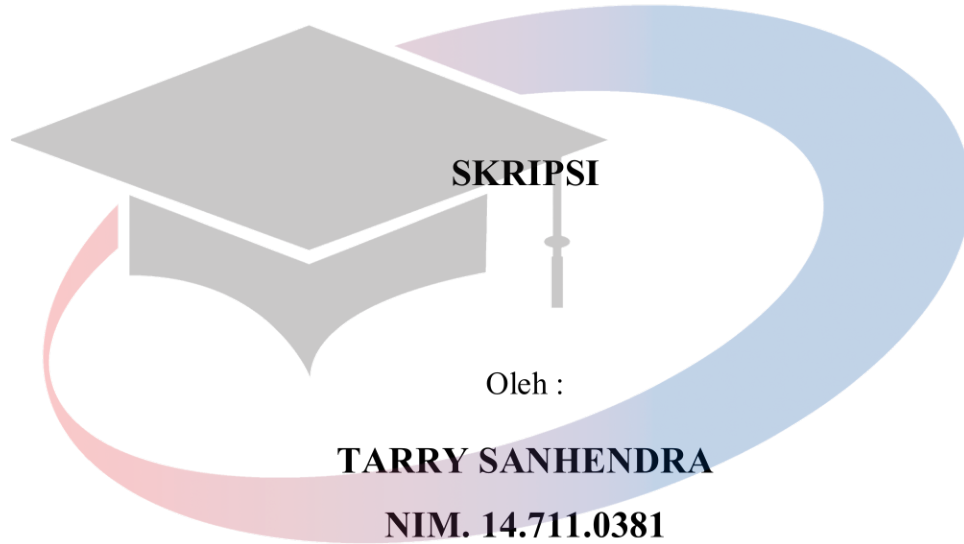


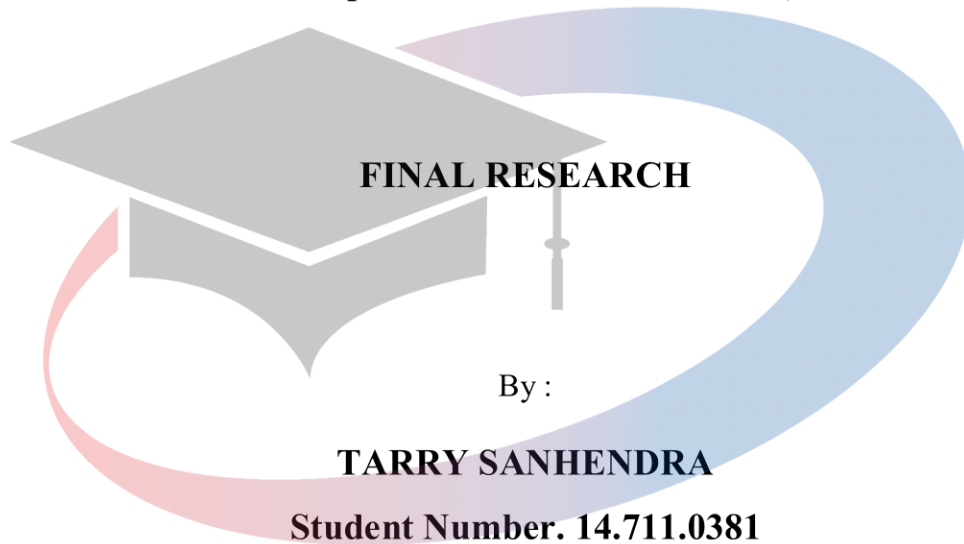
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, NILAI  
PELANGGAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Pengguna Layanan  
Transportasi *Online* Grab Car)**



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

**2018**

**ANALYSIS THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY,  
CUSTOMER VALUE AND PROMOTION TOWARDS  
CONSUMER SATISFACTION  
(Case Study On STIE MIKROSKIL Student Users Online  
Transportation Service Grab Car)**



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

**2018**

LEMBARAN PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, NILAI  
PELANGGAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Pengguna  
Layanan Transportasi *Online Grab Car*)

SKRIPSI

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

Oleh :

**TARRY SANHENDRA**  
NIM. 14.711.0381

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,



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

Medan, 25 Juli 2018

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi  
Manajemen,



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



## LEMBARAN PERNYATAAN

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

Nama : Tarry Sanhendra  
NIM : 14.711.0381  
Peminatan : Manajemen Bisnis

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

Judul Tugas Akhir : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Pengguna Layanan Transportasi *Online* Grab Car)  
Tempat Penelitian : STMIK - STIE Mikroskil Medan  
Alamat Tempat Penelitian : Jalan Thamrin, No. 112, 124, 140, Medan  
Nomor Telepon Tempat Penelitian : (061) 4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di 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 penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi 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, 25 Juli 2018

Saya yang membuat pernyataan,



(Tarry Sanhendra)



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan Promosi terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE Mikroskil pengguna layanan transportasi *online* Grab Car. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE Mikroskil Medan, yang terdiri atas program studi manajemen dan akuntansi stambuk 2014, 2015, 2016, dan 2017 yang berjumlah 984 orang. Kemudian dari jumlah populasi tersebut, sampel yang diambil dengan menggunakan rumus Slovin adalah sebanyak 285 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* dan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Selanjutnya hasil uji secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. *Adjusted r square* menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan Promosi dapat menjelaskan variasi variabel Kepuasan Konsumen sebesar 67 % dan sisanya sebesar 33 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci** : *Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Promosi, Kepuasan Konsumen.*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality, Customer Value, and Promotion of Student Satisfaction STIE Mikroskil users of online transport services Grab Car. The population in this study is STIE Mikroskil Medan students, which consists of management and accounting courses in 2014, 2015, 2016, and 2017 totaling 984 people. Then from the population, samples taken using Slovin formula is 285 people. Sampling technique used is purposive sampling technique and data collection is done by using questionnaire. Data analysis method used in this research is multiple linear regression. Partial test (t test) shows that the variable Quality of Service, Customer Value, and Promotion have positive and significant impact on Consumer Satisfaction. Furthermore, simultaneous test results (F test) shows that the variable Quality of Service, Customer Value, and Promotion have positive and significant impact on Consumer Satisfaction. Adjusted r square shows that the variable of Service Quality, Customer Value, and Promotion can explain variation of Consumer Satisfaction variable equal to 67% and the rest of 33% explained by other variable not examined in this research.

**Keywords** : *Service Quality, Customer Value, Promotion, Consumer Satisfaction.*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dan juga keluarga terutama kedua orang tua dan saudara-saudara penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan saran kepada penulis yang membuat penulis tidak putus asa dalam menyusun skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Pengguna Layanan Transportasi *Online* Grab Car)”.

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat akademis guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Bidang Konsentrasi Manajemen Bisnis di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mikroskil Medan.

Selama penyusunan penulisan ini, penulis banyak memperoleh bimbingan, nasehat, bantuan, dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Ketua STIE Mikroskil Medan serta Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan, pengarahan, dan saran yang berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan, pengarahan, dan saran yang berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., 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 Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan bantuan, pengarahan, dan saran yang berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Maggee Senata, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan bantuan, pengarahan, dan saran yang berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si., selaku Dosen Wali yang telah memberikan bantuan, pengarahan, dan saran yang berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua Staf dan Dosen STIE Mikroskil Medan yang telah mendidik dan membimbing penulis.
10. Bapak/Ibu Pimpinan STMIK-STIE Mikroskil Medan yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di STMIK-STIE Mikroskil Medan, serta memberikan data dan informasi yang terkait dalam penulisan ini.
11. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis dalam mengisi kuesioner, terima kasih atas kerja samanya.
12. Teman-teman seangkatan yang telah banyak membantu penulis dan memberikan informasi, serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu 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 di masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

Medan, 25 Juli 2018

Penulis,

Tarry Sanhendra



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.6 Originalitas .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran .....	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.1.2 Bauran Pemasaran .....	9
2.1.1.3 Pemasaran <i>Digital (Digital Marketing)</i> .....	10
2.1.2 <i>e – Commerce</i> .....	13
2.1.2.1 Definisi <i>e – Commerce</i> .....	13
2.1.2.2 Klasifikasi <i>e – Commerce</i> .....	14
2.1.2.3 Manfaat <i>e-Commerce</i> .....	14
2.1.3 Kualitas Pelayanan .....	16
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.3.2 Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.4 Nilai Pelanggan .....	17
2.1.4.1 Pengertian Nilai Pelanggan .....	17
2.1.4.2 Analisis Nilai Pelanggan .....	18

