



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN POTONGAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT BELI ULANG  
PENGUNAAN JASA APLIKASI GRAB DI KABUPATEN KUDUS  
(STUDI KASUS PENGGUNA JASA APLIKASI GRAB DI KABUPATEN  
KUDUS)**

**Oleh:**

**ALFIANITA HANUM**

**201811566**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN**

**BISNIS UNIVERSITAS MURIA**

**KUDUS TAHUN 2023**



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN POTONGAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT BELI ULANG  
PENGUNAAN JASA APLIKASI GRAB DI KABUPATEN KUDUS  
(STUDI KASUS PENGGUNA JASA APLIKASI GRAB DI KABUPATEN  
KUDUS)**

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

Oleh:

**ALFIANITA HANUM**

**201811566**

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

**TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN POTONGAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT BELI ULANG  
PENGUNAAN JASA APLIKASI GRAB DI KABUPATEN KUDUS  
(STUDI KASUS PENGGUNA JASA APLIKASI GRAB DI KABUPATEN  
KUDUS)**


Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi


Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Pembimbing I


Pembimbing II

  
(Dr. Supriyono., S.E.,M.M)  
NIDN. 0614037104

  
(Mira Melia Marka., S.E.,M.M)  
NIDN. 0606058801

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

  
(Nurul Rizka Arumsari., S.E.,M.M)  
NIDN. 0628048702

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN POTONGAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT BELI ULANG  
PENGUNAAN JASA APLIKASI GRAB DI KABUPATEN KUDUS (STUDI  
KASUS PENGGUNA JASA APLIKASI GRAB DI KABUPATEN KUDUS)

Nama : Alfianita Hanum

NIM : 201811566

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus


Kudus,

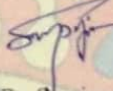
2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi

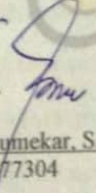
Pembimbing I


  
(Nurul Rizka Arumsari, S.E.,M.M)  
NIDN. 0628048702

  
(Dr. Supriyono, S.E.,M.M)  
NIDN. 0614037104

Mengetahui,  
Dekan

Pembimbing II

  
(Dr. Kenati Sunekar, S.E.,M.M)  
NIDN. 0616077304

  
(Mira Meilia Marka, S.E.,M.M)  
NIDN. 0606058801



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan mengujikekuatan akarnya”

(Ali bin Abi Thalib)

“Sistem pendidikan yang bijaksana setidaknya akan mengajarkan kita betapa sedikitnya yang belum diketahui oleh manusia, dan seberapa banyak yang masih harus ia pelajari”

(Sir John Lubbock)

### Persembahan :

Dengan rasa syukur yang mendalam atas telah terselesainya skripsi ini, penulismemperssembahkan kepada:

1. Kedua orang tua (Bapak Musyafak dan Ibu Siti Muntamah) yang tidak pernah berhenti memberikan motivasi, dukungan, doa, dan materi sampai saat ini.
2. Ketiga kakak (Herry, Laily, dan Dina) dan adik (Savira) yang telah memberikan solusi ketika kesulitan mengerjakan skripsi.
3. Teman-teman Universitas Muria Kudus

4. Almamater Universitas Muria Kudus.
5. Dan terimakasih untuk diri saya sendiri yang tidak menyerah dan berusaha keras melawan rasa malas.



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-nya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT BELI ULANG PENGGUNAAN JASA APLIKASI GRAB DI KABUPATEN KUDUS (STUDI KASUS PENGGUNA JASA APLIKASI GRAB DI KABUPATEN KUDUS)”. Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat akademi dalam memperoleh gelar sarjana Manajemen (S1) Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Penulis sangat menyadari bahwa dengan adanya bantuan, serta dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak tugas akhir skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, Msi., selaku rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku Ketua program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Supriyono, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan bimbingan, masukan, arahan dan konsultasi

pada penyusunan skripsi ini.

5. Mira Meilia Marka, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan, masukan, arahan dan konsultasi pada penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua serta seluruh keluarga besar penulis, terimakasih atas dukungan baik material maupun non material.
7. Sahabat dan teman-teman progdi manajemen yang telah memberikan dukungan.
8. Seluruh pengguna aplikasi Grab di Kabupaten Kudus yang telah berpartisipasi pada skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lah sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak manapun masih diperlukan. Penulis berharap semoga skripsi ini mampu memberikan pengetahuan bagi para pembaca dan dapat memberikan manfaat bagi yang membutuhkan.

