

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN GRAB (STUDI KASUS MAHASISWA
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA)**



Disusun Oleh

Fileas Lenka Bede

11180550

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGAJUAN

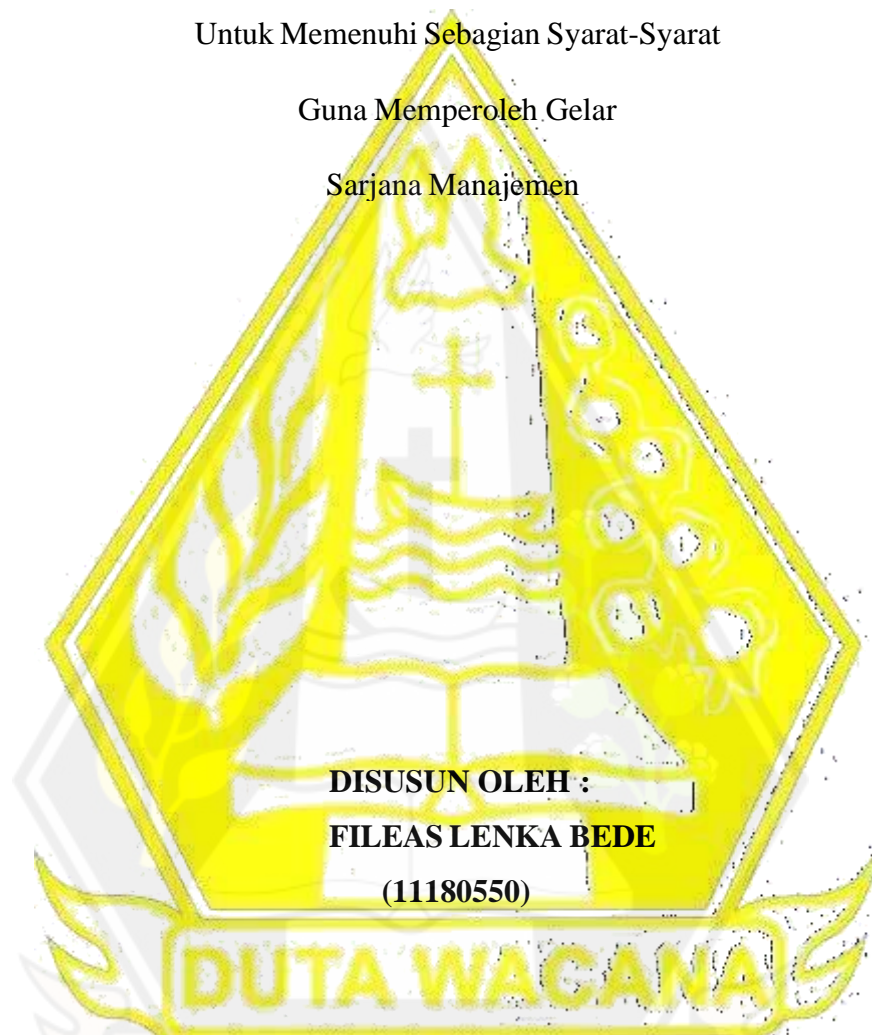
Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



DISUSUN OLEH :
FILEAS LENKA BEDE
(11180550)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

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 : Fileas Lenka Bede
NIM : 11180550
Program studi : Manajemen
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 HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN GRAB (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA)”

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 : 3 Juli 2023

Yang menyatakan

(Fileas Lenka Bede)

11180550

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen
Grab (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana)**

Telah diajukan dan dipertahakan oleh:

Fileas Lenka Bede

11180550

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana pada tanggal 20 Juni 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev

(Pembimbing)

Dra. Purwani Retno Andalas, MM

(Penguji 1)

Dr. Singgih Santoso, MM

(Penguji 2)

Yogyakarta 20 Juni 2023

Disahkan oleh:

Dekan

Ketua Program Studi



Dr. Perminas Pangeran, MSi



Drs. Sisnuhadi, MBA., ph.D

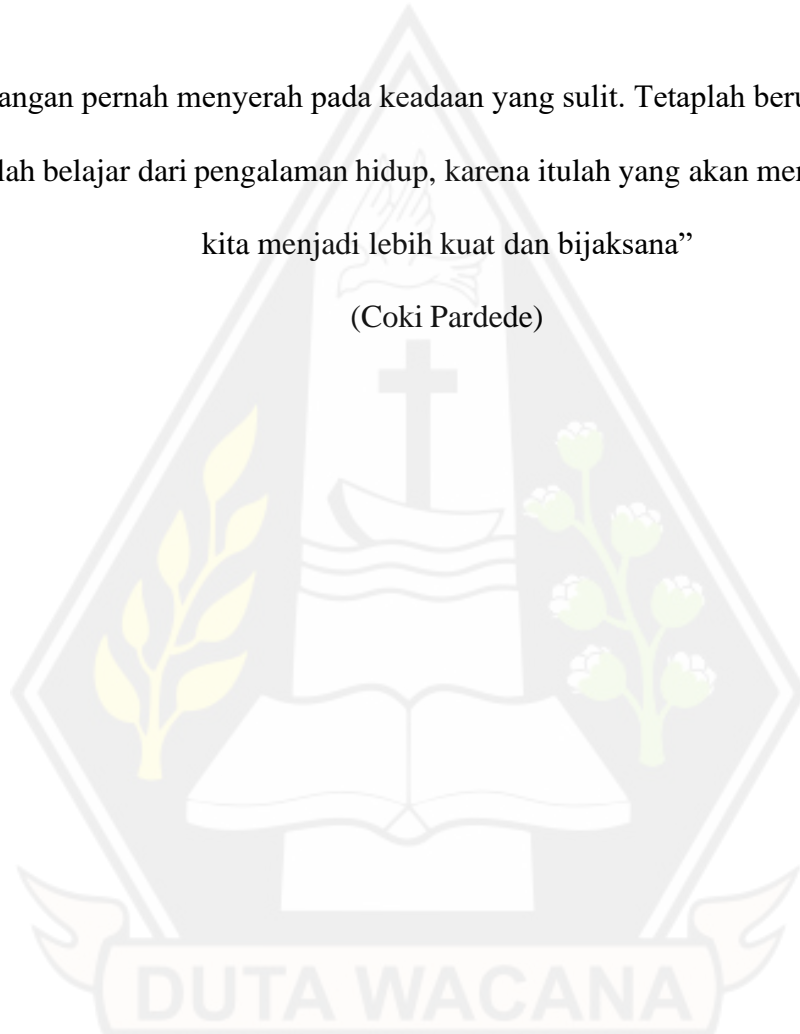
HALAMAN MOTTO

"Siapapun bisa menghadapi kemenangan tapi hanya orang hebatlah yang bisa menghadapi kekalahan."

(Adolf Hitler)

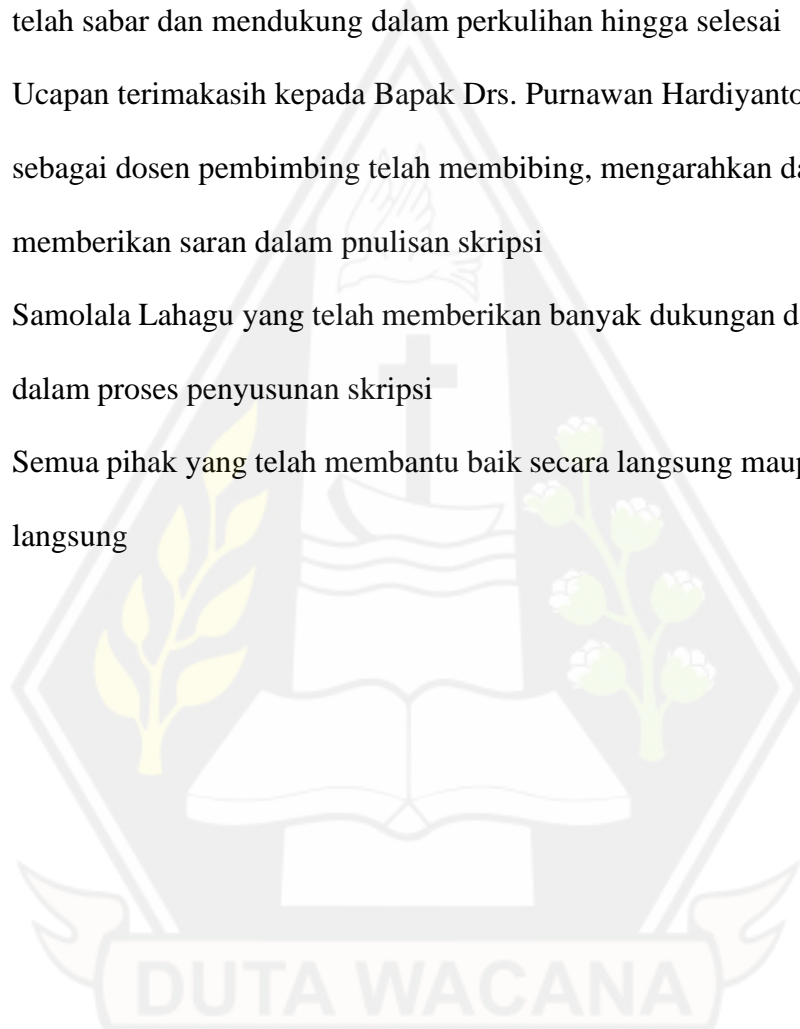
“Jangan pernah menyerah pada keadaan yang sulit. Tetaplah berusaha dan teruslah belajar dari pengalaman hidup, karena itulah yang akan membentuk diri kita menjadi lebih kuat dan bijaksana”

(Coki Pardede)



HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Tuhan Yesus yang selalu memberikan berkat dalam penulis menempuh pendidikan
2. Bapak Edy Purnomo dan Ibu Dwi Corina selaku orang tua kandung yang telah sabar dan mendukung dalam perkuliahan hingga selesai
3. Ucapan terimakasih kepada Bapak Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev sebagai dosen pembimbing telah membimbing, mengarahkan dan memberikan saran dalam penulisan skripsi
4. Samolala Lahagu yang telah memberikan banyak dukungan dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi
5. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung



KATA PENGANTAR

Salam sejahtera bagi para pembaca yang budiman. Penulisan skripsi dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana jurusan manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Kontribusi dari berbagai pihak telah menyertai saya dalam menyelesaikan skripsi. Maka dari itu, saya ingin mengucapkan terimakasih Kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu menuntun, menyertai, dan menolong di setiap langkah penulis dari awal akan mengajukan proposal skripsi hingga menyelesaikan laporan skripsi.
2. Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev yang memberikan waktu dan pikirannya dalam memberikan saran, masukan, dan mengarahkan selama proses penulisan skripsi.
3. Dr. Perminas Pangeran, M.Si., CSA., CRP selaku dekan fakultas manajemen yang telah memberikan saya kesempatan untuk menempuh skripsi.
4. Sahabat dan kerabat yang telah membantu maupun memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi. Saya berharap senantiasa diberikan kesehatan serta kelancaran. Semoga skripsi ini membawa manfaat atas pengembangan ilmu pengetahuan
5. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan baik dari segi material ataupun spiritual kepada penulisan skripsi

Yogyakarta, 22 Mei 2023



Fileas Lenka Bede

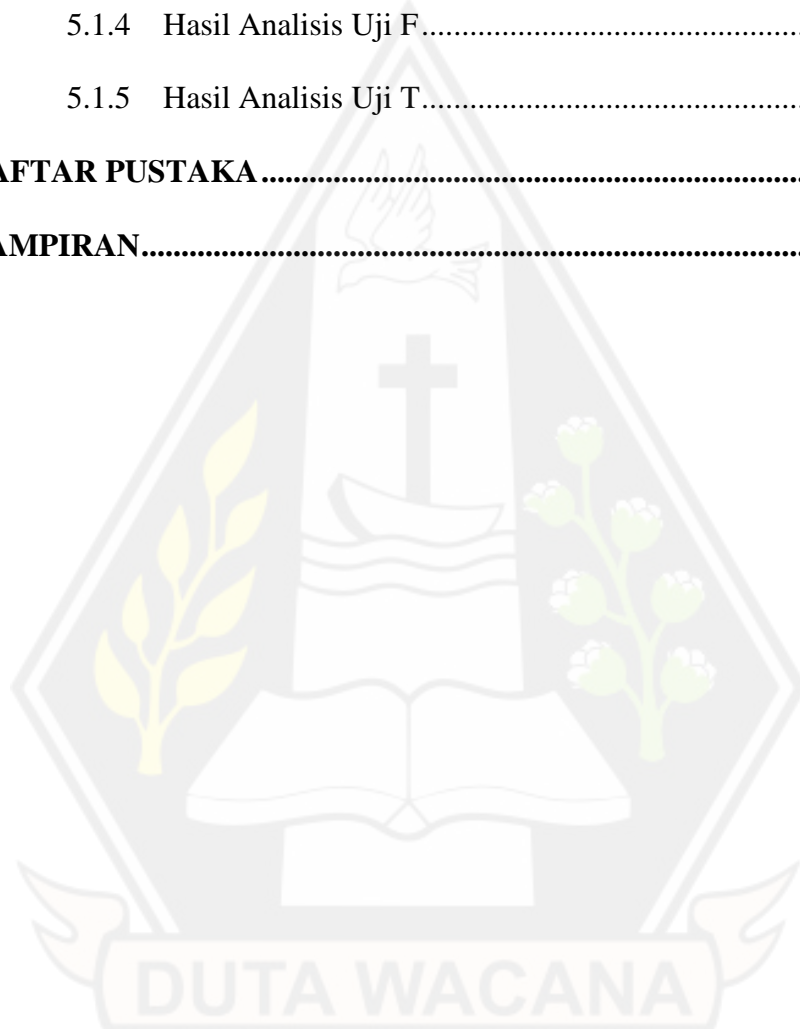
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Masalah	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
a. Manfaat Penelitian	5
b. Manfaat Praktik	5
1.5 Batasan Masalah	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
5.1 Kualitas Pelayanan	6

2.1.1 Indikator Kualitas Pelayanan	6
2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	6
2.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	7
2.2 Harga	8
2.2.1 Indikator Harga	8
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Harga	9
2.2.3 Dimensi Harga	10
2.3 Loyalitas Konsumen	11
2.3.1 Indikator Loyalitas Konsumen.....	12
2.3.2 Faktor Loyalitas Konsumen	13
2.3.3 Karakteristik Loyalitas Konsumen	14
2.4 Penelitian Terdahului	15
2.5 Pengembangan Hipotesis	15
2.6 Kerangka Berpikir.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Jenis Penelitian.....	17
3.2 Sumber Data.....	17
3.2.1 Sumber Data Primer.....	17
3.2.2 Sumber Data Sekunder.....	17
3.3 Metode Pengumpulan Data	18
3.3.1 Kuisioner	18
3.3.2 Studi Pustaka.....	18
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	19
3.4.1 Populasi.....	19
3.4.2 Sampel.....	19

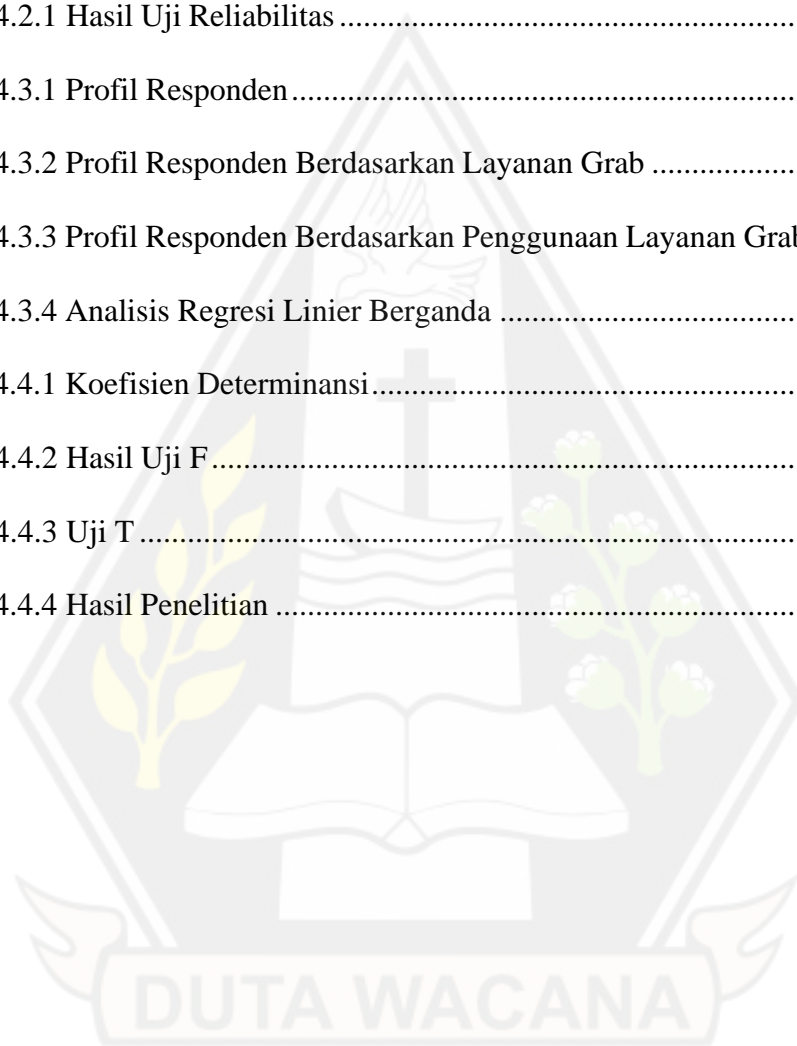
3.5 Defisini Variabel	19
3.5.1 Variabel Penelitian	19
3.5.2 Pengukuran Variabel.....	20
3.6 Definisi Operasional Variabel	21
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.7 Metode Statistik dan Uji Hipotesis	23
3.7.1 Uji Validitas	23
3.7.2 Uji Reliabilitas	24
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	24
3.7.4 Koefisien Determinansi.....	25
3.7.5 Uji F	25
3.7.6 Uji T	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Definisi Grab	27
4.2 Hasil Uji Validitas	27
4.2.1 Uji Reliabilitas	28
4.3 Statistik Deskriptif	29
4.3.1 Profil Responden.....	29
4.3.2 Profil Responden Berdasarkan Informasi Layanan Grab.....	30
4.3.3 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan Grab.....	30
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	31
4.4 Uji Hipotesis.....	32
4.4.1 Koefisien Determinansi.....	33
4.4.2 Uji Signifikansi Secara Pengaruh Simultan	33

4.4.3 Uji Signifikansi Secara Pengaruh Parsial.....	34
BAB V PENUTUPAN.....	35
5.1 Kesimpulan	38
5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden	38
5.1.2 Analisis Regresi Berganda	38
5.1.3 Hasil Analisis Regresi Koefisiensi Determinansi	39
5.1.4 Hasil Analisis Uji F.....	39
5.1.5 Hasil Analisis Uji T.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	41
LAMPIRAN.....	43



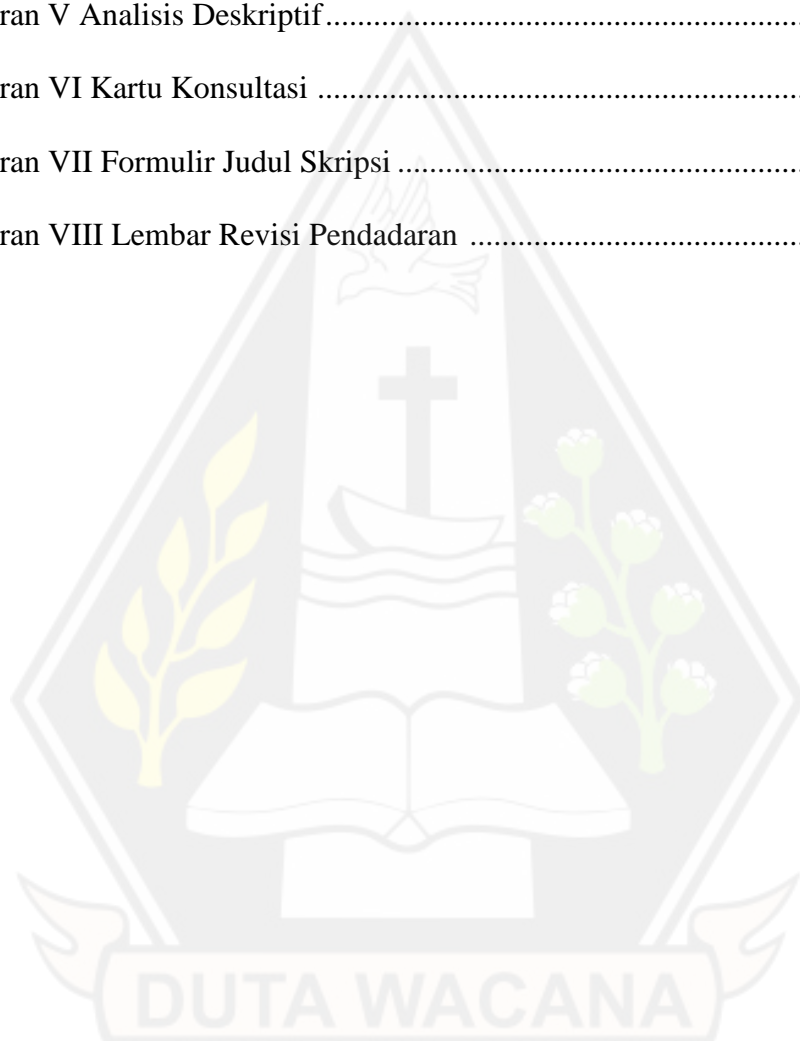
DAFTAR TABEL

Tabel 2.4 Penelitian Terdahului	17
Tabel 3.5.2 Skala Likert	20
Tabel 3.6 Definisi Operasional.....	22
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas	29
Tabel 4.3.1 Profil Responden.....	29
Tabel 4.3.2 Profil Responden Berdasarkan Layanan Grab	30
Tabel 4.3.3 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan Grab	30
Tabel 4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	31
Tabel 4.4.1 Koefisien Determinansi.....	33
Tabel 4.4.2 Hasil Uji F.....	33
Tabel 4.4.3 Uji T	34
Tabel 4.4.4 Hasil Penelitian	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisoner	43
Lampiran II Data Responden	46
Lampiran III Uji Validitas dan Uji Relibilitas	62
Lampiran IV Uji F dan Uji Regresi Berganda	63
Lampiran V Analisis Deskriptif.....	64
Lampiran VI Kartu Konsultasi	66
Lampiran VII Formulir Judul Skripsi	67
Lampiran VIII Lembar Revisi Pendadaran	68



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN GRAB (STUDI KASUS MAHASISWA
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA)

Fileas Lenka Bede

Program Studi Manajemen fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

lenkabede7@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian bersifat kuantitatif. Selain itu, itu juga merupakan penelitian konfirmasi karena melibatkan hipotesis dan sumber data spesifik. Selanjutnya populasinya adalah 135 mahasiswa aktif di Universitas Kristen Duta Wacana. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Demikian pula harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap harga, dan kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, loyalitas konsumen

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON GRAB
CUSTOMER LOYALTY IN DUTA WACANA CHRISTIAN
UNIVERSITY STUDENTS (STUDY OF GRAB CUSTOMERS IN
DUTA WACANA CHRISTIAN UNIVERSITY STUDENTS)

Fileas Lenka Bede

Faculty of Business Management Study

Program Duta Wacana Christian University

Lenkabede7@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, price and customer satisfaction on customer loyalty. While research is quantitative. In addition, it is also a confirmation research because it involves specific hypotheses and data sources. Furthermore, the population is 135 active students at Duta Wacana Christian University. Based on the results of the study stated that service quality has a positive and significant effect on consumer loyalty. Likewise, price has a positive and significant effect on consumer loyalty. This shows that the better the consumer's perception of price and the quality of service provided, the more customer loyalty will increase.

Keywords: service quality, price, consumer loyalty

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat memiliki begitu ragam aktivitas. Era industri dapat diartikan digitalisasi secara menyeluruh pada sector industri seperti halnya mesin, produk dan proses manufaktur. Maka dari itu untuk menunjang aktifitas masyarakat diperlukannya suatu sarana diperlukannya alat penunjang ataupun alat bantu transportasi yang dapat membantu masyarakat. Dikarenakan oleh hal itu perusahaan yang bergerak dalam jasa transportasi lomba dalam meraih konsumen dilakukan dengan meningkatkan pelayanan, kemudahan dalam melakukan pemesanan, kenyamanan transportasi dan lain sebagainya. Banyak dijumpainya kendaraan yang mengangkut orang/barang dengan biaya yang telah disetujui sebelumnya, yang saat ini kita kenal sebagai ojek.

Perkembangan bisnis di bidang jasa yang semakin beragam di Indonesia yang digunakan sebagai alat penunjang aktifitas dan memenuhi kebutuhan masyarakat, sudah menjadi hal umum bagi masyarakat di perkotaan. Seiring berkembangnya teknologi kini terdapat banyak aplikasi yang mulai mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi berbasis mobile. Sebelum adanya layanan ojek berbasis teknologi seperti saat ini konsumen harus mendatangi ojek pangkalan, pemesanan ojek tersebut sering kali terjadi tawar menawar dalam penentuan harga yang sesuai untuk kedua belah pihak. Untuk saat ini sudah banyak aplikasi yang menawarkan layanan ojek berbasis aplikasi dengan tarif yang relatif terjangkau, dengan jenis pelayanan yang hampir sama seperti menghantarkan

orang, barang, dan makanan dengan biaya cukup bersaing untuk mendapatkan simpatik dari masyarakat.

PT. Grab Indonesia adalah merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi berbasis online, didirikan pada tahun 2012 di Malaysia dan resmi masuk Indonesia pada tahun 2014. Perusahaan yang didirikan oleh Anthony Tan awal mula berdirinya bertujuan memudahkan masyarakat untuk segala hal secara cepat dan mudah. Grab tidak hanya tersedia grab Bike tetapi juga beragam jenis layanan yang dapat di pilih konsumen seperti Grab Car, GrabExpress, Grab Food Dan lain sebagainya.

Penelitian Irandha et al (2020) bahwa kualitas layanan faktor positif yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebagai konsumen yang terpuas dengan nilai-nilai pribadi mereka dan memiliki perasaan positif tentang pengalaman layanan perusahaan. Semakin bertambahnya perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi online berdampak ketatnya persaingan, hal ini terjadi yang menyebabkan adanya persaingan dari segi kualitas layanan yang diberikan, dan harga terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut semakin selektif dalam memilih yang sesuai dengan yang diinginkan. Maka dari itu Grab memberikan pelayanan yang terbaik demi kenyamanan dan juga keselamatan konsumen dengan harga yang terjangkau untuk menggaet loyalitas konsumen.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap bisnis. Komitmen jangka panjang terhadap bisnis dan barang atau jasanya tercermin dalam semua tindakan dan sikap. Pelanggan yang dikhususkan untuk bisnis dan barang dan jasa menggunakan barang dan jasa tersebut sering dan berulang kali. Akibatnya, bisnis dan barang dan jasanya

memainkan peran penting dalam proses konsumsi yang melibatkan pelanggan.

“Loyalitas didefinisikan sebagai pembelian abnormal yang diinginkan dari waktu ke waktu oleh unit pengambilan keputusan,” tegas Griffin dalam Hurriyati, (2008:129). Menurut pengertian ini, loyalitas lebih spesifik mengacu pada pola perilaku para pengambil keputusan yang secara konsisten membeli barang atau jasa dari perusahaan yang dipilih. Akibatnya, pengalaman menggunakan produk atau

layanan pada akhirnya menentukan loyalitas pelanggan. Samuel dan Vijaya menegaskan dalam Masruri dan Supriyatin (2013) bahwa salah satu cara bisnis untuk menjamin kepuasan pelanggan dan, akibatnya, loyalitas pelanggan adalah melalui penyediaan layanan berkualitas tinggi. layanan yang membantu pelanggan merasa lebih percaya diri.

Banyak hal yang bisa pengaruhi loyalitas pelanggan, semacam kualitas pelayanan. menyadari berartinya kualitas layanan, yang bisa berakibat pada loyalitas pelanggan serta kenikmatan layanan. Kotler(2000) berpendapat kalau mendefinisikan layanan sebagai strategi industri dibutuhkan sebab produk industri bisa berbentuk benda serta jasa. Kebalikannya, bagi pendapat Umar(2005), pelanggan yang bahagia dengan nilai sesuatu produk ataupun jasa mempunyai kesempatan yang lebih baik buat jadi pelanggan jangka panjang.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen adalah persepsi harga, sebab harga merupakan hal menjadi hal yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Menurut dalam pandangan Kotler dan Keller (2009:125) berpendapat bahwa harga merupakan elemen dalam bauran pemasaran yang tidak hanya menentukan profitabilitas tetapi juga menandakan nilai produk.

Berdasarkan aplikasi yang ditawarkan oleh pihak PT. Grab Indonesia maka

penelitian mengacu pada jasa layanan Grab Bike karena terdapat banyak konsumen yang menggunakan layanan tersebut sehingga penelitian dapat mengetahui Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pada konsumen Grab di Universitas Kristen Duta Wacana.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini:

- a. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Grab pada mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana?
- b. Apakah harga mempengaruhi terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Grab pada mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana?
- c. Apakah kualitas pelayanan, serta harga mempengaruhi terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Grab pada mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Grab pada mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana
- b. Untuk melihat harga pelayanan terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Grab pada mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana
- c. Untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Grab pada mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Bagi akademis, penelitian diharapkan memberikan manfaat pengetahuan dalam mengembangkan pengetahuan bisnis jasa, mengembangkan wawasan dunia bisnis dengan pendekatan dan memasukan variable-variabel yang digunakan untuk mempengaruhi kualitas layanan, dan harga terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Grab di Universitas Kristen Duta Wacana.

b. Manfaat Praktis

Sebagai referensi yang dijadikan suatu bahan menelitian berkaitan dunia bisnis perusahaan jasa terutama kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi Grab di Universitas Kristen Duta Wacana.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan dalam penelitian ini:

- a. Penelitian dilakukan kepada konsumen pengguna Grab di Universitas Kristen Duta Wacana, yang berstatus mahasiswa Universitas Duta Wacana
- b. Penelitian dilakukan bulan Februari - Mei
- c. Profil responden yang diteliti berdasarkan:
 1. Usia
 2. Pekerjaan
 3. Frekuensi penggunaan jasa transportasi Grab selama sebulan terakhir

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan uji SPSS 26 terhadap variabel kualitas pelayanan, harga dan loyalitas pelanggan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa gabungan variabel kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh sebesar 37,7% terhadap loyalitas pelanggan Grab di kalangan mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Variabel kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,009 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditentukan (0,05). Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Harga juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
4. Meskipun variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini juga mempengaruhi retensi pelanggan, variabel tersebut tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut dapat mencakup variabel lain yang dapat berkontribusi terhadap retensi pelanggan.

Kesimpulannya, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara kualitas layanan, harga dan loyalitas pelanggan dalam konteks keterlibatan pengguna di kalangan mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi Grab untuk meningkatkan kualitas layanan dan strategi penetapan harga guna memperkuat loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitan, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat diajukan beberapa saran kepada Perusahaan Grab sebagai berikut:

1. Diharapkan Grab terus meningkatkan kualitas para drivernya dengan pelayanan yang tanggap. Walaupun saat ini telah dikembangkan fitur yang memungkinkan konsumen mengetahui lokasi pengemudi dan perkiraan waktu pengiriman, perusahaan juga berharap dapat menanggapi keluhan konsumen dengan cepat. Selain itu, penting untuk menjaga keramahan pelanggan Grab karena hal ini memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Guna meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen ojek online Grab, disarankan perusahaan Grab mempertimbangkan untuk memberikan sanksi kepada pengemudi yang tidak mau mendengarkan keluhan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan kebijakan atau peraturan internal yang mewajibkan pengemudi untuk menanggapi keluhan pelanggan.
3. Diharapkan Grab dapat menjaga harga layanan agar tetap terjangkau bagi semua konsumen. Selain itu, disarankan agar Grab secara aktif menawarkan promosi dan penawaran khusus untuk setiap pembelian atau penggunaan

layanan Grab. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen, mendorong mereka untuk tetap memilih Grab, dan menghindari beralih ke kompetitor. Dengan melakukan langkah ini, Grab dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisinya dalam industri ojek online.



DAFTAR PUSTAKA

- Griffin, J. (2005). "Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan". Erlangga, Jakarta.
- Margaretha, M. 2010, Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol. III, No. 2: 289-308.
- Margaretha, M. 2010, Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol. III, No. 2: 289-308.
- Subagio, H. 2011. "Pengaruh Atribut Supermarket terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen". Jurnal Manajemen Pemasaran, 6 (1), April 2011: 8-21.
- Sidiq Rustam Aji, 2017. "Pengaruh kualitas pelayanan, harga terhadap loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada perusahaan jasa pengiriman di Solo". Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhamadiyah, Surakarta.
- Aji, S. R. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Jasa Pengiriman di Solo. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah. Surakarta.
- Laely, N. 2016. Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri. JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen3(2): 61-74.
- Starini, H. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Toko Basuki Jaya Yogyakarta). Skripsi Tidak Diterbitkan. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sunyoto, D. 2012. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Cetakan Pertama. Yogyakarta. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga. Laksana, Fajar. (2008). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu. 155
- Sari, Dessica Dinar. (2015). Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. (Studi Kasus SIM Card GSM Prabayar XL di Yogyakarta). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management (15th ed). New Jersey: Pearson Pretice Hall

Riyan Indra Pramana, I Made Sukresna, 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Atas Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Bus Pariwisata Po Jaya Indah Semarang). *Jurnal Manajemen Diponegoro*, 5(2), Hal. 1-15, 2337-3792.

Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
Sunyoto. Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.

