

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN HARGA, PROMOSI,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
JASA *GO-RIDE* GOJEK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
KATOLIK DARMA CENDIKA**



Oleh:

GREGORIUS AGUNG DWI HATMOKO
201100045

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
JASA GO-RIDE GOJEK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
KATOLIK DARMA CENDIKA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Prasyarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

GREGORIUS AGUNG DWI HATMOKO

NPM : 201100045

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024**

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA GO-RIDE GOJEK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

Oleh

Gregorius Agung D. H
201100045

Dipertahankan di depan Penguji

Pada tanggal...26...2...2024

Ketua Tim Penguji



(Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



(Dr. Lilik Indrawati, M.M.)



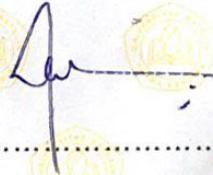
(Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Gregorius Agung Dwi Hatmoko
NPM : 201100045
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Go-Ride Gojek Pada Mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika

Pembimbing

Tanggal: 2 Feb 2024



Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.

Mengetahui

Ketua Program Studi

Tanggal: 2-2-2024



Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
JASA GO-RIDE GOJEK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
KATOLIK DARMA CENDIKA**

Oleh

Gregorius Agung Dwi Hatmoko
201100045

Telah Diuji dan Dipertahankan Dihadapan
Tim Penguji Skripsi

Pada tanggal...26-2-2024.

Ketua : Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.

Anggota : 1. Bernardus Aris Ferdinan, S.S., M.M.

2. Dr. V. Ratna Inggawati, S.E., M.M.



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Gregorius Agung Dwi Hatmoko
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen Pemasaran
Alamat asli : Dsn Ngemplak Ds Kesiman Tengah Kec Pacet,
Mojokerto
No. Identitas (KTP) : 3516033108020001

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap
Kepuasan Pengguna Jasa *Go-Ride* Gojek Pada Mahasiswa Universitas
Katolik Darma Cendika

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
tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 1 Februari 2024

Hormat saya,



Gregorius Agung D. H.

KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan berkatnya sehingga saya mampu menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Go-Ride Gojek Pada Mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika”**. Skripsi ini merupakan hal dalam pemenuhan salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen (S.M) program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika. Selama masa penelitian, penyusunan dan pembuatan laporan penelitian dalam skripsi, penulis mengalami kendala dan tak luput dari kesalahan. Proses penyelesaian kendala tersebut mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Lilik Indrawati, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika
2. Ibu Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika dan dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membantu dalam skripsi saya
3. Ibu Dr. V. Ratna Inggawati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat membantu dalam skripsi saya
4. Bapak Bernardus Aris Ferdinan, S.S., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat membantu dalam skripsi saya
5. Keluarga saya yang selalu memberikan dukungan saat proses pengerjaan skripsi saya
6. Teman-teman saya yang senantiasa membantu dan memberikan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi saya

Surabaya, 1 Februari 2024



Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
ABSTRAK	vi
BAB I PENDAHULUAN	ii
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Kualitas Pelayanan	10
2.1.2 Harga	12
2.1.3 Promosi	15
2.1.4 Citra Merek	17
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	18
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	19
2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	19
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	19
2.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	20
2.2.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	20
2.3 Penelitian Terdahulu	20
2.3.1 Kurniawan dan Hildayanti (2019).....	20
2.3.2 Gery (2018)	21
2.3.3 Silitonga (2021).....	22
2.3.4 Wardani (2021)	23
2.4 Rerangka Pemikiran.....	24
2.5 Kerangka Konseptual	25
2.6 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26