Kudus,

Penulis

**Alfianita Hanum**

201811566



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN POTONGAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT  
BELI ULANG PENGGUNAAN JASA APLIKASI GRAB DI  
KABUPATEN KUDUS (STUDIKASUS PENGGUNA JASA  
APLIKASI GRAB DI KABUPATEN KUDUS)**

ALFIANITA HANUM

201811566

Pembimbing I: Dr. Supriyono, SE., MM.

Pembimbing II: Mira Meilia Marka, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan potongan harga terhadap kepuasan pelanggan dan niat untuk membeli kembali penggunaan layanan aplikasi Grab di Kabupaten Kudus. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari jawaban yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada responden yang menggunakan jasa aplikasi Grab di Kabupaten Kudus melalui Google Form. Dengan teknik purposive sampling. Sampel sebanyak 105 responden Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Diskon berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Kepuasan pelanggan tidak dapat menjadi variabel mediasi untuk hubungan antara Service Quality dan Repurchase Intention. Kepuasan pelanggan dapat menjadi variabel mediasi untuk hubungan antara Diskon dan Bunga Pembelian Kembali.

Kata Kunci: kualitas layanan, potongan harga, kepuasan pelanggan, dan minat beli ulang

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRICE DISCOUNTS ON  
CUSTOMER SATISFACTION AND REPURCHASE INTENTION TO USE  
GRAB APPLICATION SERVICES IN KUDUS DISTRICT***

***(CASE STUDY OF GRAB APP SERVICE USERS IN KUDUS  
DISTRICT)***

ALFIANITA HANUM

201811566

Supervised I: Dr. Supriyono., SE.,MM.

Supervised II: Mira Meilia Marka., SE.,MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

***FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF  
MANAGEMENT***

***ABSTRACTION***

*The purpose of this study was to analyze the effect of service quality and price discounts on customer satisfaction and intention to repurchase using the Grab application service in Kudus Regency. The data used in this study is primary data which comes from answers obtained from questionnaires distributed to respondents who use the Grab application service in Kudus Regency via the Google Form. With purposive sampling technique. A sample of 105 respondents. The results of the analysis show that service quality has a positive and significant effect on satisfaction. Price discounts have a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality has a positive and significant effect on repurchase intention. Discount has a negative and not significant effect on repurchase intention. Customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention. Customer satisfaction cannot be a mediating variable for the relationship between Service Quality and Repurchase Intention. Customer satisfaction can be a mediating variable for the relationship between Discount and Repurchase Interest.*

*Keywords: service quality, discount, customer satisfaction, and repurchase intention*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
RINGKASAN/ABSTRAKSI .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	11
1.3 Perumusan Masalah .....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Manfaat Penelitian .....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2 Manfaat Praktis .....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1 Kualitas Layanan .....	15
2.1.1 Definisi Kualitas Layanan .....	15
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan.....	15
2.1.3 Indikator Kualitas Layanan.....	17
2.2 Potongan Harga.....	18
2.2.1 Definisi Potongan Harga .....	18
2.2.2 Indikator Potongan Harga.....	19
2.3 Kepuasan Pelanggan .....	19
2.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan .....	19
2.3.2 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	20
2.4 Minat Beli Ulang.....	20

2.4.1 Definisi Minat Beli Ulang .....	20
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang.....	21
2.4.3 Indikator Minat Beli Ulang.....	21
2.5 Pengaruh Antar Variabel .....	22
2.5.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.5.2 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.5.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang .....	23
2.5.4 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Ulang .....	23
2.5.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang.....	23
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	24
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
2.7.1 Gambar Kerangka Pikir .....	30
2.8 Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	32
3.2 Variabel Penelitian .....	32
3.2.1 Jenis Variabel.....	32
3.2.2 Definisi Operasional Variabel .....	33
3.2.2.1 Kualitas Layanan.....	33
3.2.2.2 Potongan Harga.....	34
3.2.2.3 Kepuasan Pelanggan.....	35
3.2.2.4 Minat Beli Ulang .....	35
3.3 Jenis Dan Sumber Data .....	36
3.3.1 Sumber Data Primer .....	36
3.3.2 Sumber Data Sekunder .....	37
3.4 Populasi Dan Sampel .....	37
3.4.1 Populasi .....	37
3.4.2 Sampel .....	37
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	38

