



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GRAB
(Studi Kasus pada Pengguna Layanan Grab Bike di Kota Kudus)**

Oleh :

AHMAD ZAMRONI

201611392

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GRAB
(Studi Kasus pada Pengguna Layanan Grab Bike di Kota Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh :

AHMAD ZAMRONI

201611392

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2020

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GRAB
(Studi Kasus pada Pengguna Layanan Grab Bike di Kota Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji
Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 22 Agustus 2020

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


(Dina Lusianti, SE, MM, AAK)
NIDN. 0630098401

Pembimbing 1


(Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd, MM)
NIDN. 0026065516

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


(Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM)
NIDN. 0618066201

Pembimbing II


(Nurul Rizka Arumsari, SE, MM)
NIDN. 0628048702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah tidak membebani seseorang kecuali sesuai dengan kesanggupannya”. (QS. Al-Baqarah:286)

“Boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”. (QS. Al-Baqarah:216)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan) , tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”. (QS. Al-Insyirah: 6-8)

Persembahan :

1. Ayah dan Ibu
2. Keluarga
3. Sahabat-sahabatku
4. Almamaterku

KATA PENGHANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GRAB” (Studi Kasus pada Pengguna Layanan Grab Bike di Kota Kudus). Penulis menyadari terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan saran dari semua pihak yang terlibat. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Suparno, SH. MS selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE, MM, AAK selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd, MM selaku pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.
5. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Kedua orang tuaku, yang telah memberikan dukungan secara moril dan materi dalam penulisan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen, yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Universitas Muria Kudus.
8. Bagas Adi Wardana sebagai sahabat terdekat yang telah banyak memberikan semangat dan membantu dalam penulisan skripsi ini.
9. Rekan-rekan penulis yang telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini belum seluruhnya sempurna, masih terdapat kekurangan baik dalam cara pengungkapan, penyajian, maupun penulisan kata yang dipergunakan, karena keterbatasan penulis. Oleh karena itu penulis bersedia menerima segala masukan dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak lain yang membutuhkan.

Kudus,.....2020

Penulis

Ahmad Zamroni
201611392

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GRAB
(Studi Kasus pada Pengguna Layanan Grab Bike di Kota Kudus)

AHMAD ZAMRONI
201611392

Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd, MM
2. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena perubahan preferensi konsumen terhadap layanan moda transportasi darat. Hadirnya layanan transportasi ojek online mengubah gaya hidup masyarakat dalam melakukan aktivitas perjalanan. Dari hasil survei komunitas konsumen Indonesia (2019) menyimpulkan bahwa transportasi ojek online menjadi pilihan favorit masyarakat dalam menggunakan transportasi darat. Salah satu jenis layanan transportasi ojek online yang berkembang pesat di Kota Kudus adalah Grab Bike. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan disinyalir menjadi faktor pertimbangan konsumen dalam memilih jasa transportasi ojek online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepercayaan terhadap kepuasan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan transportasi online Grab Bike di Kota Kudus.

Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna layanan Grab Bike di Kota Kudus sejumlah 125 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan AMOS 22. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi online Grab Bike. Persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan transportasi online Grab Bike.

Kata Kunci : *Transportasi online, Kualitas pelayanan, Persepsi harga, Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas*

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION AND TRUST
ON GRABLES AND THE IMPACT ON THE LOANALITY OF GRAB
ONLINE TRANSPORTATION CUSTOMERS
(Case Study of Grab Bike Service Users in Kudus City)

AHMAD ZAMRONI
201611392

Advisor : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd, MM
2. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM

MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITY MURIA KUDUS

ABSTRACT

This research is motivated by the phenomenon of changing consumer preferences for land transportation mode services. The presence of online motorcycle taxi transportation services has changed people's lifestyles in traveling activities. From the results of a survey of the Indonesian consumer community (2019) concluded that online motorcycle taxi transportation is the people's favorite choice in using land transportation. One type of online motorcycle taxi transportation service that is growing rapidly in the Kudus city is Grab Bike. Consumer satisfaction with the services provided was allegedly a factor in consumer consideration in choosing online motorcycle taxi transportation services. This study aims to analyze the effect of service quality, price perceptions and trust on customer loyalty online transportation grab with satisfaction as a mediating variable.

The sample in this study were 125 Grab Bike service users in Kudus city. The sampling technique used is accidental sampling. The method of data analysis uses Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS 22. Based on the results of the study it can be concluded that service quality and price perception do not significantly influence satisfaction, trust has a significant effect on customer satisfaction in Grab Bike online transportation. Price perception has no significant effect on customer loyalty, service quality, trust and satisfaction have a significant effect on customer loyalty in Grab Bike online transportation.

