

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.

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABFOOD DI KOTA SIDOARJO



OLEH:

YEFTA NUGY PERDANA

16110021

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

2020

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Yefta Nugy Perdana
NPM : 16110021
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan GrabFood di Sidoarjo

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

Pembimbing

Tanggal : 12 Agustus 2020

(Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Tanggal : 12 Agustus 2020



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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

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.

Skripsi yang ditulis oleh **Yefta Nugy Perdana** dengan NPM **16110021**

Telah diuji pada 04 Agustus 2020

Dinyatakan **LULUS** oleh

Ketua Tim Penguji

(Dr. Maria Widayastuti, M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



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

Ketua Program Studi



(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 Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan GrabFood Di Sidoarjo

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan
Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen Pemasaran
Universitas Katolik Darma Cendika Jurusan

Pada Hari , Tanggal Agustus 2020

Disusun oleh:

Nama : Yefta Nugy Perdana

NPM : 16110021

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji:

Nama

1. Dr. Maria Widyastuti, M.M.

()

2. Drs. Bruno Hami Pahar, M.M.

()

3. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M.

()

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yefta Nugy Perdana

NPM : 16110021

Alamat Asli : Perum Grand Rose Regency C-28 Kemiri-Sidoarjo

No. Identitas (KTP) : 3515163103970003

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood Di Sidoarjo

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, *working paper* atau bentuk lain yang di publikasikan secara umum. Skripsi 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 hal yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, maka 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.



Sidoarjo, 12 Agustus 2020

Hormat Saya,

Yefta Nugy Perdana



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Layaanan, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan GrabFood Di Sidoarjo”**.Proposal ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih Sarjana Manajemen (S.M.) program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan in berjalan,penulis menyadari bahwa tidak luput dari banyak kendala yang dialami.Kendala tersebut dapat diatasi karena adanya bantuan dari banyak pihak yang terlibat didalamnya,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.
2. Ibu Dr.Thyophoida W.S.P.,S.E.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.
3. Ibu Lilik Indrawati,S.E.,M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika.
4. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang bersedia mengorbankan waktu,tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan maupun saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswa.
6. Claudia Novelien Rudolf Dhedha yang menjadi *support system* penulis yang selalu menemani, membantu, serta memotivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Calvin, Dimas, Joshua, Marco, Rafael, Ronal, Samuel, Theo serta seluruh teman-teman yang telah memberikan dukungan berupa moral dan semangat kepada saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik

Penulis telah berusaha dalam menyusun skripsi ini,namun karena keterbatasan Pengetahuan,kemampuan, dan pengalaman maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.Oleh karena itu,penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.Akhir kata,penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.





DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

KATA PENGANTAR	i
----------------------	---

DAFTAR ISI.....	iii
-----------------	-----

DAFTAR TABEL	vi
--------------------	----

DAFTAR GAMBAR.....	vii
--------------------	-----

DAFTAR LAMPIRAN	viii
-----------------------	------

ABSTRAK	ix
---------------	----

BAB I PENDAHULUAN.....	1
------------------------	---

1.1 Latar Belakang	1
--------------------------	---

1.2 Rumusan Masalah	4
---------------------------	---

1.3 Tujuan Penelitian	5
-----------------------------	---

1.4 Manfaat Penelitian	5
------------------------------	---

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
------------------------------	---

2.1 Landasan Teori.....	6
-------------------------	---

2.1.1 <i>E-Commerce</i>	6
-------------------------------	---

2.1.1.1 Pengertian <i>E-Commerce</i>	6
--	---

2.1.1.2 Komponen <i>E-Commerce</i>	6
--	---

2.1.2 Kualitas Layanan.....	8
-----------------------------	---

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Layanan	8
---	---

2.1.2.2 Indikator Kualitas Layanan	8
--	---

2.1.3 Harga	9
-------------------	---

2.1.3.1 Pengertian Harga.....	9
-------------------------------	---

2.1.3.2 Peranan Harga	9
-----------------------------	---

2.1.3.3 Tujuan Penetapan Harga	10
--------------------------------------	----

2.1.3.4 Indikator Harga	10
-------------------------------	----

2.1.4 Promosi Penjualan.....	11
------------------------------	----



2.1.4.1 Pengertian Promosi Penjualan	11
2.1.4.2 Tujuan Promosi Penjualan	11
2.1.4.3 Indikator Promosi Penjualan.....	11
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	12
2.1.5.1 Pengetian Kepuasan Konsumen atau Pelanggan.....	12
2.1.5.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan	13
2.1.5.3 Indikator Kepuasan Konsumen atau Pelanggan.....	13
2.1.6 Pengaruh Antara Variabel Independen (X) Terhadap Variabel Dependen (Y)	16
2.1.6.1 Pengaruh Antara Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	16
2.1.6.2 Pengaruh Antara Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	15
2.1.6.3 Pengaruh Antara Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	17
2.2 Penelitian Yang Terdahulu.....	15
2.3 Rerangka Pemikiran	22
2.4 Kerangka Konseptual	23
2.5 Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Obyek Penelitian	24
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	24
3.3 Variabel Penelitian	25
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.4.1 Variabel Bebas	26
3.4.2 Variabel Terikat	28
3.5 Populasi dan Sampel	28
3.5.1 Populasi.....	28
3.5.2 Sampel.....	29
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	30
3.6.1 Metode	30
3.6.2 Teknik Analisis Data	32
3.6.2.1 Analisis Deskriptif	32

3.6.2.2 Uji Validitas	32
3.6.2.3 Uji Reliabilitas	33
3.6.2.4 Koefisien Determinasi.....	33
3.6.2.5 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.2.6 Analisa Regresi Linear Berganda.....	36
3.6.2.7 Uji t	37
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	38
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	39
4.2.1 Deskripsi Responden Penelitian.....	39
4.3 Pembahasan dan Analisa Data	43
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif	43
4.3.2 Hasil Uji Validitas.....	48
4.3.3 Hasil Uji Reliabilitas	49
4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi	51
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	52
4.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	56
4.7 Hasil Uji t	58
4.8 Pembahasan.....	60
4.8.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
4.8.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
4.8.3 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2	Tabel Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3	Tabel Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.6	Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Layanan (X1)	44
Tabel 4.7	Frekuensi Jawaban Variabel Harga (X2).....	45
Tabel 4.8	Frekuensi Jawaban Variabel Promosi Penjualan (X3)	46
Tabel 4.9	Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1)	47
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	48
Tabel 4.5	Hasil Uji Realibilitas Variabel Penelitian	50
Tabel 4.10	Hasil Koefisien Determinasi Variabel	51
Tabel 4.11	Hasil Nilai VIF dan Angka Tolerance	54
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linear Berganda Variabel Penelitian	56
Tabel 4.13	Hasil Uji t Variabel Penelitian	58





DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	22
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4.2 Histogram.....	52
Gambar 4.3 Grafik Normal <i>Probability Plot</i>	53
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>Scatterplot</i>).....	55

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.



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISONER.....
LAMPIRAN 2 TABULASI RESPONDEN
LAMPIRAN 3 HASIL OUTPUT SPSS
LAMPIRAN 4 TABEL t & r

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan GrabFood di Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dan menggunakan jenis data data primer yang dikumpulkan dari kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan layanan GrabFood di Sidoarjo dengan jumlah sampel sebesar 125 responden. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menggunakan SPSS 26 adalah sebagai berikut, nilai koefisien determinasi yang dilihat dari *adjusted r square* sebesar 0,498 atau 49,8 % menunjukkan bahwa kontribusi antara kualitas layanan, harga dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sedang. Hasil uji t dalam penelitian ini menghasilkan, secara parsial variabel kualitas layanan dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Promosi Penjualan, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of service quality, price and sales promotion on customer satisfaction of GrabFood in Sidorajo. This research is a descriptive quantitative study and uses primary data types collected from a questionnaire. The population of this study were customers of GrabFood services in Sidoarjo with a sample size of 125 respondents. Based on the results of research conducted using SPSS 26 are as follows, the value of the coefficient of determination as seen from the adjusted r square of 0.498 or 49.8% indicates that the contribution between service quality, price and sales promotion to customer satisfaction has a moderate relationship. The results of the t test in this study produce, partially service quality and sales promotion variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. While the price variable has a negative and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Price, Sales Promotion, Customer Satisfaction*