3.6.1 Uji Validitas.....	38
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	41
3.7 Pengolahan Data .....	43
3.8 Analisis Data.....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
4.1.1 Deskripsi PT. Solusi Transportasi Indonesia (Grab.....	48
4.2 Penyajian Data .....	49
4.2.1 Karakteristik Responden .....	49
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	50
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	52
4.3.1 Kualitas Layanan.....	53
4.3.2 Potongan Harga.....	54
4.3.3 Kepuasan Pelanggan .....	54
4.3.4 Minat Beli Ulang.....	55
4.4 Analisis Data.....	56
4.4.1 Analisis Konfirmatori.....	56
4.4.1.1 Analisis Konfirmatori Tahap 1 .....	57
4.4.1.2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen Tahap 1 .....	58
4.4.1.3 Analisis Standarized Regression Weights Eksogen Tahap 1 .....	59
4.4.1.4 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Tahap 2 .....	60
4.4.1.5 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen Tahap 2 .....	61
4.4.1.6 Analisis Standaridzed Regression Weights Eksogen Tahap 2.....	62
4.4.1.7 Analisis Konfirmatori Faktor Endogen Tahap 1.....	62
4.4.1.8 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen Tahap 1 .....	64
4.4.1.9 Analisis Standaridzed Regression Weights Endogen Tahap .....	164
4.4.1.10 Analisis Konfirmatori Faktor Endogen Tahap 2.....	65
4.4.1.11 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen Tahap 2.....	67
4.4.1.12 Analisis Standardized Regression Weights Endogen Tahap 2 .....	67



4.4.2 Uji Normalitas.....	68
4.4.3 Outliers .....	69
4.4.4 Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	70
4.4.5 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	71
4.4.5.1 Uji Validitas .....	71
4.4.5 Reliabilitas .....	72
4.4.6 Uji Discriminant Validity .....	73
4.4.7 Uji Hipotesis .....	74
4.4.8 Pengaruh Langsung (Direct) dan Pengaruh Tidak Langsung (Indirect) .....	76
4.4.8.1 Besarnya Direct Effect .....	76
4.4.8.2 Besarnya Indirect Effect Dan Total Effect .....	76
4.4.9 Analisis Pengaruh Langsung (Direct) dan Pengaruh Tidak Langsung (Indirect).....	77
4.4.10 Pembahasan .....	78
4.4.10.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	78
4.4.10.2 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	79
4.4.10.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang .....	80
4.4.10.4 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Ulang .....	81
4.4.10.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang.....	82
4.4.10.6 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan .....	83
4.4.10.7 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan .....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>84</b>
a. Kesimpulan .....	85
b. Saran.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

1.1	Jumlah Pengguna Grab Tahun 2019-2021.....	3
1.2	Keluhan Konsumen Grab.....	4
1.3	Perbandingan Potongan Harga Grab Dengan Aplikasi Lain.....	7
3.1	Tingkat Keandalan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	42
3.2	<i>Goodness Of Fit</i> .....	46
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.4	Kategori Mean Masing-Masing Variabel.....	53
4.5	Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan.....	53
4.6	Jawaban Responden Variabel Potongan Harga.....	54
4.7	Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan.....	55
4.8	Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang.....	55
4.9	Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen.....	57
4.10	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	58
4.11	<i>Stadardized Regression Weght</i> .....	59

4.12	Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen Tahap 2.....	60
4.13	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	61
4.14	<i>Standaridzed Regression Weight</i> .....	62
4.15	Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen .....	63
4.16	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen .....	64
4.17	<i>Standaridzed Regression Weight</i> .....	65
4.18	Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen .....	66
4.19	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen .....	67
4.20	<i>Standaridzed Regression Weight</i> .....	68
4.21	<i>Assesment Of Normality (Group Number 1)</i> .....	68
4.22	<i>Observation Furthest From The Centroid</i> .....	69
4.23	Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Model Full SEM.....	70
4.24	Uji Validitas .....	71
4.25	Uji Reliabilitas.....	72
4.26	Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	73
4.27	<i>Regression Weight</i> .....	74
4.28	Hasil <i>Estimasi Direct Effect</i> .....	76

4.29 *Structural Equation Modelling* .....77

4.30 Koefisien Determinasi (*Squared Multiple Correlation*).....78



## DAFTAR GAMBAR

1.1	Pangsa Pasar Grab Dengan Transportasi Lain Tahun 2020-2021.....	2
2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
4.1	Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	57
4.2	Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Tahap 2.....	60
4.3	Analisis Konfirmatori Variabel Endogen.....	63
4.4	Analisis Konfirmatori Variabel Endogen.....	66
4.5	Pengujian Full Model SEM.....	70