2.1.4.3	Dimensi-dimensi Nilai Pelanggan .....	19
2.1.5	Promosi.....	19
2.1.5.1	Pengertian Promosi Penjualan .....	20
2.1.5.2	Dimensi-dimensi Promosi Penjualan .....	21
2.1.6	Kepuasan Konsumen .....	21
2.1.6.1	Pengertian Kepuasan .....	21
2.1.6.2	Dampak Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen .....	22
2.1.6.3	Mengukur Kepuasan Konsumen.....	23
2.1.6.4	Dimensi-dimensi Kepuasan Konsumen .....	24
2.2	Review Penelitian Terdahulu.....	25
2.3	Kerangka Konseptual .....	28
2.4	Pengembangan Hipotesis.....	29
2.4.1	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	30
2.4.2	Hubungan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	30
2.4.3	Hubungan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
2.4.4	Hubungan Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	31

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....**

3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Objek Penelitian.....	33
3.3	Populasi dan Sampel .....	33
3.3.1	Populasi.....	33
3.3.2	Sampel .....	34
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4.1	Data Primer .....	35
3.4.2	Data Sekunder .....	35
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	36
3.5.1	Variabel Penelitian .....	36
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.6	Metode Analisis Data .....	38
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	38
3.6.2	Pengujian Kualitas Data .....	38

3.6.2.1	Uji Validitas .....	39
3.6.2.2	Uji Reliabilitas.....	39
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik.....	39
3.6.3.1	Uji Multikolonieritas.....	39
3.6.3.2	Uji Normalitas .....	40
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.6.5	Pengujian Hipotesis .....	41
3.6.5.1	Uji t (Uji Parsial).....	41
3.6.5.2	Uji F (Uji Simultan) .....	42
3.6.5.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	42
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	44
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan.....	44
4.1.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	45
4.1.1.3	Layanan Transportasi Grab Car .....	46
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	46
4.1.3	Gambaran Umum Responden (Demografi) .....	47
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif.....	50
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data.....	54
4.1.5.1	Hasil Uji Validitas.....	55
4.1.5.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	57
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	57
4.1.6.1	Hasil Uji Multikolonieritas.....	57
4.1.6.2	Hasil Uji Normalitas .....	58
4.1.6.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.1.7	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis .....	63
4.1.8.1	Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	63
4.1.8.2	Hasil Uji F (Uji Simultan).....	64
4.1.8.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65

4.2	Pembahasan .....	65
4.2.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	66
4.2.2	Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	67
4.2.3	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	67
4.2.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	68
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1	Kesimpulan .....	70
5.2	Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>74</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>132</b>



# UNIVERSITAS MIKROSKIL



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Review Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1	Rincian Jumlah Populasi Mahasiswa STIE Mikroskil .....	33
Tabel 3.2	Bobot Instrumen Skala Likert .....	35
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel .....	37
Tabel 4.1	Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	47
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi .....	48
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Stambuk .....	49
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Penggunaan Layanan Grab Car .....	49
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Kualitas Pelayanan .....	50
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Nilai Pelanggan .....	51
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Promosi .....	52
Tabel 4.10	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Kepuasan Konsumen .....	53
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas .....	55
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolonieritas .....	57
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Statistik .....	61
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
Tabel 4.17	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	63
Tabel 4.18	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	64
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tarif Harga Yang Berubah-ubah .....	3
Gambar 1.2 Promo Yang Ditawarkan Dengan Pembayaran Grab Pay .....	4
Gambar 2.1 Hubungan Kepuasan Pelanggan - <i>Profit</i> .....	23
Gambar 2.2 Tindakan Konsumen Akibat Ketidakpuasan.....	23
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Metode Grafik Histogram .....	58
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Metode Grafik <i>Normal Probability P Plot</i> .....	59
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Grafik .....	61



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	74
Lampiran 2	Distribusi Jawaban Responden .....	81
Lampiran 3	Hasil Statistik Deskriptif .....	104
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	109
Lampiran 5	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	114
Lampiran 6	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	117
Lampiran 7	Hasil Uji Hipotesis .....	118
Lampiran 8	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	119
Lampiran 9	Nilai Distribusi Tabel r .....	120
Lampiran 10	Nilai Distribusi Tabel t .....	121
Lampiran 11	Nilai Distribusi Tabel F .....	124
Lampiran 12	Surat Keterangan Riset .....	131

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL