persepsi Harga diukur melalui: (1) Harga sesuai dengan kualitasnya, (2) Harga sesuai dengan manfaat yang diberikan, (3) Penetapan harga perusahaan lebih baik dibandingkan pesaing yang menggunakan argo, (4) Penetapan harga perusahaan lebih baik dibandingkan pesaing yang menggunakan fixed price. Variabel Kepuasan Pelanggan diukur melalui: (1) Kesetiaan pelanggan terhadap produk jasa, (2) Niat untuk berbagi pengalaman terhadap jasa, (3) Tidak terpengaruh terhadap produk jasa lain.

## TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, ada beberapa teknik yang dapat digunakan seperti

### 1. Evaluasi Model Pengukuran

#### a. Uji Validitas

Menurut Duwi Priyatno (2014:51), uji validitas adalah uji instrument data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu.

#### b. Uji Reliabilitas

Menurut Duwi Priyatno (2014:64), uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali.

### 2. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono dalam Priyatno (2014:30), analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal atau dengan kata lain sampel yang diambil berasal dari populasi yang sama. Menurut Sunyoto, uji normalitas akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal.

#### b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi di antara sesama data pengamatan, dimana terdapat suatu data yang dipengaruhi oleh data periode sebelumnya (data *time series* yang saling berhubungan). Jika terjadi korelasi maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.



**c. Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas adalah antarvariabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya.

**4. Analisis Korelasi**

Analisis Korelasi adalah hubungan antara dua variabel. Dalam perhitungan korelasi akan didapat koefisien korelasi yang menunjukkan keeratan hubungan antara dua variabel tersebut.

**5. Analisis Regresi Linier Berganda**

Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas.

**6. Uji Keberartian Model (Uji F)**

Uji statistik F menunjukkan apakah variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian layak digunakan.

**7. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)**

Uji t merupakan sebuah uji untuk menguji hipotesis rata-rata, uji t dapat dilakukan atas dua rata-rata satu sampel atau dua sampel pengamatan. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kualitas layanan dan persepsi harga) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) secara terpisah ataupun bersama-sama.

**8. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen atau tidak bebas. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

**HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Penelitian diuji dengan software SPSS 20.0, yang hasilnya peneliti gunakan untuk mengevaluasi kuesioner yang selanjutnya dilanjutkan kembali proses penyebarannya. Penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner secara online sebanyak 100 kuesioner, dimana responden yang tidak pernah menggunakan grabcar sebanyak 51 orang dan responden yang pernah menggunakan grabcar sebanyak 100 orang dengan rentang usia rata-rata 21-30 tahun dan responden merupakan pelajar/mahasiswa. Berikut adalah tabel hasil uji validitas dan reliabilitas:

**Tabel 1. Pengujian Validitas Varibel Kualitas Layanan**

No	Butir Pertanyaan	r Hitung	r Tabel (5%;30)	Keterangan
<b>Keandalan (Reliability)</b>				
1	Sopir mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.	0,409	0,361	VALID
2	Keahlian Sopir dalam menggunakan aplikasi Grab.	0,676	0,361	VALID





3.	Kehandalan Sopir dalam penanganan masalah layanan pada pelanggan.	0,668	0,361	VALID
<b>Daya Tanggap (Responsiveness)</b>				
4.	Kesediaan Sopir melayani keluhan pelanggan dengan tepat waktu.	0,679	0,361	VALID
5.	Kesiapan Sopir untuk merespons keluhan pelanggan.	0,648	0,361	VALID
<b>Jaminan (Assurance)</b>				
6.	Sopir paham akan rute perjalanan sesuai kebutuhan pelanggan	0,418	0,361	VALID
7.	Sopir dapat dipercaya	0,448	0,361	VALID
8.	Sopir membuat pelanggan merasa aman saat dalam transaksi mereka.	0,606	0,361	VALID
<b>Empati (Empathy)</b>				
9.	Sopir memberikan perhatian lebih kepada pelanggan.	0,582	0,361	VALID
10.	Sopir mengutamakan Kepentingan terbaik untuk pelanggan.	0,655	0,361	VALID
11.	Sopir sopan saat berbicara dengan pelanggan.	0,606	0,361	VALID
<b>Bukti Fisik (Tangible)</b>				
12.	Sopir berpakaian rapih saat melayani pelanggan.	0,463	0,361	VALID
13.	Mobil Grab dalam keadaan bagus.	0,529	0,361	VALID
14.	Keadaan di dalam mobil Grab bersih.	0,413	0,361	VALID

Sumber: Data SPSS, 2017

Setelah melakukan uji pra-kuesioner variabel kualitas pelayanan menggunakan SPSS, dapat dilihat bahwa semua butir-butir pertanyaan diatas r Hitung bernilai diatas 0,361 atau semua angka yang ada diatas bersifat VALID. Dikarenakan semua butir pertanyaan valid, maka penulis akan memakai semua pertanyaan untuk disebar ke-100 responden.

Tabel 2. Pengujian Validitas Variabel Persepsi Harga

No	Butir Pertanyaan	r Hitung	r Tabel (5%;30)	Keterangan
1.	Tarif Grab dapat diterima sesuai dengan kualitas yang diberikan.	0,444	0,361	VALID
2.	Tarif Grab masuk akal dengan manfaat yang diberikan.	0,787	0,361	VALID
3.	Penetapan harga Grab lebih baik dibandingkan dengan pesaing yang menggunakan argo (Ekspress, Taxiku)	0,614	0,361	VALID
4.	Penetapan harga Grab lebih baik dibandingkan dengan pesaing yang menggunakan harga tetap (Uber, Gocar)	0,657	0,361	VALID

Sumber: Data SPSS, 2017

Setelah melakukan uji pra-kuesioner variabel persepsi harga menggunakan SPSS, dapat dilihat bahwa semua butir-butir pertanyaan bersifat VALID, dikarenakan semua butir pertanyaan valid, maka penulis akan memakai semua pertanyaan untuk disebar ke-100 responden.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis 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.

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



**Tabel 3. Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan**

No	Butir Pertanyaan	r Hitung	r Tabel (5%;30)	Keterangan
1	Keinginan untuk memakai Grab kembali.	0,798	0,361	VALID
2	Anda akan merekomendasikan Grab kepada orang lain.	0,780	0,361	VALID
3	Grab menjadi pilihan utama Anda saat ingin berpergian	0,632	0,361	VALID

Sumber: Data SPSS, 2017

Setelah melakukan uji pra-kuesioner variabel kepuasan pelanggan menggunakan SPSS, dapat dilihat bahwa semua butir-butir pertanyaan valid, semua r Hitung dari ketiga butir pertanyaan diatas 0,361. Dikarenakan ketiga butir pertanyaan tersebut valid maka pertanyaan tersebut akan tetap dipakai dan akan disebar ke 100 responden.

**Tabel 4. Pengujian Reliabilitas**

No.	Variabel	Cronbach's Alpha
1.	Kualitas Laynan	0,884
2.	Persepsi Harga	0,791
3.	Kepuasan Pelanggan	0,843

Sumber: Data SPSS, 2017

Setelah menguji validitas, penulis menguji juga reliabilitas dan dapat dilihat dilihat hasil Uji Reliabilitas dimana *Cronbach Alpha* pada setiap variabel menunjukkan angka di atas 0,70.

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	.618
Asymp. Sig. (2-tailed)	.840

Sumber: Data SPSS, 2017

Hasil uji output (K-S) Z pada tabel diatas dapat diketahui bahwa (K-S) Z 0,618 > 0,5 dan sig 2 tailed 0,840 > 0,05. Jadi terbukti bahwa data residual berdistribusi normal.

**Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi**

Model	Durbin-Watson
1	1.935

Sumber: Data SPSS, 2017

Dapat dilihat pada kolom Durbin Watson menunjukkan angka sebesar 1,935. Pada tabel Durbin Watson diperoleh nilai  $du = 1,7152$  dan  $4-du = 2,2848$ . Maka nilai Durbin Watson berada pada daerah dimana  $1,7152 < 1,935 < 2,2848$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.



**Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Sig.	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)	.503		
KL	.008	.803	1.246
PH	.007	.803	1.246

Sumber: Data SPSS, 2017

Dapat dilihat dari tabel diatas nilai tolerance variabel Kualitas Layanan dan Persepsi Harga > 0,10 dan nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi multikolonieritas.

**Tabel 8. Hasil Uji Analisis Korelasi**

	KL	PH	KP
<b>KL</b> Pearson Correlation	1	.444	.395
Sig. (2-tailed)		.000	.000
N	100	100	100
<b>PH</b> Pearson Correlation	.444	1	.395
Sig. (2-tailed)	.000		.000
N	100	100	100
<b>KP</b> Pearson Correlation	.395	.395	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	
N	100	100	100

Sumber: Data SPSS, 2017

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa besar hubungan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,395 dan besar hubungan antara Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan juga sebesar 0,395 yang arti nya kedua variabel independen terhadap variabel dependen kurang masih jauh dibawah satu dan memiliki hubungan. Nilai Sig. dari Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa angka koefisien positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel searah, artinya jika variabel Kualitas Layanan meningkat, maka variabel Kepuasan Pelanggan juga meningkat dan apabila Persepsi Harga meningkat, maka variabel Kepuasan Pelanggan meningkat pula.

**Tabel 9. Hasil Uji Analisi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	b		
1 (Constant)	.441	.672	.503
KL	.517	2.723	.008
PH	.326	2.733	.007

Sumber: Data SPSS, 2017

Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk standardized dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut:  $Y = 0,441 + 0,517X_1 + 0,326X_2$

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.





**Tabel 10. Hasil Uji Keberartian Model (Uji F)**

	Model	F	Sig.
1	Regression	13.387	.000

Sumber: Data SPSS, 2017

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 13,387 > 3,09 (df1: 2; df2: 97);  $\alpha = 0,05$  dan dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama kualitas layanan dan persepsi harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Grab.

**Tabel 11. Hasil Uji Signifikan Koefisien (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	b		
1 (Constant)	.441	.672	.503
KL	.517	2.723	.008
PH	.326	2.733	.007

Sumber: Data SPSS, 2017

Variabel Kualitas Layanan dengan nilai t hitung 2,723 (sig 0,008 < 0,05) dan variabel Persepsi Harga dengan nilai t hitung 2,733 (sig 0,007 < 0,05) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan dan Persepsi Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Tabel 12. Hasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square
1	.465	.216

Sumber: Data SPSS, 2017

Pada tabel diatas nilai R square menunjukkan angka 0,216 yang berarti 21,6% variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Layanan dan Persepsi Harga dan sisanya 78,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk ke dalam persamaan regresi tersebut.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Grabcar, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelanggan setuju mengenai Kualitas Layanan yang diberikan oleh Grabcar.
2. Pelanggan setuju akan Persepsi Harga yang diberikan oleh Grabcar.
3. Pelanggan Grabcar puas akan Kualitas Layanan yang diberikan kepada pelanggan.
4. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grabcar.
5. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grabcar.

Merujuk kepada hasil penelitian dan pembahasan, berikut ini penulis ajukan beberapa saran sebagai berikut:

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.



1. Perhatian sopir menunjukkan skor rata-rata yang paling rendah, maka sebaiknya perusahaan men-*training* dulu semua sopir-sopir yang hendak bekerjasama dengan Grab, agar kedepannya dapat meningkatkan kualitas layanan dari perusahaan itu sendiri.
2. Dilihat dari tabel hasil Analisis Persepsi Harga, harga yang telah diterapkan oleh perusahaan Grab sudah terjangkau dibandingkan pesaing yang menggunakan argo seperti taksi konvensional (Ekspress, Taxiku) namun harga yang diterapkan dengan pesaing yang menggunakan harga tetap (Uber, Gocar) masih terbilang mahal. Ada baiknya jika Grab dapat memberikan promosi (seperti kode kupon) yang berkelanjutan untuk para pelanggannya, agar pelanggan tidak merasa harga terlalu mahal saat posisi *high fare*.
3. Perusahaan perlu mengkaji ulang kelemahan-kelemahan yang dimiliki agar Grab selalu menjadi pilihan utama para konsumen saat ingin berpergian.
4. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan untuk mencari tau variabel-variabel yang tidak diteliti yang berpengaruh terhadap kepuasan.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaanNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Kwik Kian Gie School of Business.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan skripsi ini kepada:

1. Ibu Lily Harjati, Ir., M.M sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing dan memberikan pengarahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini
2. Orang tua dan keluarga tercinta yang terus memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama penulis membuat skripsi ini.
3. Bella, Mendy, Toni, Raymond, Roby, Adrian, Venisa dan Yovita yang telah membantu dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seratus Delapan Puluh (180) responden yang telah membantu mengisi kuesioner untuk data penelitian.
5. 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.
6. Seluruh pihak-pihak yang telah berkontribusi, namun belum disebutkan satu per satu oleh penulis.

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 PUSTAKA

Adhi, 2016, *Tuai Kontroversi Begini Awal Mula Taksi Online di Indonesia*, Money.id, diakses 27 Februari 2017, <https://money.id/digital/tuai-kontroversi-begini-awal-mula-kisah-taksi-online-di-indonesia-160316g/grabcar-dan-uber.html>.

Agung, 2016, *Sekilas Tentang Grab*, Patogbesi, diakses 30 Maret 2017, <http://www.patogbesi.com/p/tentang-grab-grab-merupakan-aplikasi.html>.

Kurinawan, Dhika Amalia, 2016, *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Terhadap Niat Konsumen untuk Word of Mouth dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Survei pada BPJS di Kabupaten Ponorogo)*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen Science, Juni Vol. 2 No. 1, Hal 94-118.

Menyikapi Perkembangan Teknologi di Indonesia 2016, Eikon Technology, diakses 3 maret 2017, <http://blog.eikontechnology.com/menyikapi-perkembangan-teknologi-di-indonesia-saat-ini>.

Prayatno, Duwi (2015), *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, Edisi 1, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sangadji, Etta Mamang, Sopiah MM, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, Edisi 1, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sudaryono (2014), *Perilaku KONSUMEN Dalam Perspektif Pemasaran*, Edisi 1, Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.

Suratno, Aziz Fathoni, Andi Tri Haryono, 2016, *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang*, Journal of Management, Maret Vol. 2 No. 2, Hal 298-312.

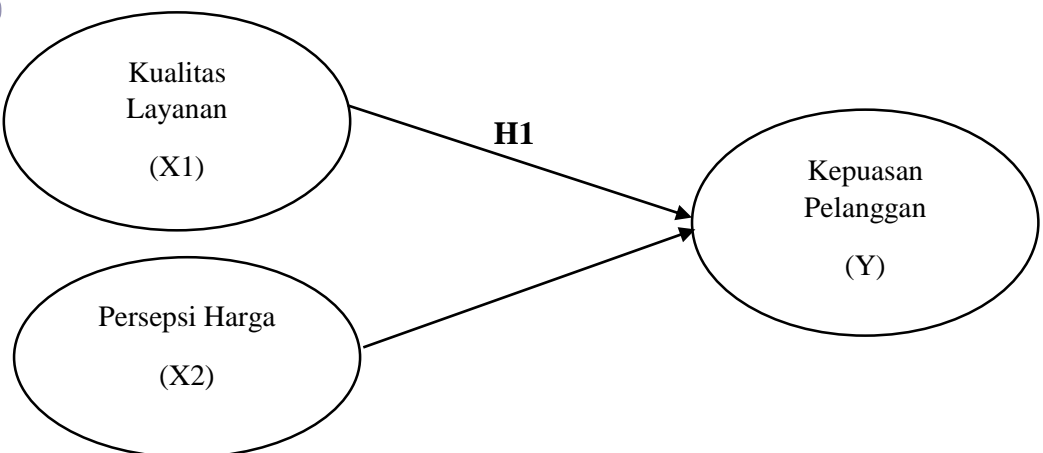
Tjiptono, Fandy, Anastasia Diana (2015), *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*, Edisi 1, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy., Gregorius Chandra (2016), *Service, Quality, dan Satisfaction*, Edisi 4, Yogyakarta: Penerbit Andi.

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.

**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 1. Pengujian Validitas Varibel Kualitas Layanan**

No	Butir Pertanyaan	r Hitung	r Tabel (5%;30)	Keterangan
<b>Keandalan (Reliability)</b>				
1	Sopir mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.	0,409	0,361	VALID
2	Keahlian Sopir dalam menggunakan aplikasi Grab.	0,676	0,361	VALID
3	Kehandalan Sopir dalam penanganan masalah layanan pada pelanggan.	0,668	0,361	VALID
<b>Daya Tanggap (Responsiveness)</b>				
4	Kesediaan Sopir melayani keluhan pelanggan dengan tepat waktu.	0,679	0,361	VALID
5	Kesiapan Sopir untuk merespons keluhan pelanggan.	0,648	0,361	VALID
<b>Jaminan (Assurance)</b>				
6	Sopir paham akan rute perjalanan sesuai kebutuhan pelanggan	0,418	0,361	VALID
7	Sopir dapat dipercaya	0,448	0,361	VALID
8	Sopir membuat pelanggan merasa aman saat dalam transaksi mereka.	0,606	0,361	VALID
<b>Empati (Empathy)</b>				
9	Sopir memberikan perhatian lebih kepada pelanggan.	0,582	0,361	VALID
10	Sopir mengutamakan Kepentingan terbaik untuk pelanggan.	0,655	0,361	VALID
11	Sopir sopan saat berbicara dengan pelanggan.	0,606	0,361	VALID
<b>Bukti Fisik (Tangible)</b>				
12	Sopir berpakaian rapih saat melayani pelanggan.	0,463	0,361	VALID
13	Mobil Grab dalam keadaan bagus.	0,529	0,361	VALID
14	Keadaan di dalam mobil Grab bersih.	0,413	0,361	VALID

Sumber: Data SPSS, 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





**Tabel 2. Pengujian Validitas Variabel Persepsi Harga**

No	Butir Pertanyaan	r Hitung	r Tabel (5%;30)	Keterangan
1	Tarif Grab dapat diterima sesuai dengan kualitas yang diberikan.	0,444	0,361	VALID
2	Tarif Grab masuk akal dengan manfaat yang diberikan.	0,787	0,361	VALID
3	Penetapan harga Grab lebih baik dibandingkan dengan pesaing yang menggunakan argo (Ekspress, Taxiku)	0,614	0,361	VALID
4	Penetapan harga Grab lebih baik dibandingkan dengan pesaing yang menggunakan harga tetap (Uber, Gocar)	0,657	0,361	VALID

Sumber: Data SPSS, 2017



Tabel 3. Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Butir Pertanyaan	r Hitung	r Tabel (5%;30)	Keterangan
1	Keinginan untuk memakai Grab kembali.	0,798	0,361	VALID
2	Anda akan merekomendasikan Grab kepada orang lain.	0,780	0,361	VALID
3	Grab menjadi pilihan utama Anda saat ingin berpergian	0,632	0,361	VALID

Sumber: Data SPSS, 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

**Tabel 4. Pengujian Reliabilitas**

No.	Variabel	Cronbach's Alpha
1.	Kualitas Laynan	0,884
2.	Persepsi Harga	0,791
3.	Kepuasan Pelanggan	0,843

**Sumber: Data SPSS, 2017**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>	
	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	.618
Asymp. Sig. (2-tailed)	.840

**Sumber: Data SPSS, 2017**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi**

Model	Durbin-Watson
1	1.935

**Sumber: Data SPSS, 2017**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.







**Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Sig.	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)	.503		
<b>KL</b>	.008	.803	1.246
<b>PH</b>	.007	.803	1.246

Sumber: Data SPSS, 2017

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 8. Hasil Uji Analisis Korelasi**

	<b>KL</b>	<b>PH</b>	<b>KP</b>
<b>KL Pearson Correlation</b>	1	.444	.395
<b>Sig. (2-tailed)</b>		.000	.000
<b>N</b>	100	100	100
<b>PH Pearson Correlation</b>	.444	1	.395
<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000		.000
<b>N</b>	100	100	100
<b>KP Pearson Correlation</b>	.395	.395	1
<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000	.000	
<b>N</b>	100	100	100

Sumber: Data SPSS, 2017

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 9. Hasil Uji Analisa Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	b		
1 (Constant)	.441	.672	.503
KL	.517	2.723	.008
PH	.326	2.733	.007

Sumber: Data SPSS, 2017

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 10. Hasil Uji Keberartian Model (Uji F)**

	<b>Model</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
1	Regression	13.387	.000

**Sumber: Data SPSS, 2017**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 11. Hasil Uji Signifikan Koefisien (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	b		
1 (Constant)	.441	.672	.503
KL	.517	2.723	.008
PH	.326	2.733	.007

Sumber: Data SPSS, 2017

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





**Tabel 12. Hasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square
1	.465	.216

Sumber: Data SPSS, 2017

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

