

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Caroline Natasha

11130040

Prodi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta

2017

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

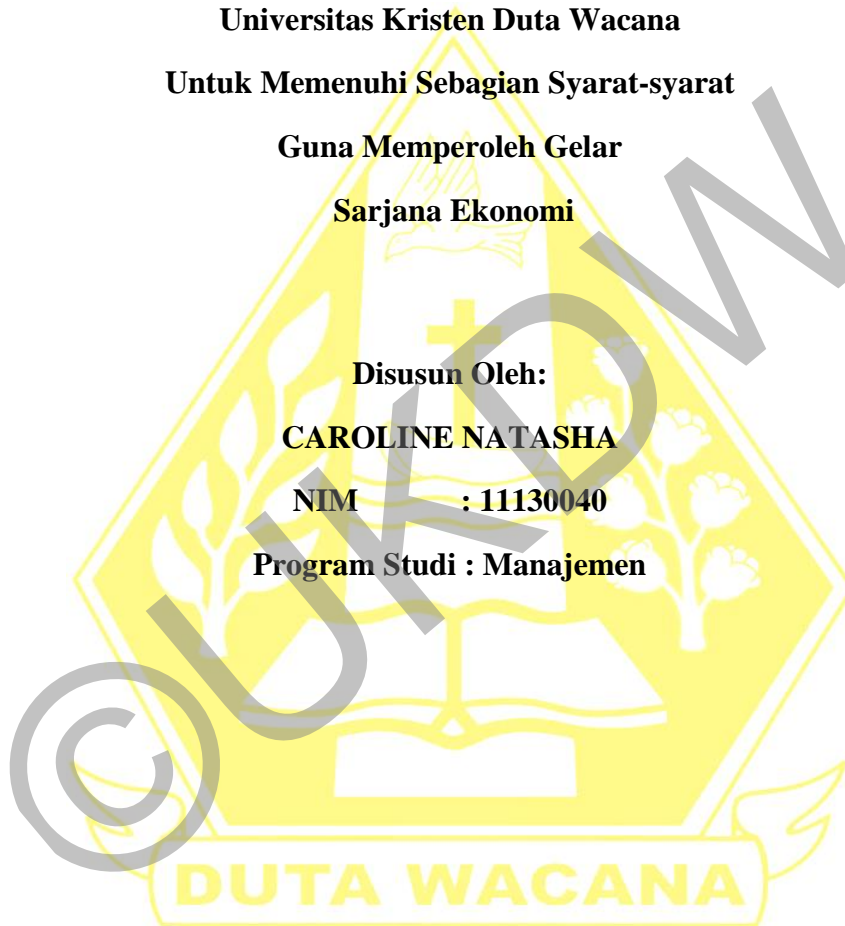
Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

CAROLINE NATASHA

NIM : 11130040

Program Studi : Manajemen



FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

CAROLINE NATASHA

11130040

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

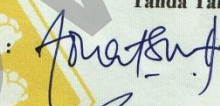
dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal **04 JUL 2017**

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. **Jonathan Herdioko, SE., MM**
(Ketua Tim)

: 

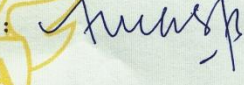
2. **Drs. Purnawan Hadiyanto, Mec.Dev**
(Dosen Penguji)

: 

3. **Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si**
(Dosen Penguji)

: 

4. **Dra. Purwani Retno Andalas, MM**
(Dosen Pembimbing)

: 

UTA WACANA

Yogyakarta, **6-Juli-2017**

Disahkan oleh:

Dekan,

Wakil Dekan I Manejemen,



Dr.Singgih Santoso, MM



Drs.Sisnuhadi, MBA

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi ini dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada program studi manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 29 Mei 2017



Caroline Natasha

11130040

Halaman Motto

“Don’t wait for the perfect moment, take the moment and make it perfect”

(Zoey Sayward)

“Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat.”

(Winston Churchill)

"Knowing is not enough, we must apply. Willing is not enough, We must do"

(Bruce Lee)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

Tuhan Yesus Kristus

Seluruh Keluarga Terkasih

Purwani Retno A, Dra, MM

Sahabat Tercinta

Teman-Teman Fakultas Bisnis 2013

Alamamaterku Tercinta

©UKDW

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK di Yogyakarta”** ini dengan baik.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar sarjana (S1) dibidang manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mebanu, baik secara langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih-Nya yang tidak pernah berkesudahan dalam kehidupan saya, yang sudah menyertai saya dari awal perkuliahan sampai dengna selesainya penulisan Skripsi ini.
2. Orang tua tercinta yang selalu meberikan dukungan dan motivasi untuk saya lewat doa serta selalu meberikan nasehat untuk saya dengan kasih sayang yang tulus dan pengorbanan secara materi sehingga saya dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Dr.Singgih Santoso, MM ,selaku dekan fakultas bisnis ,Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Bapak Drs.Sisnuhadi,MBA ,selaku wakil dekan 1 fakultas bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Ibu Purwani Retno A, Dra, MM ,selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar meberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
6. Seluruh keluarga terkasih di Solo, Magelang dan Surabaya yang tidak pernah berhenti meberikan motivasi dan doa kepada saya.
7. Para sahabat terkasih yaitu (Renti,Ninik,Anton,Elis,Desla,Jeanette, dan Victor) yang sudah bersama-sama dalam suka dan duka melewati perkuliahan ini dari awal sampai selesainya

Skripsi ini, menjadi motivator dan saudara yang baik.

8. Teman-teman Manajemen 2012 (Kak Johan Setiawan, Kak Artha Simanjuntak, dan Kak Steffany) yang telah membagikan ilmu selama masa perkuliahan.
9. Teman-teman Manajemen 2013 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
10. Bapak Edy Nugroho, SE., MSc. yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu saya dalam mengolah data Skripsi.
11. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna pada umumnya.

Yogyakarta,.....

Penulis,

Caroline Natasha

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAKSI.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	11
2.2 Harga.....	13
2.2.1 Pengertian Harga.....	13
2.2.2 Peranan Harga.....	13
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	15
2.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	15
2.3.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	16

2.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	17
2.4 Penelitian Terdahulu.....	19
2.5 Kerangka Penelitian.....	20
2.6 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Data.....	22
3.1.1 Pengumpulan Data.....	23
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	24
3.2.1 Definisi Operasional.....	24
3.3 Metode Analisis Data.....	26
3.3.1 Uji Validitas.....	26
3.3.2 Uji Reabilitas.....	27
3.3.3 Analisis Deskriptif.....	28
3.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	29
3.3.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	33
4.1 Deskriptif Obyek Penelitian.....	33
4.1.1 Obyek Penelitian.....	33
4.1.2 Sejarah GOJEK.....	33
4.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	35
4.2.1 Analisis Validitas.....	36
4.2.2 Analisis Reabilitas.....	38
4.2.3 Analisis Deskriptif.....	38
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4.2.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	45
4.2.6 Uji T.....	46
4.3.7 Uji F.....	48
4.3 Pembahasan Hasil.....	49
BAB V PENUTUP.....	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	55

5.3 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN	

©UKDW

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4.2 Hasil Uji Reabilitas.....	38
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel .4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	41
Tabel 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan Rutinitas Berlangganan/bulan.....	41
Tabel 4.8 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Berlangganan/bulan.....	42
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linier Berganda.....	43
Tabel 4.10 Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi (R^2).....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji T (t test).....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji F (f test).....	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Tabel 2.1. Kerangka Penelitian.....	20

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reabilitas
- Lampiran 4 Analisis Regresi Linier Berganda

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji seberapa besar pengaruh variabel independen yang meliputi berwujud, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan harga terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan GOJEK di Yogyakarta. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F dan uji T. Hasil penelitian menggunakan uji T diketahui bahwa kualitas layanan meliputi berwujud (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar dengan tingkat signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$ atau 5%, kehandalan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$ atau 5%, daya tanggap (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$ atau 5%, jaminan (X4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$ atau 5%, empati (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi $0,044 < 0,05$ atau 5%, sedangkan harga (X6) diketahui memiliki signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ atau 5%, hal ini menunjukkan variabel yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Sedangkan kualitas layanan meliputi berwujud, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari besarnya nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,700 atau 70,0%.

