

**PENGARUH HARGA, PROMOSI PENJUALAN, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE GRAB* DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Sebagi Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

**INGGID FARAHDITA PUTRI HANDOKO**

**15116005**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA  
2020**



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Inggid Farahdita Putri Handoko  
NPM : 15116005  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi *Online* Grab di Surabaya

**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI  
PERSYARATAN PENYUSUNAN SKRIPSI  
JURUSAN MANAJEMEN**

Pembimbing,  
04 Agustus 2020

Dr. Maria Widvastuti, M.M.

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
04 Agustus 2020

Lilik Indrawati, S.E., M.M.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**PENGARUH HARGA, PROMOSI PENJUALAN, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE* GRAB DI SURABAYA**

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan  
Tim Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika  
Program Studi Manajemen

Pada hari Kamis, Tanggal 06, Bulan Agustus 2020

Disusun oleh:

Nama : Inggid Farahdita Putri Handoko  
NPM : 15116005  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen

Tim Penguji:

Nama

1. Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.

(Ketua)

2. Dr. Maria Widyastuti, M.M.

(Pembimbing)

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

(Penguji)

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi yang ditulis oleh **Inggid Farahdita Putri Handoko** dengan NPM. 15116005  
Telah diuji pada hari Kamis, 06 Agustus 2020 dan dinyatakan **LULUS** oleh

**Ketua Tim Penguji :**



**Dr. V Ratna Inggawati, M.M.**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi**



**Dr. Thyvophoida W.S. Paujaitan, M.M.**

**Ketua Program Studi**



**Lilik Indrawati, S.E., M.M.**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Inggid Farahdita Putri Handoko  
NPM : 15116005  
Program Studi : Strata Satu (S1)  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen Pemasaran  
Tempat/Tgl. Lahir : Surabaya, 26 April 1997  
Alamat : Jl. DK Bulak Banteng Pratama 3 No. 2 Surabaya  
No. Identitas : 3578166604970002

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

“Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi *Online* Grab di Surabaya”

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah di publikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, *working paper*, atau bentuk lain yang di publikasikan 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 dengan 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 telah 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 sarjana.

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

Surabaya,

Hormat saya,



Inggid Farahdita Putri Handoko



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah kami panjatkan puji syukur kami ke hadirat Allah SWT atas nikmat dan karuniaNya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi *Online Grab* di Surabaya”**. Skripsi ini 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 laporan penelitian dalam 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. Romo Dr. Y. Budi Hermanto, M.M., selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Ibu Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Ibu Lilik Indrawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
4. Ibu Dr. Maria Widyastuti, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, pikiran, untuk membimbing serta memberikan saran dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
6. Untuk kedua orangtua saya dan adik saya Audi, Raka, Zidane, dan Rani, dan keluarga besar saya, khususnya untuk Mama yang selalu memberikan semangat dan juga sudah membantu saya dalam doa, tidak ada hentinya mengingatkan saya bersujud syukur atas nikmat yang Allah berikan untuk saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.



7. Untuk Oksi Illahi, terima kasih telah menemani saya begadang, mendo'akan saya, dan memberikan saya semangat serta dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini dan tidak ada hentinya mengingatkan saya untuk menyelesaikan tanggungjawab saya sebagai mahasiswa di Universitas Katolik Darma Cendika.
8. Untuk teman-teman saya di Surabaya dan di Jakarta, Angela Linggo, Lia Kartono, Oktavia Malango, Meliana, Alvia, Alfian, Andika, Ihyani Safitri, Achmad Rahfi, Alif Mukti, dan Feekrio yang telah mendo'akan saya dan menemani saya begadang agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini dan tidak ada henti-hentinya memberikan saya semangat agar tidak mudah putus asa. Khususnya untuk semua teman-teman saya di Universitas Katolik Darma Cendika, terima kasih atas semua kebaikan dan do'a kalian kepada saya, semoga kenangan dan segala bentuk perjuangan selama di bangku kuliah tidak akan pernah saya lupakan.
9. Untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, yang sudah membantu saya, baik secara langsung dan tidak langsung.

Penulis telah menyadari dalam menyusun skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan penulis sebagai manusia. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai belah pihak demi kesempurnaan dan manfaat atas selesainya skripsi ini di masa yang akan datang.

