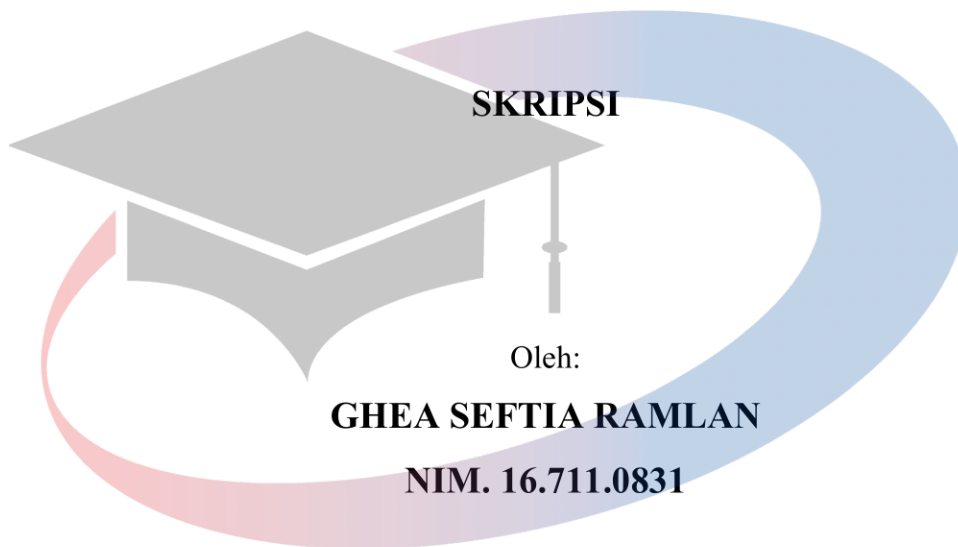


**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN JASA GRABCAR (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA STIE MIKROSKIL)**



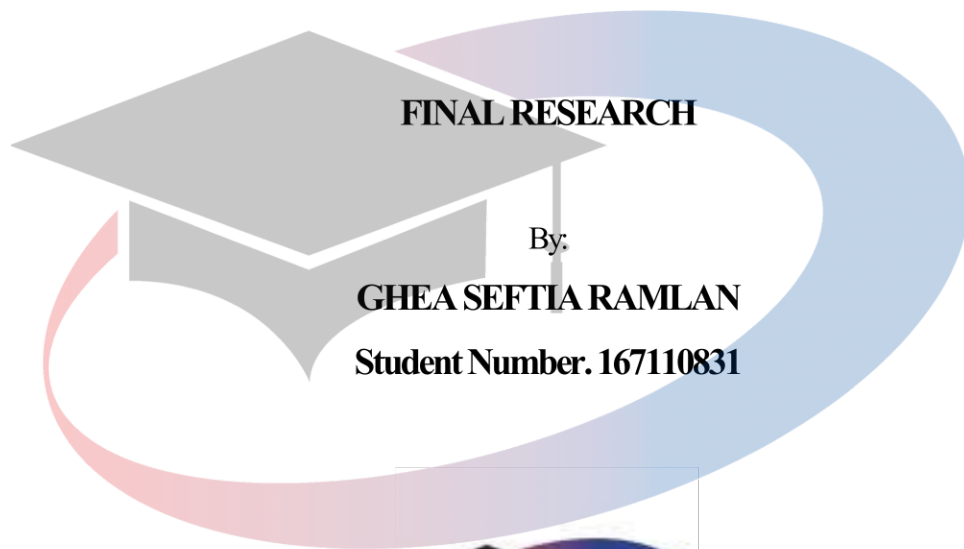
UNIVERSITAS
MIKROSKIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL**

MEDAN

2020

**THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION, SERVICE QUALITY
AND TRUST IN GRABCAR SERVICE CUSTOMER
SATISFACTION (STUDY CASE BASEDON
STUDENTS OF STIE MIKROSKIL)**

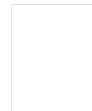


**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**STUDY PROGRAM MANAGEMENT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL**

MEDAN

2020



LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN JASA GRABCAR (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA STIE MIKROSKIL)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

GHEA SEFTIA RAMLAN
NIM: 167110831

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Ir. Mbayak Ginting, S.Kom. M.M.)

(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)

Medan, 01 September 2020
Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi
Manajemen

(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut:

Nama : Ghea Seftia Ramlan

Nim : 167110831

Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan Judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Grabcar (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil)

Tempat Penelitian : STMIK-STIE Mikroskil Medan

Alamat Tempat Penelitian : Jl. Thamrin No. 124, 140, 112 Medan

No-Telp Tempat Penelitian : (061) 4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non – eksklusif (Non – exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulisan/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh – sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 09-08-2020

Saya yang membuat pernyataan,



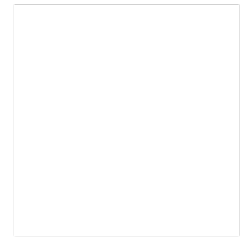
(Ghea Seftia Ramlan)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Grabcar (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil). Penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling* dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap 96 sampel yaitu keseluruhan konsumen jasa Grabcar dari PT. Grab Indonesia. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel Harga, Promosi dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif. Selanjutnya hasil secara simultan (Uji F) yang menunjukkan bahwa keempat variabel independent (Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan) berpengaruh terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen). *Adjusted R²* menunjukkan bahwa variabel Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan dapat menjelaskan variasi terhadap variabel Kepuasan Konsumen adalah sebesar 85,9 % dan sisanya sebesar 14,1 % dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen

UNIVERSITAS
MIKROSKIL



ABSTRACT

This study aims to study and analyze the influence of Price, Promotion, Service Quality and Trust in Grabcar Service Customer Satisfaction (Study Case Based on Students of STIE Mikroskil). This study uses Accidental Sampling techniques conducted by distributing questionnaires to 96 samples, namely all customer participants of Grabcar Service. The data analysis method used in this study is multiple linear multiples. Partial testing (t test) shows that Price, Promotion and Trust variabls affect the customer satisfaction, but service quality not influence). Furthermore, the simultaneous test results (F test) which shows the independent variables (Price, Promotion, Service Quality and Trust) affect the dependent variable (Customer Satisfaction). Adjusted R^2 shows the variables of Price, Promotion, Service Quality and Trust can explain variations to the variable Purchase Decision of 85,9 % and the remaining 14,1 % is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Price, Promotion, Service Quality, Trust and Customer Satisfaction



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Grabcar (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil)”. Yang disusun sebagai syarat akademisi dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, arahan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom.,M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan Ketua STIE Mikroskil Medan yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II dan Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak William, S.Kom.,M.M., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Paulus, S.Kom.,M.T., selaku Wakil Ketua II STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Saliman, S.T., selaku Wakil Ketua III STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E.,M.Si.,selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

7. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si. selaku dosen wali yang selalu memberikan motivasi agar lebih semangat mengerjakan skripsi.
8. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar STIE Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.
9. Orang tua penulis, Bapak Ramlan dan Ibu Sri Kasmawati yang telah membesarkan dan mendidik penulis dan tak pernah lelah untuk selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga. Adik-adik penulis Aisyah Nandia Putri, Elang Permana yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Rekan seperjuangan dan seperdopingan penulis Tengku Dhea Aldita Afsyari, Lidia Sheli, Herni Sianturi, Rurien Ezra Lubis, Cyndi Delicia, Mega Riris yang telah memberikan motivasi, semangat dan telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
11. Teman terkasih Salman Nasution, Fuji Hilmawati, Trisna wati, Intan Irawati Gultom, Dinda Trianingtyas, Fajar Kurniawan, M. Tegar Cahya, Albayan Deju yang telah menjadi salah satu penyemangat saya untuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 2020

Ghea Seftia Ramla

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Ruang Lingkup Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Originalitas	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.3 Harga	21
2.1.4 Promosi	26
2.1.5 Kualitas pelayanan	28
2.1.6 Kepercayaan	36
2.2. Review Penelitian Terdahulu	39
2.3. Kerangka / Model Konseptual.....	45
2.4. Pengembangan Hipotesis	46

2.4.1.	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Grabcar	46
2.4.2.	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Grabcar.....	47
2.4.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Grabcar	47
2.4.4	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Grabcar	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		51
3.1.	Jenis Penelitian	51
3.2.	Objek Penelitian	51
3.3	Populasi dan Sampel	51
3.4	Metode Pengumpulan Data	52
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	54
3.6	Metode Analisis Data	56
3.6.1	Statistik Deskriptif	56
3.6.2	Pengujian Kualitas Data	56
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik	57
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	59
3.6.5	Uji Hipotesis	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		61
4.1	Hasil Penelitian.....	61
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan Grab Indonesia	61
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	62
4.1.3	Gambaran Umum Responden	63
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif.....	64
4.1.5.	Hasil Uji Kualitas Data	69

4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	74
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis	81
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
4.2.1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Grabcar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di STIE Mikroskil)	84
4.2.2. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Grabcar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di STIE Mikroskil).....	85
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Grabcar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di STIE Mikroskil).....	86
4.2.4 Pengaruh Kualitas Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Grabcar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di STIE Mikroskil).....	87
4.2.5 Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Grabcar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di STIE Mikroskil).....	88
BAB V.....	90
KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	45
Gambar 4.1 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas	76
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Normal P-Plot	77
<i>Sumber:</i> Hasil Penelitian Tahun 2020 (Data Diolah).....	78



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan harga antara PT. Grab Indonesia dengan PT. Gojek Indonesia ..3	
Tabel 1.2 Review dari aplikasi perusahaan Grab.....5	
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu41	
Tabel 3.1 Skala Likert53	
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....55	
Tabel 4.1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner62	
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....63	
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....63	
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Harga64	
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Promosi.....65	
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Kualitas Pelayanan ..66	
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Kepercayaan67	
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Kepuasan Konsumen68	
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1)69	
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_2).....70	
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3).....71	
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X_4)71	
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)72	
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Harga73	
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....73	
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan73	
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan74	
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....74	
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas.....75	
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....77	
Tabel 4.21 Hasil Uji Glejser79	
Tabel 4.22 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda80	

Tabel 4.23 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	81
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji-F)	83
Tabel 4.25 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	83



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER	96
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN.....	102
Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi	105
Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	108
Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan.....	112
Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen.....	115
LAMPIRAN 3 DISTRIBUSI HASIL STATISTIK DESKRIPTIF	118
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN REALIABILITAS	120
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK	123
LAMPIRAN 9 HASIL DISTRIBUSI r	129
LAMPIRAN 10 NILAI TABEL DISTRIBUSI t	133
LAMPIRAN 11 NILAI DISTRIBUSI TABEL F	136

UNIVERSITAS
MIKROSKIL