

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA
TRANSPORTASI ONLINE GRAB-CAR
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Di susun oleh:

KETMI NOVRIN SURIANTO

11110067

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

TAHUN AJARAN 2016/2017

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA
TRANSPORTASI ONLINE GRAB-CAR
DI DAERAH ISTIMEWAYOGYAKARTA**

SKRIPSI



Di susun oleh:

KETMI NOVRIN SURIANTO

11110067

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

TAHUN AJARAN 2016/2017

Halaman Pengajuan

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA
TRANSPORTASI ONLINE GRAB-CAR DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Ketmi Novrin Surianto

11110067

Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta

2016/2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA
TRANSPORTASI ONLINE GRAB-CAR
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

KETMI NOVRIN SURIANTO

11110067

Dalam Ujian Skripsi Program Studi SI Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal **29 MAR 2019**

Nama Dosen

1. Dra. Purwarni Retno Andalas, MM :
(Ketua Tim)
2. Dra. Ety Istriani, MM :
(Dosen Pembimbing)
3. Jonathan Herdiko, SE., MM :
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan

Yogyakarta, **05 APR 2019**

Disahkan oleh:

Dekan,



DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

Pernyataan Keaslian Skripsi

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABCAR DI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program studi S1 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 di cantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, - 03 -2019

Tanda Tangan


Ketmi Novrin Surianto

Halaman Motto

Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang di sertai dengan doa, karna sesungguhnya nasib seseorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa berusaha.

Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan

Yesaya 41:10

Halaman Persembahan

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan GrabCar 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) di bidang Manajemen.

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

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih-Nya yang tidak pernah berkesudahan dalam kehidupan saya, yang sudah menyertai saya dari awal perkuliahan sampai dengan selesainya penulisan Skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua tercinta saya papa (Oktavianus Surianto) dan mama (Sosile Irene Siruang) yang selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat serta kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku Dosen Wali saya dan dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

4. Ibu Dra. Eti Istriani, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
5. Para sahabat terkasih yaitu Julianti, Mirahai, Dean, Princes Demes Indry, Maria, kak Vicka, kak Licha, Sandra, kak Datu dan masih banyak lagi yang tidak saya sebutkan terima kasih sudah bersama-sama dalam suka dan duka melewati perkuliahaan ini dari awal sampai selesainya Skripsi ini, menjadi motivator dan saudara yang baik.
6. Kepada Mynael Try Wisnu yang memberikan semangat, secara fisik dan selalu berada mendampingi serta memberikan mendukung kepada saya.

Kata Pengantar

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan GrabCar Di Yogyakarta ”dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Adapun tujuan penulisan Skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana S1 Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak, Oleh karena itu saya hendak mengucapkan terima kasih.

Akhir kata, Saya menyadari bahwa Skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan. Semoga penyusunan laporan ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, - 03 -2019

Daftar Isi

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengajuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Keaslian Skripsi	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstraksi	xv
Abstract	xvi
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
Bab II Tinjauan Pustaka	7
2.1 Landasan teori	7

2.1.1	Kualitas Pelayanan	7
2.1.2	Dimensi Kualitas Pelayanan	8
2.2	Konsep Harga.....	8
2.3	Promosi.....	10
2.3.1	Bauran Promosi(<i>Promotion Mix</i>)	10
2.4	Kepuasan Pelanggan	15
2.5	Penelitian Terdahulu	18
2.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan.....	20
2.7	Pengaruh Harga Dengan Kepuasan Pelanggan	22
2.8	Pengaruh Promosi Dengan Kepuasan Pelanggan	22
2.9	Kerangka Penelitian	23
2.10	Hipotesis Penelitian.....	23
Bab III	Metode Penelitian	25
3.1	Data Penelitian.....	25
3.2	Waktu dan Lokasi Penelitian	26
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.4	Defenisi Variabel dan pengukurannya	28
3.4.1	Variabel Penelitian	28
3.4.2	Pengukuran Variabel	31
3.5	Metode Analisis Data	31
3.5.1	Uji Validitas	31
3.5.2	Uji Reabilitas.....	33
3.5.3	Analisis Deskriptif.....	34
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	35

3.5.5 Uji Signifikansi Pengaruh Secara Parsial(Uji T).....	35
3.5.6 Uji Signifikansi Pengaruh Secara Simultan(Uji F)	36
3.5.7 Koefisien Determinasi(R ²)	37
Bab IV Analisis dan Pembahasan	38
4.1 Hasil Analisis Data.....	38
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian	38
4.2.1 Uji Validitas	38
4.2.2 Uji Reliabilitas	40
4.3 Hasil Teknik Analisis Data	40
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	40
4.4 Hasil Uji Hipotesis	44
4.4.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
4.4.2 Koefisien Determinasi (R ²).....	46
4.4.3 Uji F	47
4.4.4 Uji t	48
4.5 Pembahasan.....	51
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan	
4.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	51
4.5.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	51
Bab V Kesimpulan dan Saran	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	55
Daftar Pustaka	56
Lampiran	58

Daftar Tabel

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.1 Uji Validitas	39
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4.7 Rangkuman Karakteristik Responden.....	44
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi (R^2).....	46
Tabel 4.10 Uji F	48
Tabel 4.11 Uji t	49

Daftar Gambar

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	23

©UKDW

Daftar Lampiran

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 2 Data Responden.....	62
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	65
Lampiran 4 Karakteristik Responden	67
Lampiran 5 Analisis Regresi Berganda	69
Lampiran 6 Tabel r.....	71
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	72

Abstraksi

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB-CAR DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan GrabCar di Yogyakarta. Pengambilan data dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang di ambil oleh peneliti adalah 100 responden.

Hasil uji F menunjukkan kualitas pelayanan, harga, dan promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan secara simultan. Hasil uji t menunjukkan bahwa harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen tetapi kualitas pelayanan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,700, hal ini berarti 70,0% kepuasan pelanggan GrabCar di Yogyakarta dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga dan promosi sedangkan sisanya 30,0% sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar variabel yang diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE, PRICE AND PROMOTION QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTIO, ON GRABCAR ONLINE IN YOGYAKARTA

The purpose of this study was to research service quality, price and promotion of Grabcar customer satisfaction in Yogyakarta. Retrieval of data using purposive sampling technique. The sample taken by the researcher was 100 respondents.

The F test results show service quality, price, and promotion effects customer satisfaction simultaneously. The results of the t test show prices and promotions show a significant effect on customer satisfaction But show that service quality is not significant for customer satisfaction. The test results of the coefficient of determination (R²) of 0.700, this means 70.0% Grabcar customer satisfaction in Yogyakarta is supported by service quality, prices and promotions received 30.0% received influenced by other variables that are outside the required variables.

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

Abstraksi

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB-CAR DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan GrabCar di Yogyakarta. Pengambilan data dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang di ambil oleh peneliti adalah 100 responden.

Hasil uji F menunjukkan kualitas pelayanan, harga, dan promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan secara simultan. Hasil uji t menunjukkan bahwa harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen tetapi kualitas pelayanan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,700, hal ini berarti 70,0% kepuasan pelanggan GrabCar di Yogyakarta dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga dan promosi sedangkan sisanya 30,0% sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar variabel yang diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE, PRICE AND PROMOTION QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTIO, ON GRABCAR ONLINE IN YOGYAKARTA

The purpose of this study was to research service quality, price and promotion of Grabcar customer satisfaction in Yogyakarta. Retrieval of data using purposive sampling technique. The sample taken by the researcher was 100 respondents.

The F test results show service quality, price, and promotion effects customer satisfaction simultaneously. The results of the t test show prices and promotions show a significant effect on customer satisfaction But show that service quality is not significant for customer satisfaction. The test results of the coefficient of determination (R²) of 0.700, this means 70.0% Grabcar customer satisfaction in Yogyakarta is supported by service quality, prices and promotions received 30.0% received influenced by other variables that are outside the required variables.

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

Bab I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dalam mendukung aktivitas atau mobilitas manusia setiap harinya sehingga harus dipersiapkan dengan baik dan aman karena sangat berpengaruh dalam kegiatan-kegiatan seperti perekonomian, pengiriman barang atau jasa, angkutan penumpang dan sebagainya. Dari berbagai jenis alat transportasi di Indonesia seperti darat, laut dan udara, transportasi darat merupakan salah satu yang diberi perhatian khusus oleh pemerintah dan para pengguna jasa transportasi karena di samping murah sampai dengan saat ini transportasi darat masih merupakan primadona bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Seiring dengan perkembangan teknologi, informasi, telekomunikasi, dan internet menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis berbasis internet.

Grab merupakan aplikasi layanan transportasi terpopuler di Asia Tenggara yang kini telah berada di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam, menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah Asia Tenggara. Layanan Grab ditujukan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan, dan kepastian. Grab sendiri telah hadir di Indonesia pada bulan Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi dan sejak itu telah memberikan beragam pilihan transportasi seperti mobil dan ojek. Pada tanggal 14 Juli 2016, Grab memaparkan

perkembangan bisnisnya dimana Grab mencatat pertumbuhan layanan *GrabCar* dan *GrabBike* yang luar biasa, terutama di Indonesia, pada semester pertama 2016 sejak Grab melakukan *rebrand* sebagai platform penyedia layanan pemesanan kendaraan terlengkap di bulan Januari.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:28) “Perkembangan pesat teknologi telah menciptakan cara baru yang menarik untuk mempelajari dan melacak konsumen dan menciptakan produk dan jasa yang diperuntukkan bagi kebutuhan konsumen perorangan. Teknologi juga membantu perusahaan mendistribusikan produk secara lebih efektif dan efisien” Kualitas layanan dan harga akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam menikmati suatu produk dan jasa.

Pendapat yang kuat disampaikan oleh Irawan (2004:37), bahwa untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen ada lima faktor, yaitu: kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional faktor, dan kemudahan. Zeithmal dan Bitner (2003) mengemukakan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas layanan atau jasa, emosi, harga, biaya.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2004). Terdapat dua faktor utama yang berpengaruh kepada kualitas pelayanan yaitu harapan pelanggan (*expectation*) dan kinerja perusahaan yang dapat dirasakan oleh konsumen (*performance*). Kualitas layanan perusahaan dianggap baik dan memuaskan jika perusahaan dapat memberikan jasa melampaui harapan konsumen, jika jasa yang diberikan lebih

rendah dari pada harapan konsumen, maka kualitas pelayanan perusahaan dianggap buruk. Pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering (Tjiptono, 2005).

Variabel harga secara umum bagi pelanggan yang sensitif harga murah merupakan sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi (Irawan 2004:37-40). Untuk industri ritel komponen harga merupakan hal penting dan sangat signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008) mengatakan harga sebagai sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Basu Swasta (2002) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang beserta pelayanannya.

Faktor lain yang mendukung kepuasan pelanggan adalah promosi. Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan kualitas penjualan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori Josep P. Cannon, (2009: 108) promosi adalah mengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Bagian promosi dalam bauran

pemasaran melibatkan pemberitahuan kepada pelanggan target bahwa produk yang tepat tersedia di tempat dan pada harga yang tepat.

Grab-Car di Yogyakarta juga mengalami pertumbuhan yang signifikan. Grab-Car Yogyakarta mulai beroperasi pada akhir 2016. Menurut www.naikuber.com, layanan Grab yang tersedia di kota Yogyakarta ini ada tiga layanan, yaitu Grab-Car, GrabRent dan GrabTaxi. Kedua layanan ini merupakan layanan utama perusahaan yang berasal dari negara Malaysia ini. Untuk layanan ojek online (*GrabBike*), kurir online (*GrabExpress*) dan layanan antar makanan (*GrabFood*) sekarang sudah tersedia. Tarif yang disediakan Grab tidak menunjukkan rincian tarif per-km atau per-menit dari layanannya, tarif akan muncul setelah pengguna memasukkan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan.

Dari uraian diatas penulis ingin mengetahui apakah kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dituangkan dalam judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Car Di Daerah Istimewa Yogyakarta.”**

1.2. Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Adakah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Grab-Car?

2. Adakah Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Grab-Car?
3. Adakah Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Grab-Car?
4. Adakah Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Grab-Car?

1.3. Batasan Masalah

Berikut ini adalah beberapa batasan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Waktu penelitian dilakukan pada bulan September 2018 sampai dengan selesai
2. Responden yang menjadi bahan penelitian saya adalah pengguna jasa Grab-Car Daerah Istimewa Yogyakarta. Responden yang akan menjadi penelitian ini berjumlah 100 orang.
3. Variabel bebas yang diteliti adalah variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi serta variabel terikatnya Kepuasan Pelanggan.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan pengguna Jasa Grab-Car.
2. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Jasa Grab-Car.

3. Untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Jasa Grab-Car.
4. Untuk Menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Grab-Car.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat bagi :

a. Bagi Penulis

Penulis berharap penelitian ini atau skripsi menambah ilmu mengenai kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna Grab-Car, Selain itu menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

b. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini untuk perluasan pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran.

c. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk menentukan faktor mana yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan Grab-Car dan untuk meningkatkan penjualan perusahaan serta menambah keuntungan bagi perusahaan.

BAB V

Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis berkaitan dengan Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan GrabCar di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan GrabCar di Yogyakarta. Hal ini mencerminkan bahwa Kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan kata lain kepuasan pelanggan GrabCar tidak ditentukan oleh kualitas pelayanan.
- b. Harga secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan GrabCar di Yogyakarta. Hal ini mencerminkan bahwa semakin terjangkau harga yang ditawarkan oleh GrabCar, maka kepuasan konsumen semakin meningkat. Dan jika harga semakin tidak terjangkau, maka kepuasan pelanggan GrabCar akan menurun.
- c. Promosi secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan GrabCar di Yogyakarta. Hal ini mencerminkan bahwa semakin banyak promosi yang diberikan oleh GrabCar, maka kepuasan konsumen semakin meningkat. Dan jika promosi semakin sedikit, maka kepuasan pelanggan GrabCar akan menurun.

- d. Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan GrabCar di Yogyakarta

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

- a. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GrabCar di Yogyakarta. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan tetap memberikan pelayanan baik kepada pelanggan GrabCar di Yogyakarta.
- b. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GrabCar di Yogyakarta. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan GrabCar tetap mempertahankan harganya sehingga minat pelanggan menggunakan GrabCar semakin meningkat.
- c. Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GrabCar di Yogyakarta. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan promosi dari GrabCar terus ditingkatkan sehingga pelanggan merasa puas dan senang dengan promosi yang diberikan dan tetap menggunakan GrabCar.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih dalam atau melanjutkan penelitian ini, penulis sarankan untuk dapat mencari faktor-faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lainnya agar data yang diinginkan sesuai dan lebih efektif.

Daftar Pustaka

- Azwar, S. **2004**. *Metode Penelitian, Edisi Pertama*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chairul Arif. 2017. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan dan Loyalitas Ojek Online Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU)
- Chriswardana Bayu Dewa. 2018. Pengaruh Kualitas pelayannya, dan Promosi penjualan jasa GrabCar terhadap kepuasan Pelanggan (studi kasus pada wisatawan di Jogjakarta)
- Gitosudarmo, Indriyo. 2008. Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan keempat. BPFE: Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. **2001**. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Khan, Shahzad; Hussain, Syed Majid; Yaqoob, Fahad, **2012**. Determinants of Customer Satisfaction in Fast Food Industry, International Journal of Management and Strategy, Vol. 3.
- Kotler, Philip. **2000**. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip. **2000**. *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium*. Penerbit Prenhallido, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. **2003**. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu*. Erlangga: Jakarta
- Kotler Philip & Armstrong Gary. **2008**. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. **2005**. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta : Indeks
- Kotler Philip & Armstrong Gary .**1997**. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Lamb, Charles.W, Hair, Joseph.F, Mc Daniel, Carl, **2001**, *Pemasaran*, edisi 5, buku 1, penterjemah David Octarevia. Jakarta: Salemba Empat.

Nafisa Choirul Mar'ati. **2016**. pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online(studi pada konsumen Gojek di Surabaya) .

Simamora, Bilson. **2003**. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Cetakan Kedua. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Tjiptono, F. **2014**. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.

Tjiptono dan chandra. **2005**. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 2. Andi, Yogyakarta.

2019.....<http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/1863/140521019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

2019.....<http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/1875/150521114.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

2019.....<file:///C:/2118-Article%20Text-1822-1-10-20140205.pdf>

2019.....<https://lindanoer.wordpress.com/2014/01/08/strategi-promosi-penjualan/>

2019.....<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-promosi-penjualan-sales-promotion/14591/2>