Keywords : online transportation, service quality, price perception, trust, satisfaction, loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	9
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoritis	12
1.5.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Pemasaran	13
2.2 Jasa	13
2.2.1 Definisi Jasa	13
2.2.2 Karakteristik Jasa	14
2.3 Transportasi.....	14
2.4 Loyalitas Pelanggan	14
2.4.1 Pengertian Loyalitas	14
2.4.2 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	15
2.5 Kepuasan Pelanggan	16
2.5.1 Pengertian Kepuasan	16
2.5.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	17

2.6 Kualitas Pelayanan	18
2.6.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	18
2.6.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	19
2.7 Persepsi Harga.....	20
2.7.1 Pengertian Persepsi.....	20
2.7.2 Pengertian Harga	21
2.7.3 Indikator Persepsi Harga	21
2.8 Kepercayaan.....	22
2.8.1 Pengertian Kepercayaan	22
2.8.2 Indikator Kepercayaan	23
2.9 Tinjauan Penelitian Terdahulu	24
2.10 Pengaruh Antar Variabel.....	30
2.10.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	30
2.10.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2.10.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.10.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Melalui Kepuasan	32
2.10.5 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan.....	33
2.10.6 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan.....	34
2.10.7 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas	35
2.11 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.12 Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Rancangan Penelitian	38
3.2 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	39
3.2.1 Variabel Penelitian	39
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	40
3.3 Jenis Dan Sumber Data	45
3.3.1 Data Primer.....	45
3.3.2 Data Sekunder	45
3.4 Populasi Dan Sampel	45

3.4.1 Populasi	45
3.4.2 Sampel	46
3.5 Pengumpulan Data	47
3.5.1 Kuesioner.....	47
3.5.2 Studi Pustaka	48
3.6 Uji Instrument Penelitian	48
3.6.1 Uji Validitas	48
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.7 Pengolahan Data.....	50
3.8 Analisis Data	51
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	51
3.8.2 Analisis Kuantitatif.....	52
3.8.2.1 Uji Normalitas Data.....	53
3.8.2.2 Evaluasi Outliers.....	53
3.8.2.3 Model Analisis Faktor Konfirmatori	54
3.8.2.4 Analisis Persamaan Structural	54
3.8.2.5 Uji Kesesuaian Model	56
3.8.2.6 Uji Hipotesis	58
3.8.2.7 Uji Mediasi	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1 Transportasi online Grab	59
4.2 Penyajian Data	62
4.2.1 Karakteristik Responden	62
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	62
4.3 Analisis Data	67
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian.....	67
4.3.2 Analisis Konfirmatori	73
4.3.2.1 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen	74
4.3.2.2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	75
4.3.2.3 Analisis Konfirmatori Konstruk Endogen	77

4.3.2.4 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.....	78
4.3.3 Uji Normalitas Data.....	79
4.3.4 Evaluasi Outliers	81
4.3.5 Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	82
4.3.6 Uji Hipotesis.....	85
4.3.7 Pengaruh Langsung (Direct) dan Pengaruh Tidak Langsung (Indirect) ..	88
4.3.8 Uji Mediasi.....	90
4.4 Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survei Kualitas Pelayanan Grab Bike.....	5
Tabel 1.2 Top Brand Index Kategori Transportasi Online 2018-2019 Fase 2.....	6
Tabel 3.1 Data Skala Likert	58
Tabel 3.2 Goodness - Of - Fit Indices	57
Tabel 4.1 Responden Menurut Usia.....	62
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	63
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X2).....	64
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kepercayaan (X3)	65
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kepuasan (Y1)	66
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y2)	67
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	68
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X2).....	69
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X3).....	69
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	70
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Kepuasan	70
Tabel 4.12 Uji Construct Reliability	71
Tabel 4.13 Uji Average Variance Extracted	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Discriminant Validity	73
Tabel 4.15 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Eksogen	75
Tabel 4.16 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen Regression Weights: (Group Number 1 - Default Model)	76
Tabel 4.17 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen.....	78
Tabel 4.18 Hasil Analisis Konfirmatori Faktor Endogen Regression Weights: (Group Number 1 - Default Model)	79
Tabel 4.19 Uji Normalitas.....	80
Tabel.4.20 Analisis Outlier	81
Tabel 4.21 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Penelitian	84
Tabel 4.22 Scalar Estimates (Group Number 1 - Default Model)	85
Tabel 4.23 Hasil Estimasi Direct Effect.....	88
Tabel 4.24 Hasil Estimasi Indirect Effect Dan Total Effect.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pilihan Konsumen Menggunakan Transportasi	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	36
Gambar 3.1 Model Persamaan Struktural	55
Gambar 4.1 Pengujian Full Model SEM.....	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Tryout

Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner Dan Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 4 Output Konfirmatory Eksogen Dan Model Fit Summary

Lampiran 5 Output Konfirmatory Endogen Dan Model Fit Summary

Lampiran 6 Output Full Amos Dan Model Fit Summary

Lampiran 7 Hasil Perhitungan AVE Dan CR

