

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN DALAM
MENGUNAKAN OJEK *ONLINE* PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Prasyarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

ANDREW EFFENDY WIDJAJA

14116018

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2018


LEMB PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Andrew Effendy Widjaja
NPM : 14116018
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan dalam menggunakan Ojek *Online* pada mahasiswa Universitas Katolik Danna Cendika di Surabaya

Pembimbing,
Tanggal 2018


{Lilik Indrawati, S.E.,M.M.}

Mengetahui : Ketua Program
Studi : Tanggal
2018

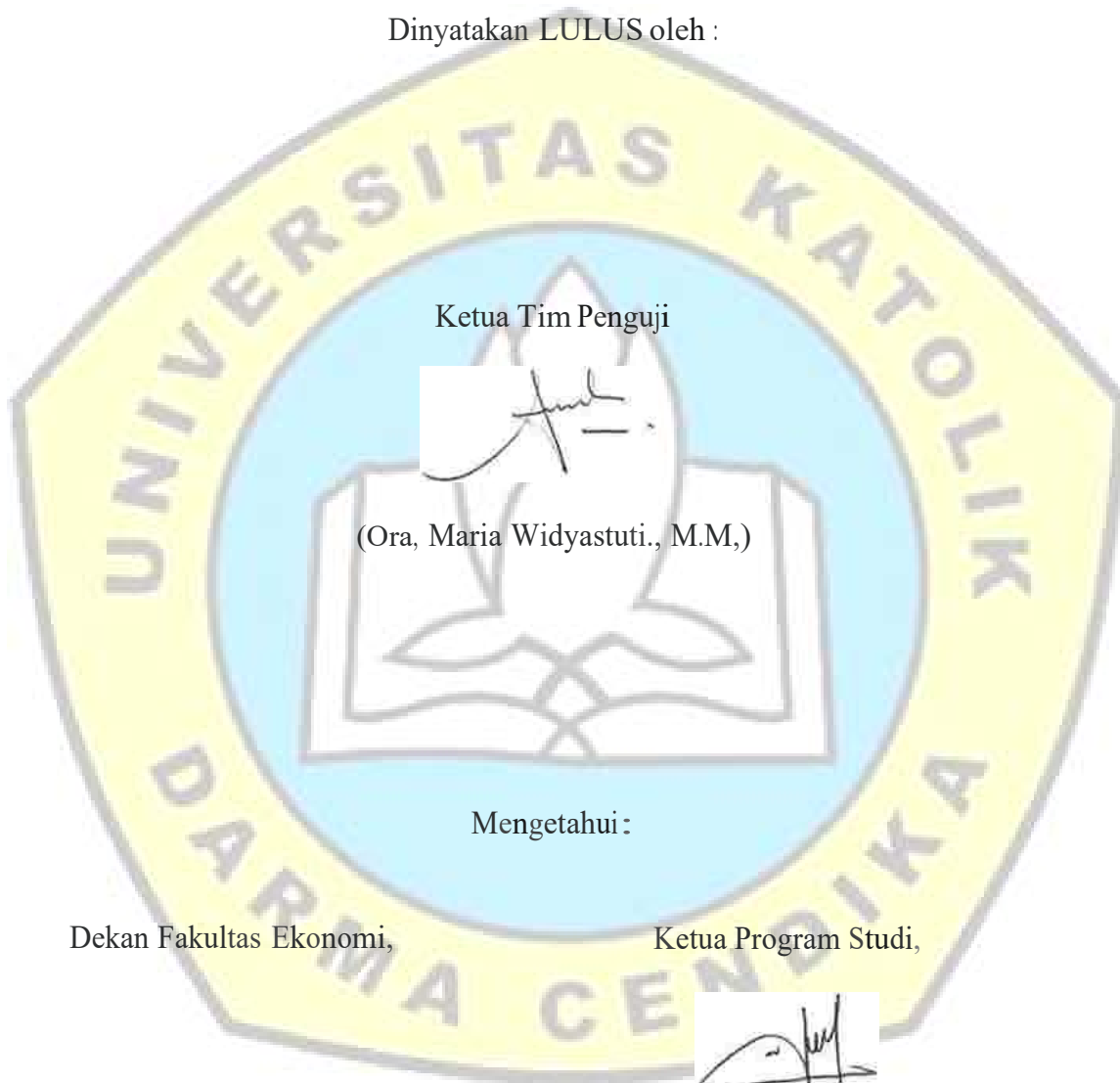

(Lilik Indrawati, S.E.,M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Andrew Effendy Widjaja dengan NPM 14116018

Telah diuji pada tanggal 30 Apr, L 2018

Dinyatakan LULUS oleh :



Ketua Tim Penguji

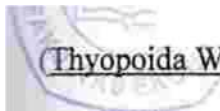
(Ora, Maria Widyastuti., M.M.)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Program Studi,

(Lilik Indrawati,S.E.,M.M.)



