

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GO-JEK

DI JAKARTA UTARA

Oleh :

Nama : Ronny Riwanto

NIM : 21120119

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JANUARI 2016



Hak cipta milik IBI KKG (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.

PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GO-JEK DI JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh

Nama : Ronny Riwanto

NIM : 21120119

Jakarta, 15 Maret 2016

Disetujui Oleh :

Pembimbing,



(Rita Eka Setianingsih., S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2016



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

ABSTRAK

Ronny Riwanto /21120119 /2016 / Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen GO-JEK di Jakarta Utara/ Rika Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Kualitas Layanan merupakan faktor penting bagi perusahaan jasa untuk menilai seberapa baik kualitas perusahaan dimata konsumen. Faktor lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah Harga dan Promosi. Harga adalah sejumlah uang yang dikorbankan untuk mendapatkan suatu jasa / layanan yang dianggap sesuai dengan nilai jasa tersebut, sedangkan Promosi adalah cara perusahaan untuk mengkomunikasikan layanannya kepada konsumen dan membujuk calon konsumennya untuk menggunakan perusahaan. Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang / kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja layanan terhadap kinerja yang diharapkan.

Dalam penelitian ini tolak ukur untuk menilai Kepuasan Konsumen ada 3 variabel, yaitu Kualitas Layanan (*Service Quality*), Harga (*Price*), dan Promosi (*Promotion*). Dalam perusahaan jasa, analisis kinerja dapat dilakukan dengan mengukur seberapa baik kualitas layanan perusahaan ini menurut pandangan konsumen yang sudah pernah menggunakan, kesesuaian harga layanan dibandingkan dengan harapan konsumen serta tanggapan konsumen mengenai seberapa efektif promosi yang dilakukan perusahaan untuk menarik minat mereka menggunakan layanan GO-JEK.

Penelitian ini menjelaskan analisis pengaruh kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen GO-JEK di Jakarta Utara menggunakan metode/rancangan penelitian Deskriptif Kuantitatif. Memilih Deskriptif karena merupakan dasar bagi semua penelitian dan menggunakan Kuantitatif agar penelitian ini dapat dihitung dan analisis secara statistik. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dengan cara metode kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik *non probability sampling* atau yang disebut juga dengan penarikan sampel secara tidak acak. Dalam penggunaan *non probability sampling* pengetahuan serta kepercayaan daripada subyek penelitian berdasarkan pengalaman subyek tersebut secara langsung.

Penelitian ini merupakan *state of the art* karena belum ada yang melakukan penelitian dengan menggunakan variabel serta objek ini. Penelitian ini membuktikan bahwa semua data yang dikumpulkan sudah lolos uji. Variabel harga ditemukan berpengaruh positif signifikan, sedangkan variabel kualitas layanan dan promosi ditemukan tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian ini menemukan bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Promosi juga merupakan variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Satu-satunya variabel yang berpengaruh signifikan adalah variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Menemukan hal ini berarti konsumen GO-JEK merupakan konsumen yang sensitif terhadap harga. sehingga GO-JEK harus lebih berhati-hati dalam kenaikan harga layanan.

ABSTRACT

Romny Riwanto / 21120119/2016 / Analysis The Influence of Service Quality, Price, and Promotion of the GO-JEK Consumer Satisfaction in North Jakarta / Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Service Quality is an important factor for the company's services to assess how well the quality of the company in the eyes of consumers. Other variable used in this research is Price and Promotion. Price is the amount of money that is sacrificed to get a service / services are considered in accordance with the value of these services, while the promotion is a way to communicate the company's services to consumers and persuade potential customers to use the services of the company. Consumer satisfaction is feeling happy / upset that emerged after comparing the performance of the services against the expected performance.

In this study, a benchmark for assessing consumer satisfaction there are three variables, namely the Service Quality, Price, and Promotion. In the company's services, performance analysis can be done by measuring how good the service quality of this company in the eyes of consumers who have been using, the suitability of the price of the service compared with the expectations of consumers and consumer feedback on how effective the promotion of the company to attract them to use the service of GO-JEK ,

This research describes the analysis of the influence of service quality, price, and promotion of consumer satisfaction of GO-JEK in North Jakarta. This research used descriptive quantitative research design. Descriptive choose because it is the basis for all research and use quantitative research that can be calculated and analyzed statistik. Metode data collection using primary data by means of a questionnaire method. The sampling technique used in this study is a non-probability sampling technique is also known by the sampling is not random. In the use of non-probability sampling knowledge and confidence than the study subjects based on the experience of the subject directly.

This study is a state of the art because no one has done research using variables and this object. This study proves that all the data collected has passed the test. Variable of price found significant positive effect, while the variable service quality and promotion found no significant effect.

The study found that quality of service is not a significant effect on customer satisfaction, promotion is also a variable that no significant effect on customer satisfaction. The only variables that have a significant effect on the price variable is Customer Satisfaction. Discover this means GO-JEK consumers are price sensitive consumers. so GO-JEK should be more careful in the service price increases.

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



Kata Pengantar

©

Ruji syukur dan terima kasih penulis panjatkan ke Tuhan Yesus karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat meyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen GO-JEK di Jakarta Utara”.

Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada program Strata 1, jurusan Managemen Pemasaran Kwik Kian Gie School of Business (IBII)

Selama melakukan penulisan dan penyusunan skripsi, penulis mendapat banyak bantuan dan dorongan dari banyak pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, saran, dan nasehat yang bermanfaat bagi penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Segenap dosen Kwik Kian Gie School of Business yang telah memberikan pengajaran dan perkuliahan yang sangat bermanfat bagi penulis selama mengikuti perkuliahan di Kwik Kian Gie School of Business.
3. Kedua orang tua dan kepada saudara kandung yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta dukungan baik moral dan materil yang sangat membantu penulis.
4. Serta kepada seluruh teman - teman yang selalu membantu memberikan motivasi, serta informasi dan nasehat yang berguna bagi penulis : Lina Chandrawati, Sally Wong, Valenciana Utari, Andri Wirgono, Hanna Priscilla Wowor dan kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini pun tidak luput dari kesalahan, sehingga kritik saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya.

