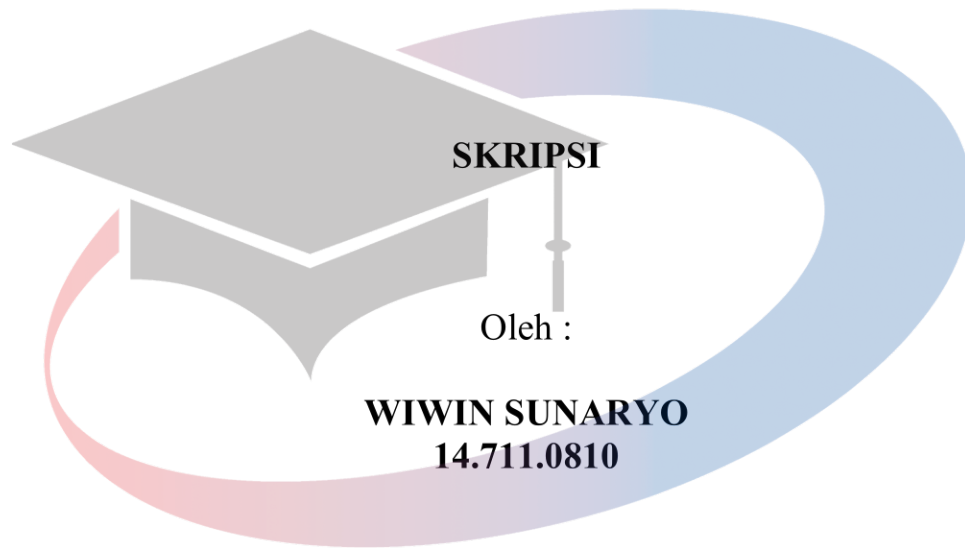


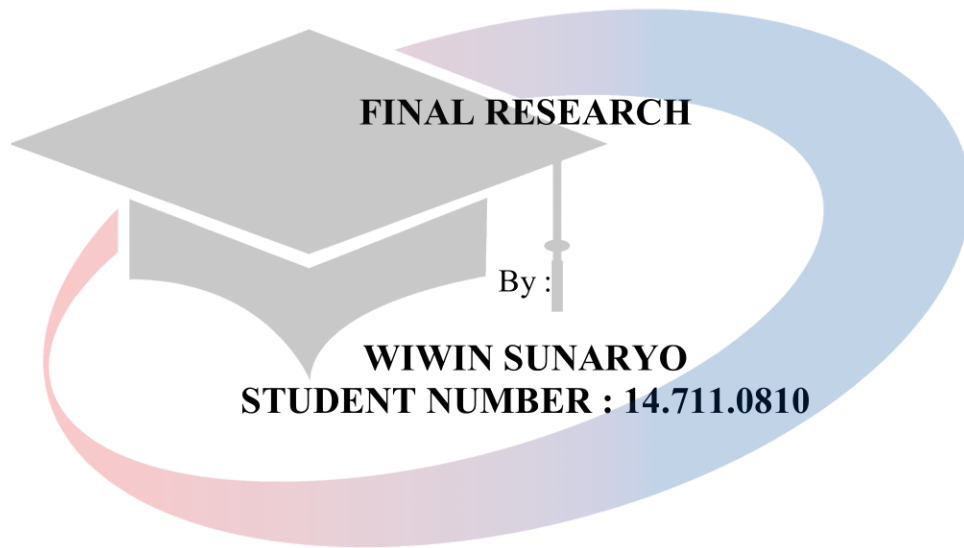
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN  
TRANSPORTASI GRAB CAR (STUDI KASUS  
PADA MAHASISWA STIE MIKROSKIL)**



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSKIL  
MEDAN  
2018**

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING CONSUMER DECISION  
ON USE OF GRAB CAR TRANSPORTATION (STUDY  
CASE ON STIE MIKROSKIL)**



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSKIL  
MEDAN  
2018**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN  
TRANSPORTASI GRAB CAR (STUDI KASUS  
PADA MAHASISWA STIE MIKROSKIL)**

**SKRIPSI**

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

Oleh :  
**WIWIN SUNARYO**  
NIM: 14.711.0810

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,

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

Dosen Pembimbing II,

(Ella Silvana Ginting, S.E., M.Si.)

Medan, 6 Agustus 2018  
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 mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Wiwin Sunaryo  
NIM : 14.711.0810  
Peminatan : Manajemen Bisnis

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

Judul Tugas Akhir : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Terhadap Penggunaan Transportasi Grab Car (Studi Kasus Pada Manajemen Mikroskil Medan)  
Tempat Penelitian : STIE Mikroskil Medan  
Alamat Tempat Penelitian : Jl. M.H. Thamrin No.112, 124 dan 140  
No. 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 pangalan 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, 6 Agustus 2018

Saya yang membuat pernyataan,



(Wiwin Sunaryo)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap penggunaan transportasi *online* Grab Car pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STIE Mikroskil, yaitu sebanyak 984 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 284 mahasiswa yang digunakan sebagai responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian secara parsial yaitu uji t menunjukkan bahwa variabel inovasi layanan dan harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan konsumen pada penggunaan jasa transportasi Grab Car. Sedangkan *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada penggunaan jasa transportasi Grab Car. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted r square*) sebesar 0,072 yang berarti secara simultan menunjukkan bahwa variabel *brand image*, inovasi layanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen sebesar 7,2% dan sisanya sebesar 92,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** *Brand Image, Inovasi Layanan, Harga, Keputusan Konsumen.*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ABSTRACT