Surabaya, 18 Mei 2020

**INGGID FARAHDITA PUTRI HANDOKO**



## DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN COVER	
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
ABSTRAK.....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Harga .....	7
2.1.2 Promosi Penjualan.....	10
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	12
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	14
2.1.5 Pengaruh Antar Variabel .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Rerangka Pemikiran .....	20







2.4 Kerangka Konseptual .....	21
2.5 Hipotesis Penelitian .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1 Obyek Penelitian .....	23
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data .....	23
3.3 Variabel Penelitian .....	24
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	25
3.5 Populasi dan Sampel .....	26
3.6 Metode dan Analisis Data .....	28
3.7 Teknis Analisis Data .....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	35
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	44
4.2.1 Karakteristik Responden .....	44
4.3 Analisa Data .....	49
4.3.1 Uji Validitas .....	49
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	50
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	51
4.3.3.1 Uji Normalitas .....	51
4.3.3.2 Uji Multikolineritas .....	52
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	53
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
4.3.5 Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	56



4.3.6 Uji t.....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>58</b>
5.1 Simpulan.....	59
5.2 Saran.....	59

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3	Rerangka Pemikiran .....	20
Gambar 2.4	Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 3.1	Kurva Uji t.....	29
Gambar 4.3	Uji Normalitas .....	52
Gambar 4.4	Uji Heteroskedastitistas.....	54



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Variabel Indikator .....	25
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	47
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Penghasilan .....	48
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi .....	48
Tabel 4.7	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.9.	Nilai Toleransi dan VIF .....	53
Tabel 4.10	Analisa Regresi Linier Berganda .....	55
Tabel 4.11	Analisis Koefisien Determinasi .....	56
Tabel 4.12	Hasil Uji t.....	57



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Rekapitulasi Data Hasil Isian Kuesioner
- Lampiran 3 Uji Validitas
- Lampiran 4 Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Uji Normalitas
- Lampiran 6 Uji Multikolinieritas
- Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 8 Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 9 Analisis Koefisien Determinan ( $R^2$ )
- Lampiran 10 Uji t
- Lampiran 11 R Tabel
- Lampiran 12 T Tabel



## ABSTRACT

*The development of technology in the last few years has been so fast, making various business opportunities through technology even more promising. The application of technology and information causes changes in new habits or habits in the business sector, such as the use of trading media for transportation service companies using the internet, which is currently not difficult to reach by all groups.*

*This study aims to determine the influence of price, sales promotion and brand image on the decision to use Grab's online transportation services in Surabaya. The research method used in this research is quantitative research methods using a sample of 75 respondents. The data collection technique uses a questionnaire that is distributed to users of Grab online transportation service using google form. This study uses multiple linear regression analysis.*

*Based on data processing with the SPSS Version 25 program, the following results were obtained, the validity test carried out on all statement items was said to be valid, where  $r$  count on each statement item was greater than  $r$  table (0.2272), and in the reliability test it could be stated that all variables could be said reliable, because the resulting value is  $>$  from the Cronbach alpha value of 0.60. The Adjusted R Square value is 0.707 or 70.7%, which indicates that the contribution of price, sales promotion and brand image to the decision to use Grab's online transportation services in Surabaya is strong. Based on data processing, it is known that price and brand image have a significant influence on use decisions, while sales promotions have no influence on decisions to use Grab online transportation services in Surabaya.*

**Keywords:** Price, Sales Promotion, Brand Image, Use Decision



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi beberapa tahun terakhir begitu cepat, membuat berbagai peluang bisnis melalui teknologi semakin menjanjikan. Penerapan teknologi dan informasi menyebabkan perubahan dalam kebiasaan atau habit yang baru pada bidang bisnis, seperti pemanfaatan media perdagangan perusahaan jasa transportasi menggunakan media internet yang saat ini tidak sulit dijangkau oleh semua kalangan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi penjualan, dan *brand image* terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi *online* Grab di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan sampel sebanyak 75 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada pengguna jasa transportasi *online* Grab dengan menggunakan *google form*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan pengolahan data dengan program SPSS Versi 25 diperoleh hasil sebagai berikut, uji validitas yang dilakukan pada semua item pernyataan dikatakan valid, dimana  $r_{hitung}$  pada setiap item pernyataan lebih besar daripada  $r_{tabel}$  (0,2272), serta dalam uji reliabilitas dapat dinyatakan semua variabel dapat dikatakan reliabel, karena nilai yang dihasilkan > dari nilai *cronbach alpha* 0,60. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,707 atau 70,7% yang menunjukkan bahwa kontribusi harga, promosi penjualan, dan *brand image* terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi *online* Grab di Surabaya adalah kuat. Berdasarkan pengolahan data, diketahui bahwa harga dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, sedangkan promosi penjualan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi *online* Grab di Surabaya.

**Kata Kunci:** Harga, Promosi Penjualan, *Brand Image*, Keputusan Penggunaan

