

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TAKSI ONLINE GO
CAR DI YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Oleh :

Nathaniel Christian Ivan Favian

11140069

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TAKSI ONLINE GO CAR
DI YOGYAKARTA

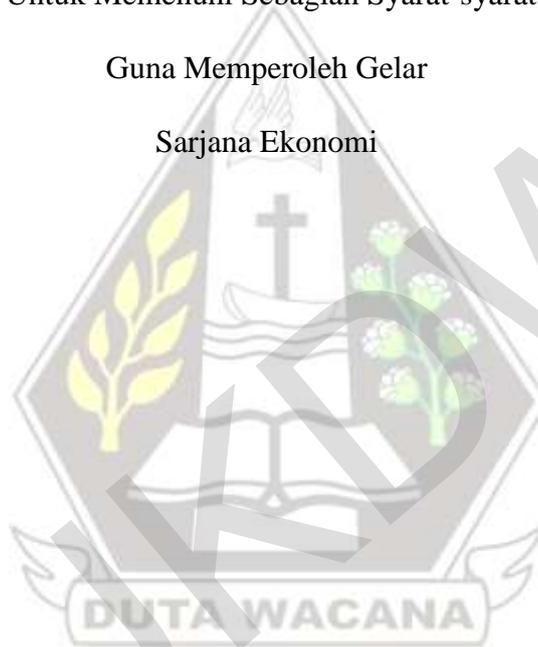
Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



Oleh :

Nathaniel Christian Ivan Favian – 11140069

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TAKSI ONLINE GO CAR DI YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh :

NATHANIEL CHRISTIAN IVAN FAVIAN

11140069

Dalam ujian Skripsi Program Studi SI Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal 23 JAN 2019

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si
(Ketua Tim/Dosen Penguji)
2. Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Pembimbing)
3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Dosen Penguji)



Yogyakarta, 25 JAN 2019
Disahkan Oleh :

Dekan,

Wakil Dekan 1 Manajemen,



Dr Singgih Santoso, MM



Drs. Sisuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LAYANAN TAKSI
ONLINE GO CAR 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 hasil karya pihak lain pada perguruan tinggi atau institusi manapun kecuali bagian yang sumber informasinya sudah saya cantumkan sebagaimana mestinya

Jika dikemudian hari di temukan bahwa skripsi ini hasil plagiasi atau tiruan dari hasil karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yaitu pencabutan gelar sarjana saya

Yogyakarta, *12 Desember* 2018



Nathaniel Christian Ivan Favian

HALAMAN MOTTO

- *Jangan pernah menyepelekan hal sekecil apaun, karena jika setia dalam hal kecil maka akan terus dipercayakan dalam hal – hal yang besar*
- *Jangan pernah menunda, karena waktu akan terus berjalan dan tidak akan pernah menunggu.*
- *Hasil hanyalah bonus yang di dapat dari proses yang dilakukan. Jika berhasil melakukan proses dengan baik maka hasil baikpun akan mengikuti*
- *Segala sesuatunya yang kita miliki berasal dari Tuhan, jadi lakukan segala sesuatunya demi kemuliaan Allah.*
- *Melakukan segala sesuatunya dengan segenap hati dan jangan dengan paksaan, karena apapun yang dilakukan dari hati semuanya akan baik.*
- *Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai dengan doa, karena sesungguhnya nasib seorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa usaha.*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus sebagai sumber berkat dan pengharapan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik
2. Kepada kedua Orang Tua, Emak dan Engkong yang penulis cintai, selalu viiasvir semangat dan support dalam setiap proses di hidup penulis.
3. Kepada Keluarga Besar dan Saudara-saudara yang penulis kasihi, yang selalu mendukung dan mendoakan segala sesuatunya yang terbaik bagi hidup penulis.
4. Kepada Dr. Singgih Santoso, MM. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi banyak arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Kepada teman-teman terbaik penulis yang selalu membantu, menjadi teman seperjuangan, menghibur dan mendukung skripsi saya
6. Kepada teman-teman penulis lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Esa atas limpahan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Presepsi Harga, Terhadap Kepuasan Konsumen Taksi Online Go Car di Yogyakarta”. Penulisan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

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

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Maret 2018

Penulis,

Nathaniel Christian Ivan Favian

11140069

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
<u>1.1</u> <u>Latar Belakang</u>	1
<u>1.2</u> <u>Rumusan Masalah</u>	3
<u>1.3</u> <u>Tujuan</u>	3
<u>1.4</u> <u>Manfaat Penelitian</u>	4
<u>1.5</u> <u>Batasan Masalah</u>	4
1.5.1 Variabel yang diteliti dalam penelitian	4
1.5.2 Responden Penelitian	5
1.5.3 Periode Penelitian	5
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	6
<u>2.1</u> <u>Pemasaran</u>	6
<u>2.1.1</u> Pengertian Pemasaran	6
<u>2.1.2</u> Kepuasan Konsumen.....	6
<u>2.1.3</u> Kualitas Layanan.....	11
<u>2.1.4</u> Kualitas Produk	14
<u>2.1.5</u> Persepsi Harga	16
<u>2.2</u> <u>Kerangka penelitian</u>	19
<u>2.3</u> <u>Hipotesis</u>	19
2.4 Penelitian terdahulu.....	20