Kata kunci: *Kualitas Layanan (Berwujud, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati), Harga, Kepuasan pelanggan.*

ABSTRACT

This study aims to determine and compare a set of, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and price to the dependent variable that is customer satisfaction GOJEK in Yogyakarta. Data with menggunakan questionnaires filled by respondents. Samples taken A total of 100 people using non probability techniques Sampling with accidental sampling approach, that is sampling technique based on chance, that anyone who happened to meet with researcher can be used as sample if seen fit.

This research uses multiple linear regression analysis method. Hypothesis testing is done by using F test and T test. The result of research using T test is known quality with significance level $0,047 < 0,05$ Or 5%, reliability (X2) significant to customer satisfaction with The level of significance of $0.046 < 0.05$ or 5%, the responsiveness (X3) significant to customer satisfaction with a significance level of $0.047 < 0.05$ or 5%, Assurance (X4) significant to customer satisfaction with a significance level of $0.047 < 0.05$ or 5 %, Empathy (X5) significant to customer satisfaction with a significance level of $0.044 < 0.05$ or 5%, while the price (X6) is known to have a significance of $0.003 < 0.05$ or 5%, This shows the dominant variable in affecting customer satisfaction is price. While the quality of services include tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and pricing affect simultaneously to customer satisfaction. This can be seen from the value of Adjusted R Square value of 0.700 or 70.0%.

Keywords: *Quality of Service (Tangible, Reliability, Responsivness, Assurance, Empathy), Price, Customer Satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji seberapa besar pengaruh variabel independen yang meliputi berwujud, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan harga terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan GOJEK di Yogyakarta. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F dan uji T. Hasil penelitian menggunakan uji T diketahui bahwa kualitas layanan meliputi berwujud (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar dengan tingkat signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$ atau 5%, kehandalan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$ atau 5%, daya tanggap (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$ atau 5%, jaminan (X4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$ atau 5%, empati (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi $0,044 < 0,05$ atau 5%, sedangkan harga (X6) diketahui memiliki signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ atau 5%, hal ini menunjukkan variabel yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Sedangkan kualitas layanan meliputi berwujud, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari besarnya nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,700 atau 70,0%.

Kata kunci: *Kualitas Layanan (Berwujud, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati), Harga, Kepuasan pelanggan.*

ABSTRACT

This study aims to determine and compare a set of, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and price to the dependent variable that is customer satisfaction GOJEK in Yogyakarta. Data with menggunakan questionnaires filled by respondents. Samples taken A total of 100 people using non probability techniques Sampling with accidental sampling approach, that is sampling technique based on chance, that anyone who happened to meet with researcher can be used as sample if seen fit.

This research uses multiple linear regression analysis method. Hypothesis testing is done by using F test and T test. The result of research using T test is known quality with significance level $0,047 < 0,05$ Or 5%, reliability (X2) significant to customer satisfaction with The level of significance of $0.046 < 0.05$ or 5%, the responsiveness (X3) significant to customer satisfaction with a significance level of $0.047 < 0.05$ or 5%, Assurance (X4) significant to customer satisfaction with a significance level of $0.047 < 0.05$ or 5 %, Empathy (X5) significant to customer satisfaction with a significance level of $0.044 < 0.05$ or 5%, while the price (X6) is known to have a significance of $0.003 < 0.05$ or 5%, This shows the dominant variable in affecting customer satisfaction is price. While the quality of services include tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and pricing affect simultaneously to customer satisfaction. This can be seen from the value of Adjusted R Square value of 0.700 or 70.0%.

Keywords: *Quality of Service (Tangible, Reliability, Responsivness, Assurance, Empathy), Price, Customer Satisfaction.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan era globalisasi serta persaingan bisnis yang semakin pesat, ketat dan mengalami perubahan secara terus menerus, telah membuat berbagai perusahaan dituntut untuk senantiasa berusaha mempertahankan pangsa pasarnya serta mempunyai kemampuan untuk dapat mengimplementasikan strategi pemasaran yang dapat memberikan, menciptakan, dan menambah tingkat kepuasan terhadap pelanggannya. Terlebih semakain banyaknya bermuculan perusahaan lainnya yang dapat menjadi suatu ancaman dalam bisnis serta turut mempengaruhi standar kualitas pelayanan.

Melihat perkembangan bisnis jasa yang semakin beraneka ragam saat ini yang digunakan sebagai penunjang aktivitas dan memenuhi kebutuhan masyarakat, beberapa perusahaan jasa mulai berlomba mengembangkan layanannya dengan memberikan kemudahan pemesanan, kenyamanan armadanya, ketepatan waktu dan lain sebagainya. Salah satu bisnis dalam sektor jasa yang berkembang pesat pada saat ini adalah jasa dalam bidang transportasi. Transportasi menjadi salah satu penunjang penting dalam kegiatan sehari-hari terutama di wilayah perkotaan. Transportasi yang baik dapat mencerminkan keteraturan kota yang baik pula, hal ini disebabkan karena transportasi merupakan suatu alat bantu dalam mengarahkan pembangunan di daerah perkotaan. Transportasi merupakan sarana perkembangan penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian, memperkuat persatuan, dan kesatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan. Semakin baik dan tertatanya transportasi di suatu daerah maka akan semakin baik pula perekonomiannya

dengan adanya pertumbuhan penduduk semakin mempengaruhi kebutuhan akan jasa transportasi yang semakin meningkat pula, hal ini menyebabkan terjadinya banyak persaingan dengan hadirnya jasa-jasa transportasi.

Di Indonesia sendiri ada begitu banyak dijumpai kendaraan roda dua seperti sepeda motor yang merupakan transportasi umum yang disewakan dengan cara membonceng penumpang atau mengangkut barang dengan harga yang disepakati. Moda transportasi ini umumnya dikenal dengan nama ojek. Ojek sudah banyak digunakan oleh penduduk kota-kota besar di Indonesia seperti di Jakarta, Surabaya, dan Bali karena kelebihannya dibandingkan dengan angkutan lain yaitu lebih cepat dan dapat melewati sela-sela kemacetan di kota-kota besar.

Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih pada saat ini. Teknologi transportasi pun tidak kalah berkembangnya terdapat fenomena ojek yang menyita perhatian masyarakat, yaitu ojek berbasis suatu aplikasi yang dapat memudahkan pemesanan layanan berbasis *online*, seperti banyak penyedia layanan transportasi *online* di Indonesia yang dikenal dengan nama GOJEK, Grabbike, Grabtaxi, Uber, Say Taxi, Call Jack, Grab Car dan lain-lain. Di Yogyakarta terdapat transportasi ojek online GOJEK yang menjadi sebuah fenomena ojek *online* yang semakin digemari masyarakat, karena beberapa kelebihannya seperti efisiensi dalam waktu, cara pemesanan yang mudah, melayani saat dibutuhkan, memiliki atribut sendiri helm dan jaket berwarna hijau bertulis logo GOJEK.

Mengikuti perkembangan ojek *online* yang semakin menjamur menimbulkan terjadinya persaingan harga dan kualitas layanan yang diberikan jasa ojek *online* lainnya. Hal ini yang membuat masyarakat yang semakin selektif dalam memilih jasa transportasi ojek

online yang mampu memenuhi kepuasannya sesuai dengan layanan dan tarif harga yang didapat.

Melihat pentingnya kualitas layanan dan harga akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menikmati jasa. Pendapat kuat disampaikan oleh Lupyoadi (2001) bahwa tingkat kepuasan konsumen diukur dengan beberapa faktor, yaitu kualitas layanan, emosi, dan harga. Sedangkan menurut Umar (2005) berpendapat bahwa seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama dan Kotler (2001 : 46) berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. Berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli, maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan yakni: bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), jaminan (*assurance*) dengan obyek penelitian pada masyarakat Yogyakarta yang pernah menggunakan jasa transportasi GOJEK.

GOJEK merupakan sebuah perusahaan jasa transportasi dengan sepeda motor dengan sistem *online*. GOJEK adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek. GOJEK menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja, serta berpergian ditengah kemacetan kota. PT GOJEK Indonesia berdiri sejak tahun 2011 oleh seorang pemuda bernama Michaelango dan Nadiem Makarin mereka menyediakan jasa transportasi ojek berbasis *online* dengan merk GOJEK yang dilengkapi dengan fasilitas sepeda motor, aplikasi ini menyediakan nama, nomor telepon, dan GPS untuk mempermudah melacak para pengemudi. Fasilitas lainnya yang didapat saat

sedang menikmati layanan ini adalah jaket, jas hujan, asuransi, helm berlogo GOJEK dan terdapat juga fasilitas layanan dalam aplikasi yaitu *Go Points*, tombol bantuan, pengaduan pada akhir pelayanan untuk memberikan penilaian terhadap *driver*, sehingga pihak manajemen GOJEK dapat memonitor tingkat kepuasan layanan yang didapat.

Aplikasi GOJEK menawarkan berbagai macam jasa layanan, seperti *Go Ride* (jasa angkutan sepeda motor), *Go Car* (jasa angkutan mobil), *Go Food* (jasa layanan antar makanan-minuman), *GoMart* (jasa layanan belanja), *Go Send* (layanan antar barang dengan sepeda motor), *Go Box* (layanan antar barang dengan mobil), *Go Pulsa* (layanan beli pulsa), *Go Massage* (layanan refleksi), *Go Clean* (layanan pembersih rumah) yang menyediakan berbagai fitur-fitur menarik untuk menciptakan keunggulan, kecepatan, dan fasilitas lengkap dalam mencapai kepuasan pelanggan. Layanan yang lengkap dari GOJEK dan sistem transparan ini telah menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa transportasi ini karena konsumen tidak perlu melakukan tawar-menawar harga karena harga dihitung dari jarak tempuh. Walaupun GOJEK sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat khususnya Yogyakarta namun jasa di bidang transportasi ini harus tetap memperhatikan kenyamanan, keamanan serta kepuasan pelanggannya. Jika pelanggan puas akan pelayanan yang diberikan oleh GOJEK maka pelanggan akan menggunakan GOJEK secara berulang yang kemudian dapat menjadi pelanggan yang setia, sehingga perusahaan GOJEK dapat berpeluang menjadi *market leader* dan hal ini yang menjadikan perusahaan semakin maju dan terpercaya. Berdasarkan berbagai aplikasi yang ditawarkan oleh GOJEK maka peneliti mengambil pada jasa layanan *Go-Ride* karena terdapat lebih banyak pelanggan yang menggunakan layanan *Go-Ride* serta pelanggan dapat merasakan langsung layanan ini mulai

dari pemesanan sampai ke tujuan akhir sehingga peneliti dapat mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen GOJEK di Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan-permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah berwujud berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta?
- b. Apakah kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta?
- c. Apakah daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta?
- d. Apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta?
- e. Apakah empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta?
- f. Apakah persepsi tentang harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta?
- g. Apakah berwujud, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan persepsi harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini mempunyai beberapa tujuan yang ingin dicapai, diantaranya:

- a. Untuk mengetahui pengaruh berwujud terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta.
- c. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta.
- d. Untuk mengetahui pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta.
- e. Untuk mengetahui pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta.
- f. Untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta.
- g. Untuk mengetahui pengaruh simultan berwujud, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dari berbagai pihak, antara lain:

- a. Bagi Penulis
Menambah wawasan, pengalaman, dan keterampilan dengan ilmu yang telah didapat serta dapat mempraktekannya langsung di lapangan.
- b. Bagi Peneliti Berikutnya

Penelitian ini dapat sebagai acuan dan referensi dalam bidang kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

c. Bagi Akademik

Dapat bermanfaat sebagai sarana penunjang ilmu pendidikan terutama dalam bidang studi manajemen pemasaran untuk penelitian lebih lanjut.

d. Bagi PT.GOJEK di Yogyakarta

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi input informasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini ditemukan berbagai masalah yang ada, supaya masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka peneliti membatasi ruang lingkup permasalahannya antara lain:

- a. Penelitian ini dilakukan kepada pelanggan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta.
- b. Jumlah responden sebanyak 100 orang.
- c. Penelitian ini dilakukan selama bulan Maret-Mei 2017
- d. Karakteristik responden yang diteliti meliputi:
 - 1.Usia
 - 2.Jenis Kelamin
 - 3.Perkerjaan
 - 4.Pengeluaran
 - 5.Rutinitas berlangganan GOJEK selama sebulan terakhir
 - 6.Frekuensi penggunaan jasa transportasi GOJEK di Yogyakarta selama sebulan terakhir.
- e. Variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan jasa transportasi GOJEK

adalah kualitas layanan (wujud,kehandalan,daya tanggap,jaminan,empati) dan persepsi harga.

©UKDW

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Yogyakarta dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel wujud secara secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Yogyakarta.
- b. Variabel kehandalan secara secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Yogyakarta.
- c. Variabel daya tanggap secara secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Yogyakarta.
- d. Variabel jaminan secara secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Yogyakarta.
- e. Variabel empati secara secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Yogyakarta.
- f. Variabel harga secara secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Yogyakarta.
- g. Variabel wujud,kehandalan,daya tanggap,jaminan,empati, danharga secara secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan GOJEK di Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan. Beberapa keterbatasan penelitian tersebut antara lain:

- a. Penelitian ini menyediakan kuesioner dengan jawaban tertutup, sehingga memaksa responden untuk mengisi jawaban sesuai dengan pilihan yang disediakan oleh penulis.
- b. Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah kota Yogyakarta saja serta memiliki keterbatasan penelitian dengan responden sebanyak 100 responden yang merupakan pelanggan yang pernah menggunakan transportasi ojek online GOJEK di Yogyakarta, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan.

5.3 Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun saran-saran yang diajukan penulis antara lain:

- a. Kepada pihak perusahaan GOJEK di Yogyakarta agar mempertahankan harga yang terjangkau dan layanan yang memuaskan agar penumpang dapat menjadi pelanggan yang setia menggunakan jasa GOJEK.
- b. Kepada pihak GOJEK disarankan pula untuk terus mengembangkan kualitas layanan agar pelanggan bisa bertahan dan bahkan semakin bertambah sehingga perusahaan GOJEK dapat berpeluang menjadi *market leader* dalam bidang transportasi ojek online di Yogyakarta.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain yang memiliki hubungan dan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan agar hasil penelitian dapat lebih berkembang lagi serta dapat memberikan informasi lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S.2009.*Prosedur Penelitian*.Jakarta:Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin.2003.*Reliabilitas dan Validitas*.Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Berrydan Parasuraman.2003.“ *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan* ”vol.2124-30:Barkelay.
- Chandra, Gregorius.2002.*Strategi dan Program Pemasaran*.Edisi 1.Yogyakarta:Andi.
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra.2011.*Service, Quality and Satisfaction*.edisi3.Yogyakarta:Andi.
- Husein,Umar 2005.*Metode Penelitian*.Jakarta:Salaemba Empat.
- Kertajaya, Hermawan.2006.*Hermawan Kertajaya on Marketing Mix*.Jakarta:PT.Gramedia Pusaka Umum.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi keduabelas.Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.2001.*Prinsip-prinsip Pemasaran*.Jilid 2.Edisi Kedelapan.Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip.2000.*Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*.Jakarta:Prehallindo.
- Kotler, Phillip dan Keller,Kevin Lane.2009.*Manajemen Pemasaran*.Edisi Ketiga.Jakarta:Erlangga.
- Lewis,R.C and B.H.Booms.1983. “*The Marketing Aspects of Service Quality*”,in Berry,L.L.,G.Shostack and G.upah.*Emerging Perspectives in Services Marketing Chicago*:American Marketing Association,pp.99-107.
- Lovelock, H. Christopher& Lauren A. Wright.2007.*Manajemen Pemasaran Jasa*.Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi,Rambat.2001.*ManajemenPemasaran Jasa*.Edisi Pertama.Depok:Salemba Empat.
- Lupiyoadi,Rambat.2013.*Manajemen Pemasaran Jasa*.Jakarta:Salemba Empat.
- Marati,Nafisachoirulmarati.2016.“*Pengaruh kualitas layanan dan hargaterhadap kepuasan konsumen ojek online*”(studi kasus pada Gojek Surabaya).Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Mardikawati, Woro dan Farida.2013.“*Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*”.Semarang.Jurnal Adminitrasi Bisnis.
- Murdanu.2003.*Geometri*.Handout.Yogyakarta:Jurusan Pendidikan Matematika.FMIPA UNY.

- Nugriantoro, Burhan.2000.*Teori Pengkajian Fiksi*.Yogyakarta:Gajah Mada University Press Gramedia.
- Roesanto.2000. *Manajemen Pemasaran*. Buku 2: Salemba Empat.
- Rudyatomy,Deode.2014.*Pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan(studi kasus taksi Bluebird Surabaya)*. Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Negeri Surabaya.
- Santoso, Singgih.2011.*Buku Latihan SPSS*.Jakarta:Felix Media Komputindo.
- Sugiyono.2007.*Metode Penelitian*.Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono.2008.*Statistika Untuk Penelitian*.Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono.2012.*Statistik Untuk Penelitian*.Bandung:Alfabeta
- Suratno, F.G. Sri & Nursya`bani Purnama.2004. “*Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua*”.Jurnal SINERGI Vol.7 No.1.
- Tjiptono, Fandy dan Wyckof.2004.*Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua.Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono,Fandy.2008.*Strategi Bisnis Pemasaran*.Yogyakarta:Andi.
- Trasunar, Nanang.2006.”*Kualitas Pelayanan sebagai strategi menciptakan kepuasan pada pangkalan pendaratan ikan(PPI)*”.Jurnal Pemasaran Indonesia.
- Umar,Husain.2005.*Manajemen Riset Dan Perilaku Konsumen*.Jakarta:Gramedia.
- Zeithaml dan Bitner.2003.*Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm, 3rd edition*. Boston. Mc GrowHill/Irwin.
-, <http://www.ejournal.unesa.ac.id/article/13296/56/article.pdf> (Diakses pada 9 Febuari 2017 pukul 15.00 WIB)
-, <http://www.ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/15757> (Diakes pada 9 Febuari 2017 pukul 16.00 WIB)
-, <http://makalahjurusansisteminformasi.blogspot.co.id/2016/01/makalah-bedah-aplikasi-gojek.html> (Diakses pada 13 Maret 2017 pukul 21.00 WIB)
-, https://www.academia.edu/22503186/Analisis_Kepuasan_Konsumen_Terhadap_Kualitas_Pelayanan_GOJEK (Diakses pada 13 Maret 2017 pukul 21.26 WIB)