(Thyopoida W.S.P.,S.E.,M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul skripsi : Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan dalam menggunakan Ojek *Online* pada mahasiswa Universitas Katolik Danna Cendika di Surabaya

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan
Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Danna Cendika
Program Studi Manajemen Pemasaran

Pada Hari Senin tanggal 30 April 2018

Disusun oleh:

Nama : Andrew Effendy Widjaja

NPM : 14116018

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji :

Nama

1. Dra. Maria Widyastuti., M.M. (Ketua)

2. Thyopoida W.S.P.,S.E.,M.M. (Anggota) :

3. Lilik Indrawati,S.E.,M.M. (Anggota) :

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Andrew Effendy Widjaja
Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Pemasaran
Alamat Asli : Nginden Intan Timur 7 E4-15 Surabaya
No Identitas : 3578090211950001

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul : "Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan dalam menggunakan Ojek *Online* pada mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika di Surabaya".

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, *working paper* atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya, 30 April, 2018

Yang membuat pernyataan,





Andrew Effendy Widiaia



KATA PENGANTAR

Segala Puji kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN DALAM MENGGUNAKAN OJEK *ONLINE* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA DI SURABAYA”**. Skripsi ini merupakan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana ekonomi (S.E) program strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Thyphoida W.S.P., S.E., M.M. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan selaku Dosen Penguji II (dua) yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap skripsi ini.
2. Ibu Lilik Indrawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Dosen Wali, sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan perwalian setiap semester, pengarahan, bimbingan, saran, serta dorongan yang sangat berarti kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Maria Widyastuti, M.M. selaku ketua LPPM sekaligus Dosen Penguji I (satu) yang juga banyak membantu memberi masukan di dalam perbaikan skripsi ini.
4. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah mengajar, mendidik dan membantu selama menempuh perkuliahan.
5. Orang tua tercinta yang telah sangat banyak memberikan doa dan dukungannya kepada penulis baik secara materi dan non materi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan penulis.

6. Kakak tingkat Alfredo, Agus, Marc dan semua anggota grup S.T.M yang telah banyak membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini agar tepat waktu.
7. Dudun, Wiky dan Yosafat selaku sahabat dari penulis yang tak henti memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
8. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesionernya.
9. Kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis hanya dapat berdoa semoga Tuhan Yang Maha Kuasa membalas segala kebaikan dan memberi kemurahan bagi berbagai pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 19 April 2018

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Secara Teoritis	5
1.4.2 Secara Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Harga	7
2.1.1.1 Pengertian Harga	7
2.1.1.2 Dimensi Harga	8
2.1.1.3 Penetapan Harga	8
2.1.1.4 Tujuan Penetapan Harga	8
2.1.1.5 Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga	10
2.1.1.6 Cara Memberikan Harga yang Menarik	11
2.1.1.7 Teknik Penentuan Harga Baru	11

2.1.2 Promosi	12
2.1.2.1 Pengertian Promosi	12
2.1.2.2 Tujuan Promosi	12
2.1.2.3 Faktor-Faktor yang harus diperhatikan dalam Promosi	13
2.1.2.4 Variabel-Variabel dalam Promosi	13
2.1.2.5 Media Promosi	14
2.1.2.6 Indikator Promosi Penjualan	14
2.1.3 Kualitas Pelayanan	14
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2.1.3.2 Hal yang perlu diperhatikan dalam Kualitas Pelayanan	15
2.1.3.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	15
2.1.4 Keputusan Pembelian	16
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.1.4.2 Tahap-Tahap Proses Pembelian	17
2.1.4.3 Peranan Konsumen dalam Keputusan Pembelian	19
2.1.4.4 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.1.5 Pengaruh Antar Variabel	19
2.1.5.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	19
2.1.5.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	19
2.1.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	20
2.2 Peneliti Terdahulu	20
2.2.1 Peneliti Terdahulu 1	20
2.2.2 Peneliti Terdahulu 2	22
2.3 Rerangka Pemikiran	24
2.4 Kerangka Konseptual	25
2.5 Hipotesis Penelitian	25