This research aims to see what are the factors that influence consumer decisions on the use of online transportation Grab Car at STIE Students in Mikroskil Medan. The type of research used is associative research. Population in this research is all student of STIE Mikroskil, that is 984 students. Sampling technique using non probability sampling with purposive sampling approach with sample number 284 student which used as respondent. Data collection techniques using questionnaires that have been tested for validity and reliability. Partial test that is t test indicate that variable of service innovation and price have positive and significant influence to consumer decision on usage of Grab Car transportation service. While the brand image has no effect on consumer decisions on the use of transportation services Grab Car. The value of coefficient of determination (Adjusted r square) of 0.072 which means simultaneously shows that the brand image variables, service innovation and price affects consumer decisions by 7.2% and the rest of 92.8% explained by other variables not examined in this research.

**Keywords :** *Brand Image, Service Innovation, Price, Consumer Decisions*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan berkat, kasih-Nya yang berlimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Terhadap Penggunaan Transportasi Grabcar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Mikroskil)” dengan baik.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik tidak lepas dari banyaknya bantuan dan dukungan, baik secara moril maupun materik serta motivasi yang diberikan oleh orang-orang terdekat, tersayang dan segenap pihak kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Ketua STIE Mikroskil yang telah memberikan waktu, wawasan, bimbingan, dan saran, serta arahan pada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ibu Ella Silvana Ginting, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, wawasan, bimbingan, dan saran, serta arahan pada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua I STMIK – STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Paulus, S.Kom., M.T., selaku Wakil Ketua II STMIK - STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Saliman, S.T., selaku Wakil Ketua III STMIK - STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil 2018.
7. Ibu Maggee Senata, S.E.M.Si., selaku Sekertaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil 2018.
8. Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si., selaku Dosen Wali kelas Manajemen Bisnis A sore angkatan 2014.
9. Bapak dan Ibu Dosen STIE – Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.

10. Kedua orang tua saya dan keluarga besar yang memberikan dukungan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
  11. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk penulis, terima kasih atas kerja samanya.
  12. Teman teman Manajemen Bisnis angkatan 2014 yang telah menemani selama empat tahun terakhir di bangku kuliah yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
  13. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Baik dalam penyajian materi, pembahasan dan lainnya. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan dalam perbaikan skripsi ini.

Medan, Juli 2018

Penulis,

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

Wiwin Sunaryo



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Ruang Lingkup Penelitian .....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Originalitas .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2. Pemasaran Jasa .....	9
2.1.3. <i>Brand Image</i> .....	9
2.1.4. Inovasi Layanan .....	12
2.1.5. Harga .....	15
2.1.6. Keputusan Pembelian Konsumen.....	20
2.2. Review Penelitian Terdahulu .....	25
2.3. Kerangka Konseptual .....	28
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	29

2.4.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Konsumen.....	29
2.4.2. Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Keputusan Konsumen .....	29
2.4.3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Konsumen .....	30
2.4.4. Pengaruh <i>Brand Image</i> , Inovasi Layanan, dan Harga terhadap Keputusan Konsumen .....	31

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN ..... 32**

3.1. Jenis Penelitian .....	32
3.2. Objek Penelitian .....	32
3.3. Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1. Populasi .....	32
3.3.2. Sampel .....	32
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	33
3.4.1. Penelitian Lapangan (Data Primer) .....	33
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	34
3.6. Metode Analisis Data .....	36
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	36
3.6.2. Analisis Kualitas Data .....	36
3.6.3. Uji Asumsi Klasik .....	37
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	38
3.6.5. Uji Hipotesis.....	39

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 41**

4.1. Hasil Penelitian.....	41
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	41
4.1.2. Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	43
4.1.3. Gambaran Umum Responden (Demografi) .....	43
4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif .....	44

4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data.....	48
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
4.1.7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	57
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis .....	58
4.2. Pembahasan .....	61
4.2.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Konsumen .....	61
4.2.2. Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Keputusan Konsumen.....	61
4.2.3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Konsumen.....	62
4.2.4. Pengaruh <i>Brand Image</i> , Inovasi Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen .....	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
5.1. Kesimpulan.....	65
5.2. Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>x</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Metode Pembayaran dan Promosi.....	2
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Jam Sibuk dan Non Sibuk .....	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Data Jumlah Mahasiswa STIE-Mikroskil Medan.....	32
Tabel 3.2 Skala Likert.....	34
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> .....	45
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Inovasi Layanan .....	46
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	47
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Konsumen.....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i> .....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Inovasi Layanan .....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Harga.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Konsumen .....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov .....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Glejser .....	57
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	57
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji-t).....	59
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji-F) .....	60
Tabel 4.19 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	21
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	28
Gambar 4.1 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas .....	52
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot .....	53
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Scatterplot .....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	74
Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif.....	108
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	110
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	112
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	114
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis.....	114
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	115
Lampiran 9 Tabel Distribusi.....	116



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL