

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, KUALITAS LAYANAN,  
DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA LAYANAN JASA GRAB *BIKE* DI DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH:  
KRESENSIA ADHISTY SETYAMURTI  
11200961**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA  
2024**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, KUALITAS LAYANAN,  
DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA LAYANAN JASA GRAB *BIKE* DI DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen (S1)**



**DISUSUN OLEH:  
KRESENSIA ADHISTY SETYAMURTI  
11200961**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA  
2024**

**HALAMAN PENGANTAR**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



**DISUSUN OLEH:**

**KRESENSIA ADHISTY SETYAMURTI**

**11200961**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2024**

**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 : Kresensia Adhistry Setyamurti  
NIM : 11200961  
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 *Online Customer Review*, Kualitas Layanan, dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Layanan Jasa Grab *Bike* di Daerah Istimewa Yogyakarta ”**

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 : 26 Juni 2024

Yang menyatakan  
(Kresensia Adhistry Setyamurti)

NIM.11200961



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, KUALITAS LAYANAN,  
DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA LAYANAN JASA GRAB *BIKE* DI DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**KRESENSIA ADHISTY SETYAMURTI**

**11200961**

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 20 Juni 2024

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM

(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)



2. Yohanes Michael Christanto, S.S., MM

(Dosen Penguji)



3. Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev

(Dosen Pembimbing)



Yogyakarta, 26 Juni 2024

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si.



Dr. Elok Prakaryaningsih, S.E., M.Si.

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**" PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, KUALITAS LAYANAN,  
DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA LAYANAN JASA GRAB *BIKE* DI DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA"**

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

Jika 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, 6 Juni 2024



Kresensia Adhisty Setyamurti

11200961

## HALAMAN MOTTO

“Karena masa depan akan ada dan harapanmu tidak akan hilang.”

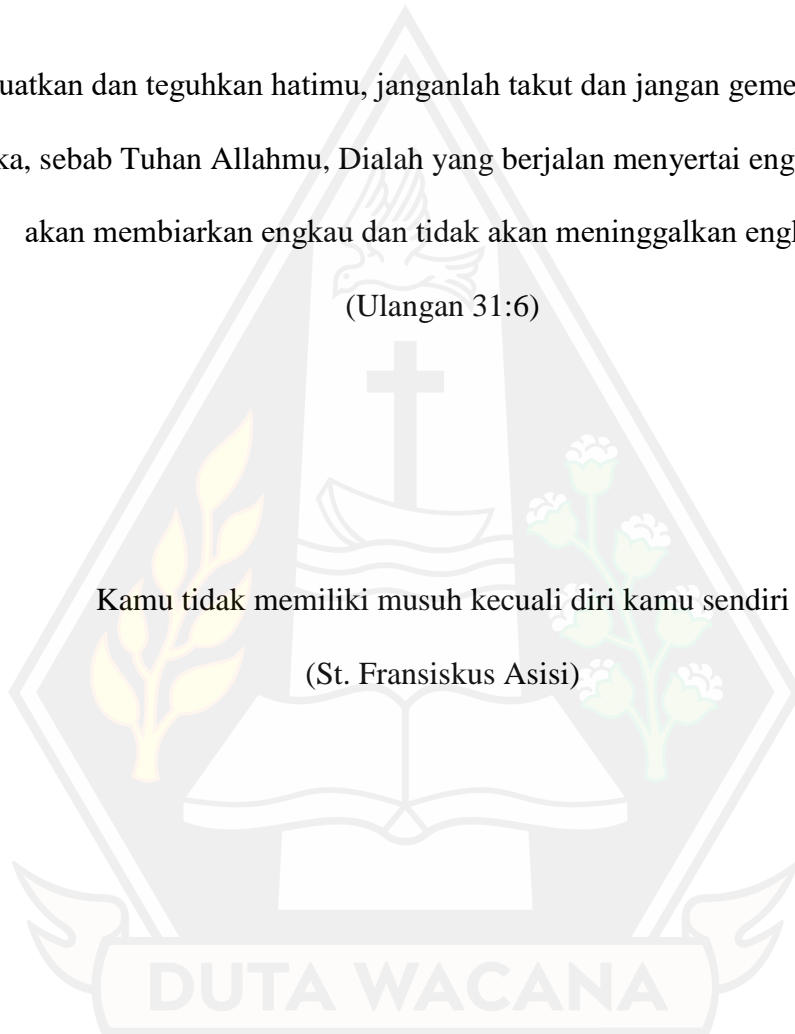
(Amsal 23:18)

“Kuatkan dan teguhkan hatimu, janganlah takut dan jangan gemetar karena mereka, sebab Tuhan Allahmu, Dialah yang berjalan menyertai engkau; Ia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau.”

(Ulangan 31:6)

Kamu tidak memiliki musuh kecuali diri kamu sendiri

(St. Fransiskus Asisi)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam memberi saran, masukan, serta dukungan selama penulis menyusun skripsi ini sehingga tulisan ini dapat selesai dengan baik. Terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala penyertaan dan kasih-Nya
2. Kedua orang tua saya Bapak R.S Sugandi dan Ibu Florentina Suratmi yang telah mensponsori saya semasa dalam masa studi dan memberi dukungan seumur hidup saya berupa doa, materi, dan perhatian.
3. Dosen pembimbing saya, Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., yang telah membimbing saya dalam pembuatan skripsi dengan sabar dan memberi ilmu yang sangat berguna
4. Kakak saya, Candra dan Christy serta keponakan-keponakan saya, Calesto dan Calista yang turut memberi semangat dan mendoakan saya
5. Keluarga besar saya yang turut memberi dukungan dan doa
6. PUP SQUAD (Dini, Regina, Putri) yang selalu memberi dukungan kepada saya
7. Valencia, Jeremias, Egidius, Christian, dan teman-teman lain yang membantu menyelesaikan skripsi.



## KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur saya haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberi anugerah yang begitu besar sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul: "PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, KUALITAS LAYANAN, DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA LAYANAN JASA GRAB *BIKE* DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA".

Penyusunan skripsi ini sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan penulis dalam mencari informasi dan keterbatasan dalam pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari seluruh pihak. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Yogyakarta, 6 Juni 2024