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 <u>Populasi dan sampel</u>	21
3.1.1 Populasi.....	21
3.1.2 Sampel.....	21
3.2 Desain Penelitian.....	21
3.3 Variabel Penelitian Dan Teknik Pengukuran Variabel.....	22
3.4 <u>Analisis Data</u>	23
3.4.1 <u>Uji Instrumen Penelitian</u>	23
3.4.1.1 Uji Validitas.....	23
3.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	24
3.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	25
3.4.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	26
3.4.5 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	27
3.4.4 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	28
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Hasil uji instrumen penelitian.....	29
4.1.1 Uji Validitas.....	30
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	31
4.1.3 Analisis Deskriptif.....	32
a. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
b. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	33
c. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
d. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	35
e. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	35
4.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
4.1.5 Koefisien Determinasi (R ²).....	38
4.1.6 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F).....	39
4.1.7 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji T).....	41
4.2. Pembahasan.....	43
4.2.1 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	43
4.2.2 Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	43
4.2.3 Pengaruh Variabel Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	43
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	44
5.1. Kesimpulan.....	44

5.2. Keterbatasan Penelitian.....	44
5.3. Saran	44
5.3.1. Bagi Perusahaan.....	44
5.3.2. Bagi Penelitian Selanjutnya	44
DAFTAR PUSTAKA.....	47

© UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner.....	50
Data responden.....	52
Realiability.....	53
Realiability statistic.....	54
Item Total Statistic.....	55
Regresi.....	56
Uji F.....	57
Uji t.....	58
Surat Ijin Kesbangpol.....	59
Formulir Judul Skripsi	60
Formulir Revisi	61
Kartu Konsultasi.....	62

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LAYANAN TAKSI ONLINE GO CAR DI YOGYAKARTA

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen taksi online Go Car di Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran kuesioner. Sampel dipilih dengan teknik *purposive sampling* yaitu dengan kriteria masyarakat di Yogyakarta yang pernah menggunakan jasa taksi online Go Car. Jumlah sampel yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 reponden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini dilakukan untuk menguji pengaruh tiga variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen taksi online Go Car di Yogyakarta, sedangkan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen taksi online Go Car. Nilai R^2 sebesar 0,553, artinya variabel variabel independen yang diteliti mampu menjelaskan 55,3 % dari perubahan variabel dependen, sedangkan 44,7% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah harga yang di persepsi baik oleh masyarakat akan meningkatkan kepuasan konsumen taksi online Go Car di Yogyakarta

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

ANALYSIS OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY, AND PRICE PERCEPTION TOWARDS COSTUMER SATISFACTION TAXI ONLINE GO CAR IN YOGYAKARTA REGION

This research is to analyze the influence of service quality, product quality, and price perception toward customer satisfaction taxi online Go Car in Yogyakarta region. The data collection method used were deploy the questionnaire. Technic that used were Purposive sampling method with criteria all society in Yogyakarta region is using or used taxi online Go Car. The number of samples taken in this reseach were 100 people. The analytical method used is the multiple linear regression. There are three independent variables, the variables is service quality, product quality, and price perception. and dependent variable. The dependent variable is customer satisfaction.

Based on data analysis showed that the service quality and product quality has a not significant effect on customer satisfaction. Whereas price perception has a positive and significant effect on customer satisfaction. value of R^2 as big as 0,553 it means independent variable can describe 55,3% changing of dependent variable. and 44,7% influence by variables not examined.

The conclusion of this research is prices that are good perception by the society will increase customer satisfaction taxi online Go Car in Yogyakarta region.