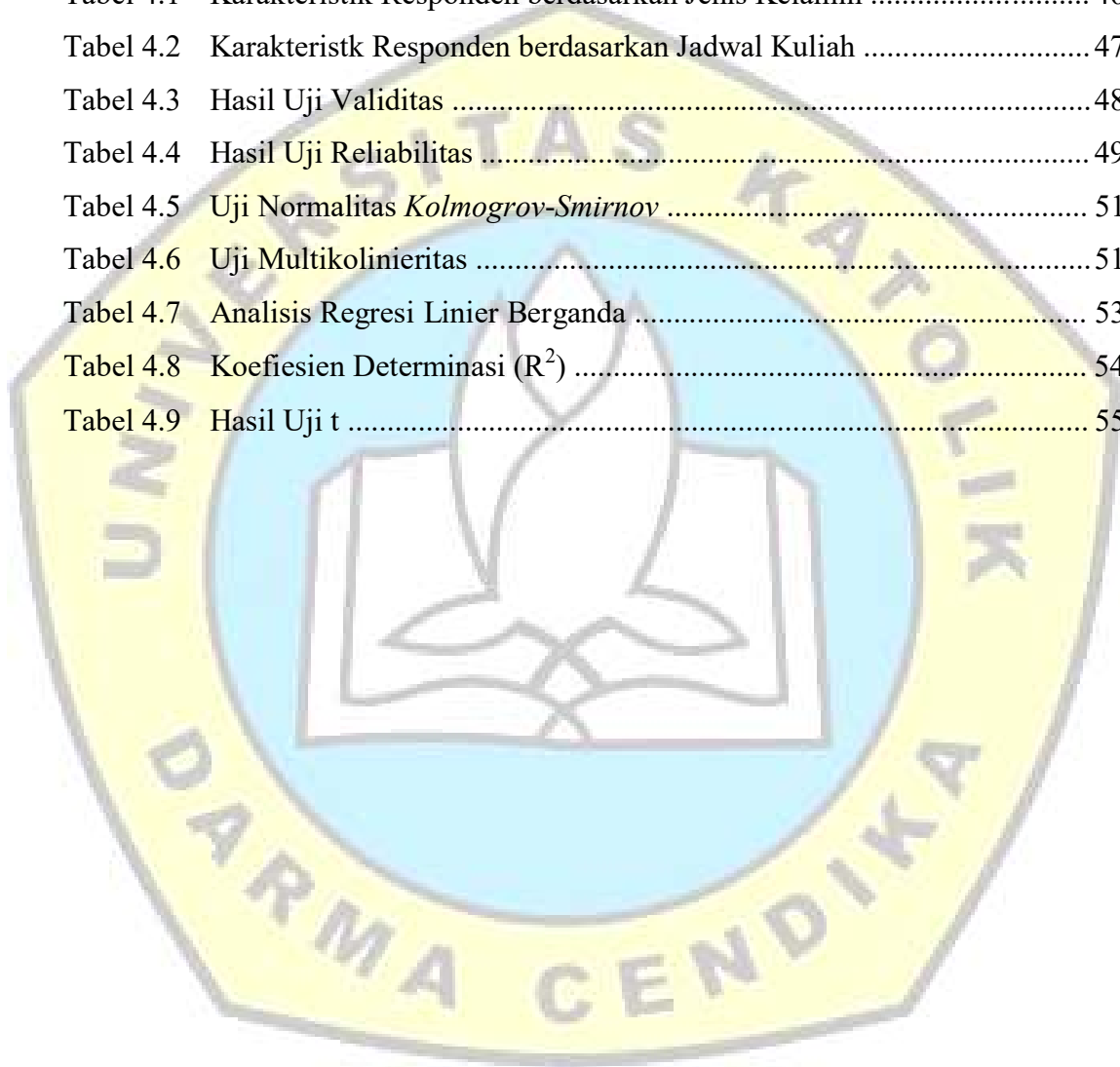
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Objek Penelitian	26
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	26
3.2.1 Pendekatan Penelitian	26
3.2.2 Sumber Data	27
3.3 Variabel Penelitian	27
3.4 Definisi Operasional Variabel	29
3.4.1 Definisi Operasional Harga	29
3.4.2 Definisi Operasional Promosi	29
3.4.3 Definisi Operasional Kualitas Pelayanan	29
3.4.4 Definisi Operasional Keputusan Pembelian	30
3.5 Populasi dan Sampel	30
3.5.1 Populasi	31
3.5.2 Sampel	31
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Uji Validitas	33
3.6.2 Uji Reliabilitas	34
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.3.1 Uji Normalitas	34
3.6.3.2 Uji Multikolonieritas	35
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2)	38
3.6.6 Uji Hipotesis	39
3.6.6.1 Uji t	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1 Sejarah Ojek <i>Online</i>	41

4.1.1.1	Sejarah dan Profil Go-Jek	43
4.1.1.2	Sejarah dan Profil Uber	44
4.1.1.3	Sejarah dan Profil Grab	45
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	46
4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jadwal Kuliah	47
4.3	Pembahasan dan Analisa Data	48
4.3.1	Uji Validitas	48
4.3.2	Uji Reliabilitas	49
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	50
4.3.3.1	Uji Normalitas	50
4.3.3.2	Uji Multikolinieritas	51
4.3.3.3	Uji Heteroskedastitas	52
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda	53
4.3.5	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	54
4.3.6	Uji Hipotesis	55
4.3.6.1	Uji t	55
BAB V	PENUTUP	59
5.1	Simpulan	59
5.2	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		62
LEMBAR KUESIONER		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Proyeksi Pertambahan Penduduk	1
Tabel 3.1.	Pedoman untuk memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jadwal Kuliah	47
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.5	Uji Normalitas <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	51
Tabel 4.6	Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4.7	Analisis Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.8	Koefisien Determinasi (R^2)	54
Tabel 4.9	Hasil Uji t	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Model Lima Tahap Proses Membeli	17
Gambar 2.2.	Rerangka Pemikiran	24
Gambar 2.3.	Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1	Grafik Uji Normalitas	50
Gambar 4.2	Hasil Pengujian Heteroskedastitas Secara Grafik Kurva <i>ScatterPlot</i>	52
Gambar 4.3	Kurva Uji t Variabel X_1 terhadap Y	55
Gambar 4.4	Kurva Uji t Variabel X_2 terhadap Y	56
Gambar 4.5	Kurva Uji t Variabel X_3 terhadap Y	58



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Harga (X_1)
- Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi (X_2)
- Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X_3)
- Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedastitas
- Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Uji t
- Lampiran 9. Tabel Distribusi r (df = 41-80)
- Lampiran 10. Tabel Distribusi t (df = 41-80)



ABSTRAK

Majunya teknologi dan jalanan yang semakin macet membuat para pengusaha yang pintar di bidang teknologi membuka usaha. Salah satu usaha yang dibuka adalah usaha transportasi *online*. Di Indonesia khususnya di Surabaya, transportasi yang paling banyak diminati adalah ojek *online*. Salah satu keinginan pengusaha adalah agar usahanya dapat mendapatkan banyak konsumen, tentu hal itu tidak lepas dari keputusan pembelian yang ada pada konsumen. Pengusaha transportasi *online* harus mengetahui apa yang mendasari dalam keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan dalam menggunakan ojek *online* pada mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika di Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 75 orang mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika, kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), serta pengujian hipotesis melalui uji t. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik diolah menggunakan SPSS ver.16, sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 9,324 + 0,074 X_1 + 0,157 X_2 + 0,061 X_3$$

Dimana variabel Keputusan Pembelian (Y), variabel Harga (X_1), variabel Promosi (X_2), dan variabel Kualitas Pelayanan (X_3). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu Harga (X_1) dengan t_{hitung} 0,738, Promosi (X_2) dengan t_{hitung} 1,848 dan Kualitas Pelayanan (X_3) dengan t_{hitung} 0,945 tidak berpengaruh terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) dikarenakan $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,994). Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,121 menunjukkan bahwa 12,1 persen variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi, serta memiliki tingkat hubungan yang sangat rendah, sedangkan sisanya 87,9 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

LAMPIRAN 17

The advent of technology and increasingly stalled roads make the smart entrepreneurs in the field of transportation (of bus, train, etc.) One of the businesses opened is an online transport business. In Indonesia, especially in Surabaya, the most popular transportation is taxibike online. One of the entrepreneurs desire is that his business can get a lot of consumers, of course it can not be separated from purchasing decisions that exist in the consumer. The online transport entrepreneur must know what is underlying in the consumer purchase decision. This study aims to analyze how much influence Price, Promotion and Quality of Service to Decision in using Taxibike Online at students Catholic University Darma Cendika in Surabaya. Sampling method used is Purposive Sampling. The sample in this research is 75 students of Catholic University Darma Cendika, then analyzed the data obtained by using quantitative data analysis covering validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2), and hypothesis testing through t test. Data that has met the validity test, reliability test and classical assumption test is processed using SPSS ver.16, so as to produce regression equation as follows :

$$Y = 9,324 + 0,074 X_1 + 0,157 X_2 + 0,061 X_3$$

Where is Purchase Decision variable (Y), Price variable (X_1), Promotion variable (X_2) and Service Quality variable (X_3). Hypothesis testing using t test shows that the three independent variables namely Price (X_1) with t_{count} 0,738, Promotion (X_2) with t_{count} 1,848 and Service Quality (X_3) with t_{count} 0,945 not influence to dependent variable of Purchase Decision (Y) because $t_{count} < t_{table}$ (1,994). The Adjusted R Square number of 0.121 indicates that 12,1 percent of the Purchase Decision variable can be explained by the three independent variables in the regression equation, and have a very low level of relationship, while the remaining 87,9 percent is explained by other variables beyond the three variables used in this study.

Keywords: Price, Promotion, Service Quality and Purchase Decision.