

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA TRANSPORTASI GOJEK
(GO-RIDE)
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI DIY)**

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH:
MARSTELA MONIKA
11170318**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marstela Monika
NIM : 11170318
Program studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA TRANSPORTASI GOJEK (GO-
RIDE)(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI DIY)”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 02 Juli 2021

Yang menyatakan



(Marstela Monika)

11170318

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi

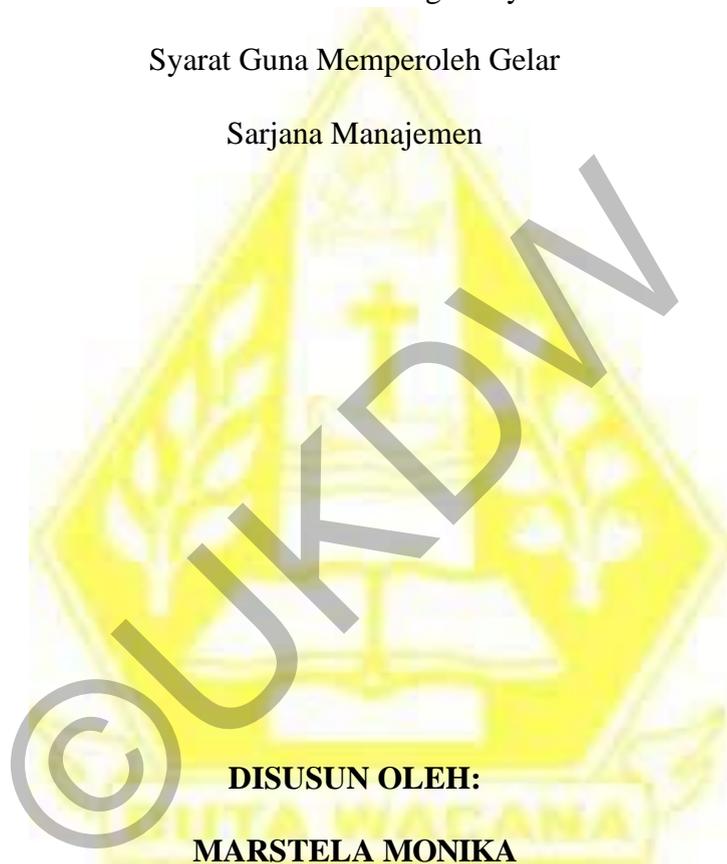
Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-

Syarat Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



DISUSUN OLEH:

MARSTELA MONIKA

11170318

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA TRANSPORTASI GOJEK (GO- RIDE) (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI DIY)”

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

MARSTELA MONIKA

11170318

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

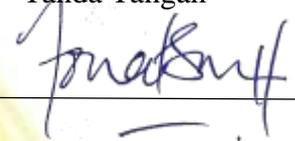
Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen Pada tanggal 16 Juni 2021

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Ketua Tim/ Dosen Penguji)

:



2. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl.Secr., MM
(Dosen Penguji)

:



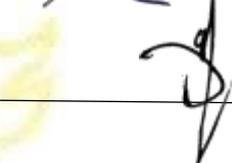
3. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min
(Dosen Penguji)

:



4. Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Pembimbing)

:



Yogyakarta, 30 Juni 2021

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, M. Si.



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA TRANSPORTASI GOJEK (GO-
RIDE) (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI DIY)"**

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

Yogyakarta, 25 Juni 2021



Marstela Monika

11170318

HALAMAN MOTTO

“Hari kemarin telah berlalu, besok belum kunjung tiba, yang ada hanya hari ini,
maka mari kita mulai”

(Bunda Teresa)

“Sebab Tuhan, Dia sendiri akan berjalan didepanmu, Dia sendiri akan menyertai
engkau, Dia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan
engkau, janganlah takut dan janganlah patah hati.”

(Ulangan 31:8)

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apa pun juga, tetapi nyatakanlah
dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan
ucapan syukur.”

(Filipi 4:6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari campur tangan berbagai pihak yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria atas segala berkat penyertaan-Nya yang tiada henti dicurahkan dalam kehidupan penulis dari awal hingga akhir sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua saya, papa Martinus Diyut, mama Petronila Jerek, adik-adik penulis Rosy Viktoriana, Agnes Ista, dan Damianus James, yang telah memberikan banyak bantuan, dukungan dan doa yang tiada henti kepada Tuhan Yesus untuk penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan dengan sabar memberikan pelajaran yang berharga serta motivasi kepada penulis dari awal hingga akhir penyelesaian skripsi ini.
4. Dekan, Kaprodi, Bapak/Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah banyak membantu dan membimbing penulis selama perkuliahan.

5. I Gusti Ngurah Bagus Sulaksana Putra yang selalu memberikan semangat, dukungan dan bantuan kepada penulis dari awal hingga akhir.
6. Sahabat-sahabat penulis yaitu Maria Trisna Ganwarin, Yendrasony Maliwang, dan She-she Apriyani yang telah mendukung dan memberikan semangat serta bantuan kepada penulis.
7. Teman seperjuangan skripsi penulis yaitu Tasya Isabela.

©UKDW

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkat kasih-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA TRANSPORTASI GOJEK (GO-RIDE) (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI DIY)”** dengan baik. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari campur tangan berbagai pihak yang telah banyak memberi dukungan dan bantuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Singgih Santoso, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik;
2. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberi semangat, mendukung dan mendoakan kelancaran penyusunan skripsi ini.
3. Kepada semua pihak yang telah membantu, memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang

membangun dari semua pihak. Akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan pembaca.

Yogyakarta, 20 Mei 2021



Marstela Monika

©UKDW

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Penelitian	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1 Kualitas Pelayanan	8
2.1.2 Promosi.....	10
2.1.3 Loyalitas Konsumen	13
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Penelitian	22
2.4. Hipotesis Penelitian.....	22
2.5. Pengembangan Hipotesis	23
BAB III	25
METODE PENELITIAN	25

3.1	Data dan Sumber	25
3.1.1	Jenis Data.....	25
3.1.2	Sumber Data	25
3.2	Populasi dan Sampel	26
3.2.1	Populasi	26
3.2.2	Sampel	27
3.3	Definisi Variabel dan Pengukuran	27
3.3.1	Definisi Variabel	27
3.3.2	Operasional Variabel.....	29
3.3.3	Pengukuran Variabel	31
3.4	Metode Analisis Data	32
3.4.1	Analisis statistik deskriptif	32
3.4.2	Uji Validitas.....	33
3.4.3	Uji Reliabilitas	33
3.5	Uji Hipotesis.....	34
3.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
3.5.2	Uji Determinasi (R^2)	34
3.5.3	Uji Simultan (uji F).....	35
3.5.4	Uji t.....	36
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Karakteristik Responden	38
4.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4.2.1	Hasil Uji Validitas	43
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	44
4.3	Hasil Uji Hipotesis	45
4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda	45
4.3.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47
4.3.3	Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F).....	47
4.3.4	Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	48
4.4	Pembahasan Analisis Hipotesis.....	50
4.4.1	Pengaruh Antara Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	50

4.4.2	Pengaruh Antara Variabel Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen.	52
BAB V		54
	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Keterbatasan Penelitian	55
5.3	Saran	56
	DAFTAR PUSTAKA	57
	LAMPIRAN	60

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 3. 2 Skala Likert	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	40
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Gojek	41
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Responden	42
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47
Tabel 4. 11 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	48
Tabel 4. 12 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna aktif Gojek dan Grab di Indonesia	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	22

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 2 Identitas Responden.....	64
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden	70
Lampiran 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Lampiran 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
Lampiran 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	79
Lampiran 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	80
Lampiran 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Gojek	81
Lampiran 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Responden	81
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Dan Relibilitas	82
Lampiran 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	86
Lampiran 12 HALAMAN PERSETUJUAN	88
Lampiran 13 Kartu Konsultasi Skripsi.....	89
Lampiran 14 Lembar Revisi Ujian Pendarasan	90
Lampiran 15 Formulir Revisi Judul Skripsi	91

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PENGGUNA TRANSPORTASI GOJEK (GO-RIDE)
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI DIY)”**

Marstela Monika

11170318

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Email: marstelamonica@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Gojek di DIY. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan promosi, sedangkan variabel terikat yaitu loyalitas konsumen.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*, dengan kriteria minimal menggunakan transportasi Gojek (*Goride*) 2-4 kali selama satu bulan terakhir dan pelanggan yang berusia 17 tahun keatas. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 115 orang konsumen pengguna transportasi Gojek di DIY. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* dan data sekunder yang diperoleh dari buku-buku, literatur, artikel-artikel, jurnal, dan skripsi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji analisis regresi linier berganda, uji determinasi (R^2), uji signifikan secara simultan (uji f), dan uji signifikan secara parsial (uji t). Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dan variabel promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, promosi, dan loyalitas konsumen

**“THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PROMOTION ON
CUSTOMER LOYALTY OF GO-RIDE USERS (GOJEK CASE STUDY
ON STUDENTS IN DIY)”**

Marstela Monika

11170318

Management Study Program Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

Email: marstelamonica@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the correlation between service quality and promotion to consumer loyalty of Gojek transportation user in DIY. This research was performed with quantitative research method. In this research, there are two independent variable (X) and one dependent variable (Y). The independent variable in this research are service quality and promotion, while the dependent variable in this research is consumer loyalty.

The sampling technique in this research is purposive sampling, with the criteria minimum use of Gojek (Goride) transportation 2-4 times during the last month, aged above 17 years old. Population in this research were 115 Gojek transportation user in DIY. The data that being used in this research are primary data that were collected by filling questionnaire in Google Form and secondary data that were collected from books, literatures, articles, journals, and other research.

The data analysis technique in this research are multiple linier regression, determination (R^2) simultaneous significance test (f), and partial significance test (t). The result of hypothesis test in this research showed that service quality variable doesn't had any significant correlation to consumer loyalty and promotion variable had significant correlation to consumer loyalty.

Keywords : *Service quality, promotion, and consumer loyalty.*

©UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

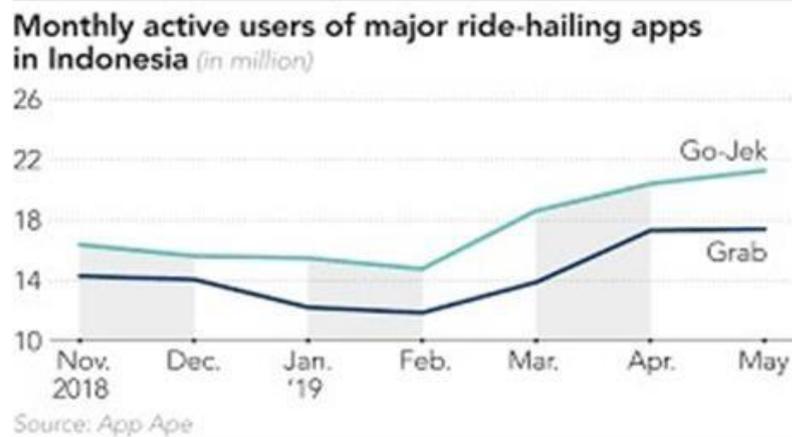
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang meningkat dan canggih pada saat ini sangat mempengaruhi aktivitas manusia yang berdampak terhadap perubahan tata kehidupan masyarakat sehari-hari dimana segala aspek mulai berubah, salah satunya adalah perubahan teknologi transportasi. Transportasi merupakan suatu proses perpindahan atau pergerakan orang dari satu tempat ke tempat lainnya. Perubahan yang sangat dirasakan saat ini yaitu penggunaan alat transportasi yang dulunya secara tradisional sekarang perlahan-lahan berubah ke arah modern salah satunya transportasi berbasis online. Transportasi berbasis online merupakan transportasi yang berbasis suatu aplikasi, dimana masyarakat dapat melakukan pemesanan transportasi melalui system aplikasi di dalam *smartphone* maupun menggunakan *website*. Hal ini didorong oleh kebutuhan masyarakat akan transportasi yang cepat, murah, dan juga efisien. Salah satu jasa transportasi berbasis online yang sedang berkembang dan diminati oleh masyarakat di Indonesia yaitu Gojek.

Gojek merupakan salah satu perusahaan berbasis teknologi karya anak bangsa yang melayani jasa angkutan ojek. Perusahaan Gojek (ojek online) ini didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 di Jakarta. Gojek adalah pelayanan jasa transportasi online yang berbasis internet yang menawarkan berbagai layanan antara lain transportasi, pembayaran digital, pesan antar makanan, logistik, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya. Dimana semua kegiatan

transaksinya, mulai dari pemesanan transportasi, pemantauan jalur perjalanan, pembayaran, dan semua penilaian terhadap gojek dilakukan melalui aplikasi Gojek itu sendiri yang ada pada *smartphone*. Gojek sebagai penyedia jasa layanan transportasi berbasis online selalu meningkatkan kualitas layanan bagi para konsumen dengan menyediakan layanan dan promosi yang ditawarkan sehingga cukup bersaing dengan jasa transportasi online lainnya.

Saat ini Gojek telah mengembangkan 24 jasa layanan yang dapat dipesan melalui aplikasi Gojek, yaitu : *GoSend* (layanan transportasi barang), *GoRide* (layanan transportasi penumpang dengan sepeda motor), *GoFood* (layanan pemesanan makanan), *GoBox* (layanan pengantaran barang yang berukuran besar), *Go Clean* (layanan untuk membersihkan rumah), *GoGlam* (layanan kecantikan), *GoMassage* (layanan pijatan), *GoTix* (layanan pemesanan tiket), *GoCar* (layanan transportasi penumpang dengan mobil), *GoAuto* (layanan montir), *GoMed* (layanan pembelian obat), *GoPulsa* (layanan isi pulsa elektronik), *GoShop* (layanan belanja barang), *GoBills* (layanan berbagai pembayaran), *GoPay* (layanan pembayaran digital), *GoDeals* (layanan penawaran diskon), *GoBluebird* (layanan transportasi dengan taksi regular *Blue Bird Group*), *GoFitness* (layanan kelas olahraga), *GoPlay* (layanan menonton hiburan film atau acara televisi), *GoGames* (layanan permainan online), *GoGive* (layanan donasi atau campaign bekerja sama dengan Kitabisa.com), *GoPoints* (layanan *loyalty reward* dalam menggunakan Gojek), *GoSure* (layanan asuransi), *GoInvestasi* (layanan investasi).



Gambar 1.1 Data pengguna aktif Gojek dan Grab di Indonesia

Sumber : Tek.id (2019)

Berdasarkan gambar diatas, dapat kita lihat dari tahun ke tahun peningkatan pengguna aktif Gojek semakin menunjukkan peningkatan yang besar. Sejak bulan Juni 2016 hingga bulan Juni 2019, jumlah transaksi yang diproses di platform Gojek melonjak hingga mencapai 1.100% atau 12 kali lipat lebih tinggi. Menurut data yang dilansir *Nikkei*, penggunaan Gojek di Indonesia memiliki jumlah pengguna aktif terbesar dibandingkan dengan aplikasi on-demand lain seperti Grab. Menurut penelitian konsumen pengguna aktif bulanan Gojek mencapai hampir 22 juta pengguna perbulan. Sedangkan pada saat yang sama, Grab menjangkau 18 juta pengguna per bulan.

Data tersebut juga menyatakan bahwa jumlah konsumen pengguna aktif bulanan Gojek di Indonesia sama dengan jumlah pengguna aktif bulanan aplikasi ride- sharing Uber di Amerika Serikat. Data ini diperkuat dengan hasil survei terbaru *Alvara Research Center* yang menyatakan bahwa generasi layanan milenial Indonesia memilih tiga layanan Gojek, yakni transportasi, pesan antar makanan, dan pembayaran digital.

Untuk mengatasi ketatnya persaingan antar jasa transportasi lain, maka diperlukan suatu upaya untuk tetap menjaga loyalitas konsumen agar tidak berpindah menggunakan produk atau jasa transportasi lain. Bagi perusahaan kesetiaan konsumen merupakan sesuatu yang sangat penting, untuk mencapai tujuan perusahaan maka perlu meningkatkan loyalitas konsumen sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus melakukan inovasi dan peningkatan kualitas dalam berbagai bidang pelayanan dan promosi yang baik, sehingga dengan adanya inovasi yang dilakukan dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan Gojek.