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

Jakarta, Januari 2016

Penulis,

Ronny Riwanto



	DAFTAR ISI
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH	10
C. BATASAN PENELITIAN	10
D. RUMUSAN MASALAH	10
E. TUJUAN PENELITIAN	11
F. MANFAAT PENELITIAN	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	13
A. TELAAH PUSTAKA.....	13
1. JASA	13
a) Definisi	13
b) Karakteristik Jasa	13
c) Bauran Jasa.....	14
d) Strategi Pemasaran Jasa.....	15
2. HARGA.....	16
a) Definisi	16
b) Dimensi	17
c) Sintesis Dimensi Harga	18
3. KUALITAS LAYANAN	19
a) Definisi	19
b) Dimensi	19
c) Sintesis Dimensi Kualitas Layanan	20
4. PROMOSI	23
a) Definisi	23
b) Dimensi Promosi	23
c) Strategi Bauran Promosi.....	27
d) Sintesis Dimensi Promosi.....	28
5. KEPUASAN KONSUMEN	28
a) Definisi	28

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

b)	Dimensi Kepuasan Konsumen	30
c)	Sintesis Dimensi Kepuasan Konsumen.....	31
C.	KERANGKA PEMIKIRAN	32
C.	HIPOTESIS	32
BAB III.	METODOLOGI PENELITIAN	33
A.	OBYEK PENELITIAN	33
B.	DESAIN PENELITIAN	33
C.	VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL	35
D.	TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	42
E.	TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL	46
F.	TEKNIK ANALISIS DATA.....	47
1.	UJI VALIDITAS	47
2.	UJI RELIABILITAS	48
3.	ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA.....	49
4.	UJI ASUMSI KLASIK.....	50
a)	Uji Normalitas Residual	50
b)	Uji Heteroskedastisitas	50
c)	Uji Autokorelasi.....	51
d)	Uji Multikolinearitas.....	52
5.	UJI KEBERARTIAN MODEL	52
6.	UJI SIGNIFIKAN KOEFISIEN	53
BAB IV.	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	54
A.	GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	54
B.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	56
1.	UJI VALIDITAS	57
a.	Uji Validitas Kualitas Layanan	57
b.	Uji Validitas Harga.....	58
c.	Uji Validitas Promosi	59
d.	Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	60
2.	UJI RELIABILITAS	61
3.	ANALISIS PROFIL RESPONDEN.....	62
a.	Jenis Kelamin Responden.....	62
b.	Usia Responden	63
c.	Status Pekerjaan.....	63
4.	RATA-RATA(MEAN).....	64
a.	Kualitas Layanan	64
b.	Harga	65
c.	Promosi	67
d.	Kepuasan Konsumen	68
5.	ANALISIS LINIER BERGANDA.....	70
6.	UJI ASUMSI KLASIK.....	71

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 waair IBIKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

(C) Hak Cipta milik BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang

- 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 BIKKG.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.

a. Uji Normalitas	71
b. Uji Multikolinearitas	72
c. Uji Heteroskedastisitas	72
d. Uji Autokorelasi	74
7. ANALISIS PENGARUH ANTAR VARIABEL PENELITIAN	75
a. Uji Keberartian Model (Uji F).....	75
b. Uji Signifikansi Model (Uji T)	76
C. HASIL PENELITIAN	76
D. PEMBAHASAN.....	78
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	82
A. SIMPULAN.....	82
B. SARAN.....	84
DFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 Data Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan	39
TABEL 3.2 Data Operasionalisasi Variabel Harga.....	41
TABEL 3.3 Data Operasionalisasi Variabel Promosi	42
TABEL 3.4 Data Operasionalisasi Variabel Kepuasan Konsumen	42
TABEL 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	60
TABEL 4.2 Hasil Uji Validitas Harga	61
TABEL 4.3 Hasil Uji Validitas Promosi	62
TABEL 4.4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	63
TABEL 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
TABEL 4.6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
TABEL 4.7 Profil Responden Berdasarkan Usia	68
TABEL 4.8 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	69
TABEL 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan.....	71
TABEL 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Harga	72
TABEL 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Promosi	73
TABEL 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen.....	74
TABEL 4.13 Hasil Output Uji Normalitas	75
TABEL 4.14 Hasil Output Uji Multikolinearitas	76
TABEL 4.15 Hasil Output Uji Heteroskedastisitas.....	78
TABEL 4.16 Hasil Output Uji Autokorelasi	79
TABEL 4.17 Hasil Output Uji Keberartian Model (Uji F)	80
TABEL 4.18 Hasil Output Uji Signifikansi Model (Uji T).....	81

Dilarang menyalin atau menyebarkan 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 IBIKKG.

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

GAMBAR 1.1 Data Jumlah Pengangguran di DKI Jakarta	2
GAMBAR 2.1 Dimensi Kualitas Layanan.....	22
GAMBAR 3.1 Kerangka Pemikiran.....	33
GAMBAR 4.1 Logo GO-JEK sejak 2010-sekarang	58
GAMBAR 4.2 Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan	66
GAMBAR 4.3 Skor Rata-Rata Variabel Harga.....	67
GAMBAR 4.4 Skor Rata-Rata Variabel Promosi	69
GAMBAR 4.5 Skor Rata-Rata Variabel Kepuasan Konsumen	70