3.1 Obyek Penelitian DAFTAR ISI	26
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	26
3.3 Variabel Penelitian	27
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.5 Populasi dan Sampel	30
3.5.1 Populasi	30
3.5.2 Sampel.....	30
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	31
3.6.1 Metode Pengumpulan Data	31
3.6.2 Teknik Analisa Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	41
4.2.1. Karakteristik Responden	41
4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	43
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden	43
4.4 Analisis Kualitas Data.....	48
4.4.1 Uji Validitas	48
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.5. Uji Asumsi Klasik	50
4.5.1 Uji Normalitas	50
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	51
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	52
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
4.7 Uji Koefisien Determinasi.....	54
4.8 Uji t	55
BAB V PENUTUP	60
5.1 Simpulan	60
5.2 Saran	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini	21
Tabel 2.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini	22
Tabel 2.3 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini	23
Tabel 2.4 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini	24
Tabel 3.1 Data Mahasiswa Aktif Periode 2023.1	32
Tabel 3.2 Skala Likert	34
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Determinasi (R^2).....	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.2 Frekuensi Pembelian	42
Tabel 4.3 Program Studi Responden.	42
Tabel 4.4 Interval Kelas Responden.....	43
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel X1.....	43
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel X2.....	45
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel X3.....	46
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel X4.....	47
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Y.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	54
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi	55
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Aplikasi Ojek Online Terbanyak.....	3
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	25
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4.1 Logo Gojek.....	40
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Gambar 4.3 Kurva Uji t (X1).....	56
Gambar 4.4 Kurva Uji t (X2).....	57
Gambar 4.5 Kurva Uji t (X3).....	58
Gambar 4.6 Kurva Uji t (X4).....	59



ABSTRAK

Seiring berkembangnya teknologi, maka bisnis transportasi juga mengalami perkembangan dimana dapat melakukan pemesanan transportasi secara *online*. Salah satu transportasi online yang ada adalah Gojek. Gojek merupakan bisnis transportasi online yang memiliki pengguna paling banyak saat ini. Oleh karena itu, Gojek harus mempertahankan kepuasan pelanggannya dengan memperhatikan beberapa faktor seperti kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pengguna.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian mahasiswa aktif fakultas ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika tahun akademik 2023.1 (gasal). Sampel dalam penelitian ini 100 responden yang pernah menggunakan pengguna jasa *go-ride* Gojek. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar melalui *google form*. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 26.0.

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat dikatakan semua item pernyataan valid dan semua variabel dinyatakan reliabel. Uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas semua sudah terpenuhi. Persamaan garis linear berganda $Y = 1.287 + 0,184 X_1 + 0,145 X_2 + 0,135 X_3 + 0,167 X_4$. Nilai adjusted R square sebesar 78,7% artinya kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek berkontribusi kuat terhadap kepuasan pengguna. Penelitian ini menyatakan variabel Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dengan nilai t hitung sebesar $3.111 > t$ tabel 1.98 dan nilai sig $0.002 < 0.050$. Variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dengan nilai t hitung sebesar $2.292 > t$ tabel 1.98 dan nilai sig $0.024 < 0.050$. Variabel Promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dengan nilai t hitung sebesar $2.058 > t$ tabel 1.98 dan nilai sig $0.042 < 0.050$. variabel Citra merek (X4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dengan nilai t hitung sebesar $2.0.50 > t$ tabel 1.98 dan nilai sig $0.043 < 0.050$.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

As technology develops, the transportation business also experiences developments where you can order transportation online. One of the existing online transportation is Gojek. Gojek is an online transportation business that has the most users currently. Therefore, Gojek must maintain customer satisfaction by paying attention to several factors such as service quality, price, promotion and brand image. The aim of the research is to determine the influence of service quality, price, promotion and brand image on user satisfaction.

This research is quantitative research. Research population of active students at the economics faculty of Darma Cendika Catholic University for the 2023.1 academic year (odd). The sample in this study was 100 respondents who had used the Gojek go-ride service. The data collection technique uses a questionnaire distributed via Google Form. Data processing uses the SPSS version 26.0 application.

Based on the results of data processing, it can be said that all statement items are valid and all variables are declared reliable. The normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test have all been fulfilled. Multiple linear line equation $Y = 1.287 + 0.184 X1 + 0.145 X2 + 0.135 X3 + 0.167 X4$. The adjusted R square value is 78.7%, meaning that service quality, price, promotion and brand image contribute strongly to user satisfaction. This research states that the variable Service Quality (X1) has a significant effect on satisfaction with a calculated t value of 3.111 > t table 1.98 and a sig value of 0.002 < 0.050. The price variable (X2) has a significant effect on satisfaction with a calculated t value of 2.292 > t table 1.98 and a sig value of 0.024 < 0.050. The Promotion Variable (X3) has a significant effect on satisfaction with a calculated t value of 2.058 > t table 1.98 and a sig value of 0.042 < 0.050. The brand image variable (X4) has a significant effect on satisfaction with a calculated t value of 2.050 > t table 1.98 and a sig value of 0.043 < 0.050.

Keywords: Service Quality, Price, Promotion, Brand Image, Customer Satisfaction