Dharmesta (1999) dalam Nurullaili (2013) menyatakan bahwa ada beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu: harga, pelayanan, kualitas produk, dan promosi. Namun dari beberapa faktor tersebut, peneliti hanya akan meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas konsumen pengguna Gojek.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan oleh penulis diatas, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA TRANSPORTASI GOJEK (GO-RIDE) (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI DIY)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka didapat rumusan masalah yang akan digunakan oleh penulis sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas konsumen

pengguna transportasi Gojek (Go-Ride)?

- b. Apakah promosi berpengaruh pada loyalitas konsumen pengguna transportasi Gojek (Go-Ride)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Gojek (Go-Ride)
- b. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Gojek (Go-Ride)

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat bagi :

- a. Bagi Perusahaan Gojek :

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan evaluasi untuk perusahaan agar terus melakukan inovasi dalam upaya meningkatkan pengembangan strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan, khususnya dalam kualitas pelayanan dan promosi agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen pada Gojek.

- b. Bagi Peneliti :

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang masalah yang diteliti, serta sebagai bagian penyelesaian tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta
Wacana Yogyakarta.

c. Bagi Masyarakat :

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan masyarakat yang menggunakan jasa transportasi online untuk meningkatkan loyalitas terhadap Gojek.

1.5 Batasan Penelitian

- a. Tempat Penelitian : Kota Yogyakarta dan sekitarnya (DIY)
- b. Waktu Penelitian : Februari 2021 sampai April 2021
- c. Objek Penelitian : Pelanggan yang pernah menggunakan transportasi Gojek (*Goride*) di Kota Yogyakarta dan sekitarnya (DIY) minimal menggunakan *Goride* 2-3 kali selama satu bulan terakhir
- d. Variabel yang diteliti :
- Variabel Terikat, yaitu loyalitas konsumen (Y) yang menggunakan Gojek di Kota Yogyakarta dan sekitarnya (DIY).
 - Variabel Bebas, yaitu kualitas pelayanan (X1) dan promosi (X2).
- e. Profil Responden yang akan diteliti :
- Jenis Kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
 - Usia Responden
 - 17-27 tahun

- 28-38 tahun
- 39-49 tahun
- > 50 tahun
- Pendidikan Terakhir s/d
 - SMA/SMK
 - Diploma (D1, D2, dan D3)
 - Sarjana (S1)
 - Pascasarjana (S2 dan S3)
- Tingkat penghasilan per bulan :
 - Rp. 1 juta- Rp. 2 juta
 - Rp. 2 juta- Rp. 3 juta
 - Rp. 3 juta- Rp. 4 juta
 - > Rp. 4 juta
- Frekuensi menggunakan Gojek dalam 1 bulan terakhir
 - 2-4 kali
 - 5-7 kali
 - > 7 kali
- Daerah responden
 - Kota Yogyakarta dan sekitarnya (DIY)

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti dengan perhitungan menggunakan program SPSS 26 untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Gojek (Go-Ride) di DIY, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pengolahan data dari hasil penyebaran kuesioner terhadap 115 responden pengguna transportasi Gojek (Go-Ride) di DIY, dapat diketahui mayoritas konsumen yang menggunakan Gojek dalam penelitian ini berasal dari kota Yogyakarta yang didominasi oleh wanita, dengan rentang usia terbanyak 17-27 tahun, dan tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK yang memiliki status sebagai Pelajar/Mahasiswa, serta pengasilan perbulan sebesar Rp. 1 juta- Rp. 2 juta dengan tingkat frekuensi menggunakan Gojek sebanyak 2-4 kali dalam sebulan terakhir.
2. Variabel Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Gojek (Go-Ride) di DIY. Hal ini berdasarkan hasil analisis uji t dalam analisis regresi linier berganda yang menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) yaitu sebesar 0.119 > 0.05.

3. Variabel Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Gojek (Go-Ride) di DIY. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi (Sig.) dalam analisis uji t yaitu sebesar $0.000 < 0.05$.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di daerah Yogyakarta dan sekitarnya, dengan jumlah responden sebanyak 115 konsumen Gojek. Sehingga responden pada penelitian ini hanya yang berdomisili di daerah Yogyakarta dan sekitarnya. Hal ini dapat menyebabkan jika dilakukan penelitian pada daerah lain akan mendapatkan hasil yang berbeda.
2. Dalam penelitian ini peneliti hanya memfokuskan pada faktor kualitas pelayanan dan promosi yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan menurut pernyataan Dharmesta (1999) dalam Nurullaili (2013) yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah harga, pelayanan, kualitas produk, dan promosi. Sehingga masih terdapat dua faktor yang tidak diteliti yaitu harga dan kualitas produk.
3. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert yang memiliki skala penilaian 1 hingga 5. Dimana dalam skala ini terdapat skala penilaian 3 (netral), sehingga tidak menutup kemungkinan responden cenderung memilih jawaban netral.

5.3 Saran

1. Bagi Perusahaan

Sesuai dengan pernyataan yang disebutkan oleh Dharmesta (1999) dalam Nurullaili (2013) yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah harga, pelayanan, kualitas produk, dan promosi. Peneliti berharap perusahaan Gojek dapat terus melakukan inovasi terhadap beberapa faktor-faktor diatas, sehingga kedepannya dapat meningkatkan loyalitas konsumen pengguna Gojek. Selain itu, dengan dilakukannya inovasi terhadap faktor-faktor diatas diharapkan dapat mendatangkan konsumen-konsumen baru.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah variabel lain yang berhubungan dengan loyalitas konsumen. Sehingga dengan lebih banyak variabel pada penelitian diharapkan dapat mencakup penelitian yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen transportasi Gojek (Go-Ride) di DIY.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, D., & Suprapti, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 11*, 6041-6069.
- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol 1, No 4*, 441-447.
- Bulan, T. P. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.5, NO.2, NOVEMBER 2016*, 592-602.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2015). *Pengantar Bisnis Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Effendy, F. H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Dealer Motor Honda di Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 2*, 1-20.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Penerbit Undip.
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty : How to Earn It, How to Keep It* . Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika Vol 1 No 1*, 64-74.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Juniartara, I. M., & Sukawati, T. G. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.7, No. 11*, 5955-5982.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Leksono, R. B., & Herwin. (2017). Pengaruh Harga dan Promosi Grab Terhadap Brand Image yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen

- Pengguna Transportasi Berbasis online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.2, No.3*, 318-390.
- Lusiah, Djatmiko, N., & Adhitya, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi, Vol XXIV, No.02*, 213-226.
- Napitupulu, E., & Lukiyana. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada PT.Taksi Blue Bird Group Jakarta. *Jurnal Online Internasional & Nasional Vol.5 No 2*, 71-92.
- Nurullaili. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 2, No. 1*, 89-97.
- Pangaila, P. A., Worang, F. G., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Ride di Kota Manado). *Jurnal EMBA Vol.6 No.4* , 2778-2787.
- Prasetyo, D., Mariyanti, S., & Safitri. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Ojek Online Go-Jek. *Jurnal Psikologi Volume 15 Nomor 1*, 7-17.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal STIE Semarang, Vol 8, No 2*, 92-121.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet OVO. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol.8 No 4*, 155-163.
- Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Impact of Service Quality on Consumer Loyalty. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia) Vol. 8 No.2*, 244-259.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sulandjari, R., & Ferdiansyah, A. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan di Online Shop Brilink_Khumaira. *Jurnal Egaliter, Vol 4, No 7*, 25-37.
- Tjahjaningsih, E. (2013). Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang. *Media Ekonomi dan Manajemen Vol. 28, No 2*, 13-27.

Widnyani, N., Rettobjaan, V., & Aristayudha, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Studi Kasus Pada Universitas Bali Internasional). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol.5 No. 2*, 75-92.

Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan di Toko Aleea Shopie Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol 1, No 2, 168-172.

©UKDW