Keywords : Service Quality, Product Quality, Price Perception, Customer Satisfaction

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LAYANAN TAKSI ONLINE GO CAR DI YOGYAKARTA

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen taksi online Go Car di Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran kuesioner. Sampel dipilih dengan teknik *purposive sampling* yaitu dengan kriteria masyarakat di Yogyakarta yang pernah menggunakan jasa taksi online Go Car. Jumlah sampel yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 reponden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini dilakukan untuk menguji pengaruh tiga variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen taksi online Go Car di Yogyakarta, sedangkan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen taksi online Go Car. Nilai R^2 sebesar 0,553, artinya variabel variabel independen yang diteliti mampu menjelaskan 55,3 % dari perubahan variabel dependen, sedangkan 44,7% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah harga yang di persepsi baik oleh masyarakat akan meningkatkan kepuasan konsumen taksi online Go Car di Yogyakarta

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

ANALYSIS OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY, AND PRICE PERCEPTION TOWARDS COSTUMER SATISFACTION TAXI ONLINE GO CAR IN YOGYAKARTA REGION

This research is to analyze the influence of service quality, product quality, and price perception toward customer satisfaction taxi online Go Car in Yogyakarta region. The data collection method used were deploy the questionnaire. Technic that used were Purposive sampling method with criteria all society in Yogyakarta region is using or used taxi online Go Car. The number of samples taken in this reseach were 100 people. The analytical method used is the multiple linear regression. There are three independent variables, the variables is service quality, product quality, and price perception. and dependent variable. The dependent variable is customer satisfaction.

Based on data analysis showed that the service quality and product quality has a not significant effect on customer satisfaction. Whereas price perception has a positive and significant effect on customer satisfaction. value of R^2 as big as 0,553 it means independent variable can describe 55,3% changing of dependent variable. and 44,7% influence by variables not examined.

The conclusion of this research is prices that are good perception by the society will increase customer satisfaction taxi online Go Car in Yogyakarta region.

Keywords : Service Quality, Product Quality, Price Perception, Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Melihat perkembangan zaman yang semakin maju, dan semakin beragamnya sarana transportasi yang di dirikan oleh badan Negara maupun swasta, menjadikan konsumen semakin pintar dan lebih cermat lagi dalam memilih sarana transportasi. Bahkan tidak jarang konsumen beranggapan bahwa transportasi yang disediakan oleh pemerintah, atau badan swasta lebih nyaman, terjangkau dan beragam, maka dengan adanya merek, konsumen dapat dengan mudah untuk membedakan pelayanan, harga, dan kemudahan dari setiap sarana transportasi, dan perusahaan juga memerlukan informasi tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen transportasi.

Salah satu faktor yang turut berperan dalam kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Karena pada zaman sekarang konsumen sangat puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik. Maka dari itu Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa puas, mereka akan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara

lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan).

Selain dari kualitas pelayanan, faktor lain yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah Kualitas Produk. Menurut Kotler (2000:67) yang diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Rony A.Rusli mengatakan bahwa: "Pengertian Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan / tersirat. Pada faktor ini perusahaan harus memberikan ciri pada produk yang akan di pasarkan seperti kemudahan dalam mengakses aplikasi Go Car, memberikan standar mobil yang baik terhadap konsumen agar dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen Go Car. Dalam hal ini jika produk berkinerja sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa puas. Pada dasarnya tujuan dari kegiatan pemasaran dari perusahaan adalah memenuhi kebutuhan konsumen sehingga konsumen/pelanggan merasa puas akan produk yang dihasilkan. Maka dari itu kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen akan mendatangkan kepuasan bagi konsumen itu sendiri. Menurut Juran (1992) dalam Daryanto dan Ismanto (2014:90) kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan.

Faktor terakhir yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah persepsi harga. Menurut (Kotler dan Keller 2009) Persepsi Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Pada faktor yang satu ini, perusahaan harus dapat menentukan berapa harga yang ditawarkan agar meningkatkan kepuasan konsumen. Salah dalam menentukan harga (terlalu

tinggi) akan menurunkan kepuasan dari konsumen Go Car, sedangkan menetapkan harga yang terlalu rendah menyebabkan produsen mendapat keuntungan yang terlalu sedikit.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul :

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TAKSI ONLINE GO CAR DI YOGYAKARTA”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka yang jadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh Kualitas pelayanan taksi online go car terhadap Kepuasan Konsumen?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk taksi online go car terhadap Kepuasan Konsumen?
3. Apakah ada pengaruh Persepsi Harga taksi online go car terhadap Kepuasan Konsumen?
4. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen taksi online Go Car
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen taksi online Go Car .
- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Persepsi Harga terhadap kepuasan konsumen taksi online Go Car

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Terhadap Perusahaan

Dengan adanya tulisan ini, perusahaan go car dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen taksi online go car di kota Yogyakarta. Sehingga perusahaan dapat mengambil strategi terbaik dalam pemasaran produk mereka.

1.4.2. Terhadap Penelitian selanjutnya

Dengan adanya tulisan ini, peneliti yang akan datang dapat menyempurnakan analisis mereka agar dapat membantu dalam menyelesaikan tugas akhir.

1.4.3 Terhadap Peneliti

Dengan adanya tulisan ini, penulis dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat dipertimbangkan dalam kepuasan konsumen transportasi umum.

Selain itu penulis dapat mengembangkan kemampuannya dalam melakukan penelitian.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang ada adalah sebagai berikut:

- a. Variabel Dependen Kepuasan Konsumen taksi online go car
- b. Variabel Independen : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi atas Harga taksi online go car
- c. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang, yaitu masyarakat yang pernah menggunakan taksi online Go Car.
- d. Tempat penelitian di lakukan di Kota Yogyakarta.
- e. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli hingga Desember tahun 2018

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Taksi Online Go Car di Yogyakarta, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hasil penelitian yang dilihat dari analisis deskriptif responden menunjukkan sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan. Untuk usia, responden yang diperoleh penulis dalam penelitian mayoritas usia 21 – 30 tahun. Berdasarkan pekerjaan, responden dalam penelitian yang berstatus sebagai Pelajar/Mahasiswa. Berdasarkan pendidikan terakhir, responden dalam penelitian berpendidikan terakhir SMA. Dan untuk pendapatan perbulan, responden dengan pendapatan < Rp 1.000.000
- b. Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Taksi Online Go Car di Yogyakarta. Karena tingkat signifikansi $0,080 > 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.
- c. Variabel Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Taksi Online Go Car di Yogyakarta. Karena tingkat signifikansi $0.234 > 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.
- d. Variabel Persepsi Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Taksi Online Go Car di Yogyakarta. Karena tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a

- e. diterima. Variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Taksi Online Go Car di Yogyakarta. Karena tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain :

- a. Jumlah responden masih sangat terbatas sehingga hasil penelitian masih belum bersifat umum.
- b. Dalam penelitian ini hanya meneliti variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen, padahal masih ada banyak faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

5.3.1 Bagi Perusahaan

Studi ini disarankan dapat memberikan pemahaman pada penyebab Kepuasan Konsumen terhadap Go Car Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda mengenai keputusan pembelian maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen taksi online Go Car, namun demikian Kualitas Pelayanan dari taksi online Go Car sendiri harus di tingkatkan, karena menurunnya Kualitas

Pelayanan dapat mengakibatkan berkurangnya daya saing dan menjadi kurang menarik bagi konsumen Go Car.

2. Kualitas produk taksi Online Go Car harus ditingkatkan lagi, karena dengan memberikan mobil yang berkualitas konsumen tetap tertarik menggunakan jasa tersebut dan merasa puas.
3. Harga dari Go Car berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sehingga perusahaan harus menjaga harga yang ditawarkan kepada konsumen, agar tetap terjangkau, memiliki daya saing, karena mengingat persaingan yang cukup ketat pada industri transportasi.

5.4 Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran yang diberikan oleh penulis untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah profil responden penelitian, agar dapat memberikan informasi responden lebih lengkap.
2. Diharapkan variabel penelitian yang dilakukan oleh peneliti selanjutnya lebih banyak agar dapat mengetahui dengan lebih baik faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen taksi online Go Car mengingat penelitian ini variabel yang diteliti sangat terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Baskoro. 2015. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Cetakan I. Satu Nusa. Bandung.
- Elisabeth, M. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan kartu AS Telkomsel di kota Manado Kotler & Armstrong. 2001.
- Freddy, Rangkuti. 2006. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia dari Principles of Marketing. Terjemahan oleh Alexander Sindoro. Jakarta: Indeks.
- Handi, Irawan. (2002). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Goetsch, David. L, Stanley B. Davis, 2003, Quality Management, Introduction to Total Quality Management for Production, processing, and services, New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip. 1997. Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (terjemahan Jaka Wasana). Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Amstrong. 2006. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga : Jakarta
- Kotler, Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium, Jilid 1. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (terjemahan Jaka Wasana). Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin L. Keller. 2000. Manajemen Pemasaran. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2008. Marketing Management. Edisi ke -14. Global Edition. Pearson Pentice Hall.
- Lupiyoadi (2001) Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, Salemba Empat, Jakarta
- Mursid, M, Drs. (2014). Managemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara

Swastha,Basu. 2010.Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan, BPFYogyakarta.

Prawirosentono, suyadi. 2004. Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu, Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, F 2004 Strategi bisnis dan manajemen

Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta

Tjiptono. 2001. Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta: BPFY.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. (1997). *Metodologi Penelitian Administrasi*. Yogyakarta: CV Alfabeta.

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono.2006.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.Bandung:Alfabeta.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

McCarthy, Jerome, E.; Perreault, William D. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi kelima, alih Bahasa : Agus Darma. Erlangga. Jakarta.

<https://www.go-jek.com/>

<https://www.konsistensi.com/2013/03/uji-validitas-data-dengan-correlated.html>

<https://www.konsistensi.com/2013/04/uji-reliabilitas-data-dengan-spss.html>