Kresensia Adhistry

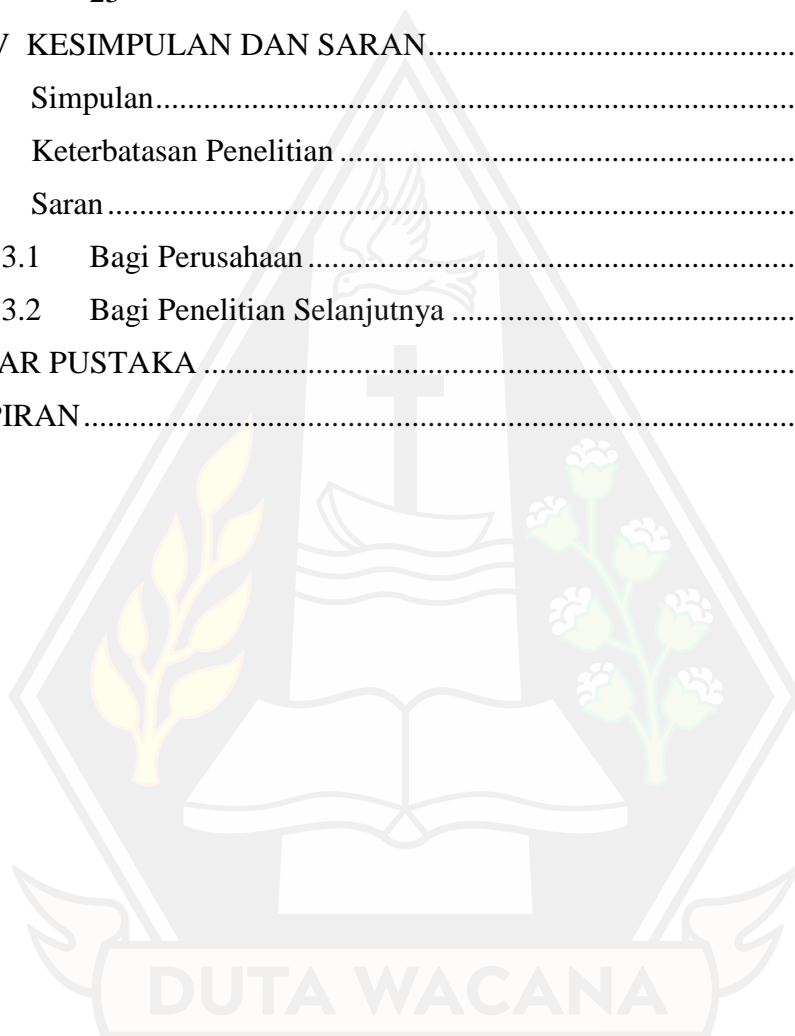
11200961

## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	6
2.1 Manajemen Pemasaran .....	6
2.2 Manajemen Jasa .....	6
2.3 <i>Online Customer Review</i> .....	6
2.3.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i> .....	6
2.3.2 Indikator <i>Online Customer Review</i> .....	7
2.4 Kualitas Layanan .....	7
2.4.1 Pengertian Kualitas Layanan.....	7
2.4.2 Dimensi Kualitas Layanan .....	7
2.5 Potongan Harga .....	8
2.5.1 Pengertian Potongan Harga.....	8
2.5.2 Indikator Potongan Harga .....	8

2.6	Keputusan Pembelian .....	9
2.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.6.2	Indikator Keputusan Pembelian .....	9
2.7	Penelitian Terdahulu.....	10
2.8	Kerangka Konseptual .....	11
2.9	Pengembangan Hipotesis .....	11
2.9.1	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian 11	
2.9.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	12
2.9.3	Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		13
3.1	Jenis Penelitian .....	13
3.2	Populasi .....	13
3.3	Sampel .....	13
3.4	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data .....	14
3.4.1	Jenis Data .....	14
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran .....	14
3.5	Definisi Operasional Variabel .....	15
3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	15
3.6.1	Uji Validitas .....	15
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	16
3.7	Analisis Regresi Linear Berganda.....	16
3.8	Uji Hipotesis.....	17
3.8.1	Uji Simultan (F) .....	17
3.8.2	Uji Parsial (Uji t).....	17
3.8.3	Koefisien Determinasi.....	17
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		18
4.1	Karakteristik Responden .....	18
4.2	Hasil Uji Instrumen .....	19
4.2.1	Uji Validitas .....	19
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	20
4.3	Hasil Analisis Linear Berganda.....	20
4.4	Hasil Uji Hipotesis .....	22
4.4.1	Uji t .....	22

4.4.2	Uji F .....	23
4.5	Koefisien Determinasi .....	23
4.6	Pembahasan dan Hasil .....	24
4.6.1	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian 24	
4.6.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan pembelian .....	24
4.6.3	Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan pembelian konsumen 25	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		27
5.1	Simpulan.....	27
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	27
5.3	Saran .....	28
5.3.1	Bagi Perusahaan .....	28
5.3.2	Bagi Penelitian Selanjutnya .....	28
DAFTAR PUSTAKA .....		29
LAMPIRAN .....		32



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3. 1 Ukuran Skala Likert .....	14
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel .....	15
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden .....	18
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas .....	19
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	20
Tabel 4. 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	20
Tabel 4. 5 Hasil Uji F .....	23
Tabel 4. 6 Hasil Koefisien Determinasi .....	23



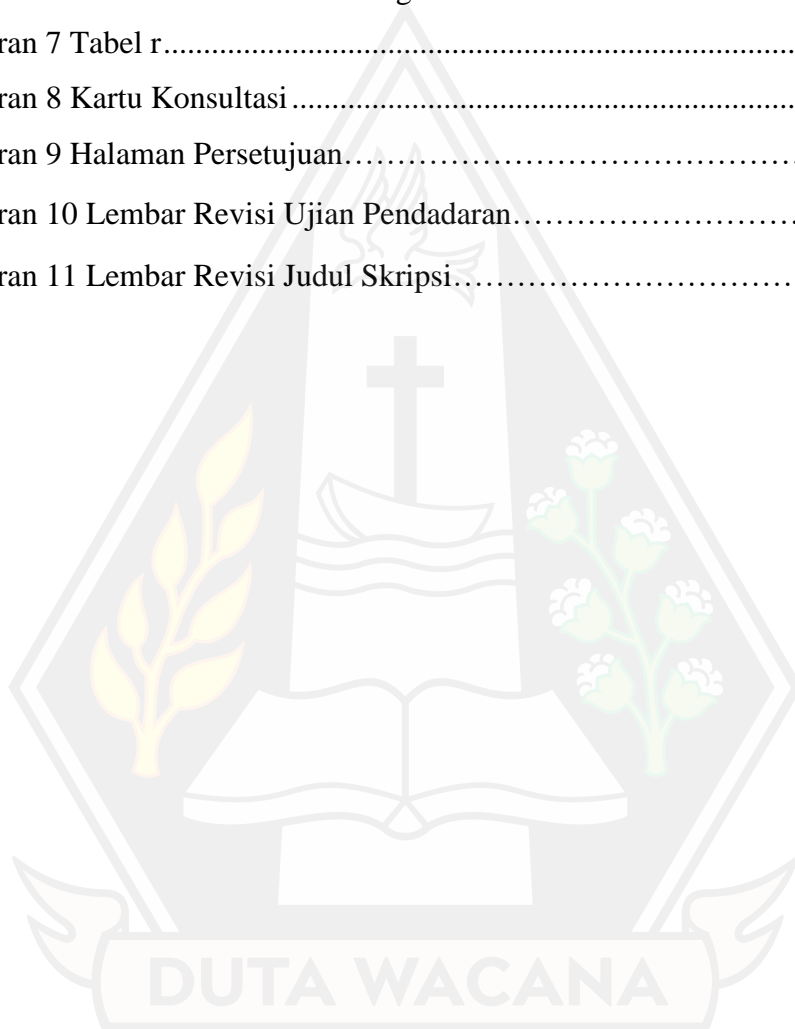
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Layanan Transportasi <i>Online</i> yang Digunakan Responden (Agustus – September 2022).....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	11



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	32
Lampiran 2 Data Responden.....	36
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	44
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas .....	52
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Lampiran 6 Hasil Analisis Linear Berganda.....	56
Lampiran 7 Tabel r.....	58
Lampiran 8 Kartu Konsultasi.....	59
Lampiran 9 Halaman Persetujuan.....	60
Lampiran 10 Lembar Revisi Ujian Pendadaran.....	61
Lampiran 11 Lembar Revisi Judul Skripsi.....	62



**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, KUALITAS LAYANAN,  
DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA LAYANAN JASA GRAB *BIKE* DI DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**Kresensia Adhistry Setyamurti  
11200961**

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis  
Universitas Kristen Duta Wacana  
Email : [11200961@students.ukdw.ac.id](mailto:11200961@students.ukdw.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui Pengaruh *Online Customer Review*, Kualitas Layanan, dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Layanan Jasa Grab *Bike* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel yang diteliti dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan kuseioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda untuk menguji uji t, uji F, dan koefisien determinansi. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabel *online customer review* ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Kualitas layanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Potongan harga ( $X_3$ ) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). *Online customer review* ( $X_1$ ), kualitas layanan ( $X_2$ ), dan potongan harga ( $X_3$ ) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci : *Online Customer Review*, Kualitas Layanan, Potongan Harga, dan Keputusan Pembelian.



**THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS, SERVICE  
QUALITY, AND PRICE DISCOUNTS ON CONSUMER PURCHASING  
DECISIONS ON GRAB BIKE SERVICES IN DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**

**Kresensia Adhistry Setyamurti  
11200961**

Management Study Program, Faculty of Business  
Duta Wacana Christian University  
Email : [11200961@students.ukdw.ac.id](mailto:11200961@students.ukdw.ac.id)

**ABSTRACT**

*This research was conducted to determine the effect of online customer reviews, service quality, and price discounts on consumer purchasing decisions on Grab Bike services in the Special Region of Yogyakarta. The sample studied in this study were 100 respondents. The technique used was purposive sampling technique with a questionnaire. The data analysis method used is multiple linear regression analysis to test the  $t$  value,  $F$  value, and determinasi coefficient. Based on the statistical  $t$  test conducted, it can be concluded that the online customer review variable ( $X1$ ) partially has a positive and significant effect on purchasing decisions ( $Y$ ). Service quality ( $X2$ ) partially has a positive and significant effect on purchasing decisions ( $Y$ ). The discount ( $X3$ ) partially has no significant effect on purchasing decisions ( $Y$ ). Online customer review ( $X1$ ), service quality ( $X2$ ), and discount ( $X3$ ) simultaneously have a significant influence on purchasing decisions ( $Y$ ).*

*Keywords : Online Customer Review, Service Quality, Discounted Prices, and Purchasing Decisions*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Transportasi menjadi hal yang sering ditemui pada kehidupan sehari-hari. Transportasi berasal dari kata Latin yang artinya mengangkut atau membawa. Sedangkan menurut Nova, D. D. R., & Widiastuti, N. (2019) transportasi ialah layanan untuk memindahkan individu. Seiring berkembangnya zaman dan teknologi, transportasi juga ikut berkembang. Dengan semakin majunya sistem transportasi, semakin maju pula sistem angkutan di Indonesia yang sudah dikenal luas, yaitu transportasi *online*.

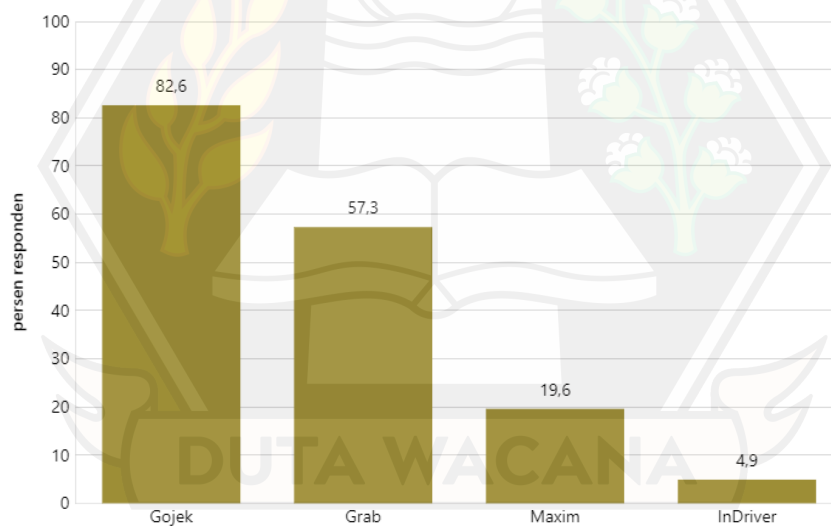
Dwianto, E., & Sadikin, M. (2021) dalam jurnalnya menulis bahwa transportasi *online* merupakan angkutan umum berbasis aplikasi, semua layanan transportasi *online* dapat kita operasikan dalam satu genggam. Transportasi *online* ini merupakan suatu perkembangan dari transportasi tradisional, tetapi karena jaman semakin maju, dan semua serba *online* maka terciptalah transportasi *online* ini dengan tujuan memudahkan masyarakat dalam memesan dan membayar. Tidak bisa dipungkiri, hampir seluruh masyarakat Indonesia menggunakan jasa ojek *online* baik itu layanan dalam mengangkut orang, mengakomodasi angkut barang, dan jasa lainnya.

Saat ini transportasi *online* sudah banyak dijumpai di kota besar, salah satunya Daerah Istimewa Yogyakarta, Grab adalah salah satunya. Dilihat dari aplikasinya, Grab memiliki banyak sekali fitur atau layanan yaitu motor (*bike*), mobil (*car*), makanan (*food*), *express*, belanja, pulsa/token, jastip, kesehatan, tagihan, promo, hadiah, hotel, sewa, paket diskon, *game top up*, asuransi, dan juga petualangan.

Keberhasilan Grab dalam mengembangkan bisnisnya tidak lain karena adanya faktor-faktor yang mendukung dari para pengguna sehingga pengguna lain memutuskan untuk menggunakan jasa layanan Grab. Salah satu layanan yang akan dibahas disini adalah Grab *Bike*. Grab *Bike* merupakan salah satu layanan dari Grab yang menggunakan alat transportasi roda dua, yaitu motor untuk membawa penumpang dari satu lokasi ke lokasi lainnya.

Pada realitanya di Indonesia terutama di Daerah Istimewa Yogyakarta tidak hanya Grab yang menjadi satu satunya layanan ojek *online*, namun terdapat juga beberapa perusahaan ojek *online* lain yang ikut eksis yaitu Gojek, Maxim, dan InDriver. Berikut merupakan grafik perbandingan banyaknya konsumen yang memilih layanan jasa ojek *online* pada kurun waktu Agustus-September 2022.

Gambar 2.1 Grafik Layanan Transportasi *Online* yang Digunakan Responden (Agustus – September 2022)



Sumber: Databoks

Berdasarkan data databoks menunjukkan bahwa masyarakat memilih Grab menjadi pilihan kedua setelah Gojek. *Online customer review*, kualitas layanan jasa dan juga potongan harga dapat membuat Grab lebih berkembang dan menjadi

transportasi *online* yang unggul. Tanady & Fuad (2020) menyatakan bahwa upaya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dikenal sebagai kualitas layanan. Salah satu cara menanamkan kepercayaan konsumen adalah dengan memberi pelayanan yang berkualitas.

Cara melihat kualitas layanan suatu perusahaan baik atau tidak, ada *online customer review*. Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019) pernah menulis bahwa cara mudah dalam mendapat informasi adalah dengan melihat *review* dari para konsumen secara online atau disebut *online customer review*. Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa *online customer review* menjadi aspek penting dalam minat beli pelanggan.

Potongan harga yakni faktor penting yang dapat memengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Menurut Husain et al (2022) perusahaan membuat potongan harga sebagai strategi promosi untuk menarik perhatian konsumen. Dengan kata lain, keinginan pelanggan untuk membeli barang dapat dipengaruhi oleh potongan harga.

Penelitian terdahulu mengenai kualitas layanan serta potongan harga sudah pernah dilakukan. Kualitas layanan dan potongan harga berdampak positif serta signifikan pada keputusan pembelian bersumber pada *output* penelitian Yufa & Lestari (2023). Penelitian lain terkait *online customer review* diteliti oleh Fakhira & Nasution (2022) dengan judul “Pengaruh Promosi, *Review* Konsumen, dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Grabfood Dimasa COVID-19” mendapatkan kesimpulan bahwa *online customer review* memberi pengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan pemaparan sebelumnya, peneliti membuat penelitian berjudul “**Pengaruh Online Customer**

## **Review, Kualitas Layanan, dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Layanan Jasa Grab *Bike* Di Daerah Istimewa Yogyakarta”.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berikut merupakan masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini, yakni:

1. Apakah *online customer review* memberi pengaruh terhadap keputusan konsumen pada layanan jasa Grab Bike di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah kualitas layanan memberi pengaruh terhadap keputusan konsumen pada layanan jasa Grab Bike di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah potongan harga memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada layanan jasa Grab Bike di Daerah Istimewa Yogyakarta?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berikut ini dijabarkan tujuan dari observasi ini, sebagai berikut:

1. Melihat pengaruh *online customer review* pada keputusan konsumen pada layanan jasa Grab Bike di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Melihat pengaruh kualitas layanan pada keputusan konsumen pada layanan jasa Grab Bike di Daerah Istimewa Yogyakarta
3. Melihat pengaruh potongan harga pada keputusan pembelian konsumen pada layanan jasa Grab Bike di Daerah Istimewa Yogyakarta

### **1.4 Batasan Masalah**

Adapun batasan penelitian ini agar tidak terlalu luas, diantaranya:

1. Variabel yang diteliti sebatas *online customer review*, kualitas layanan, potongan harga, dan keputusan pembelian konsumen.
2. Responden berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta

3. Jumlah responden sebanyak 100 orang.
4. Penelitian dilakukan dalam 6 bulan terakhir

### **1.5 Manfaat Penelitian**

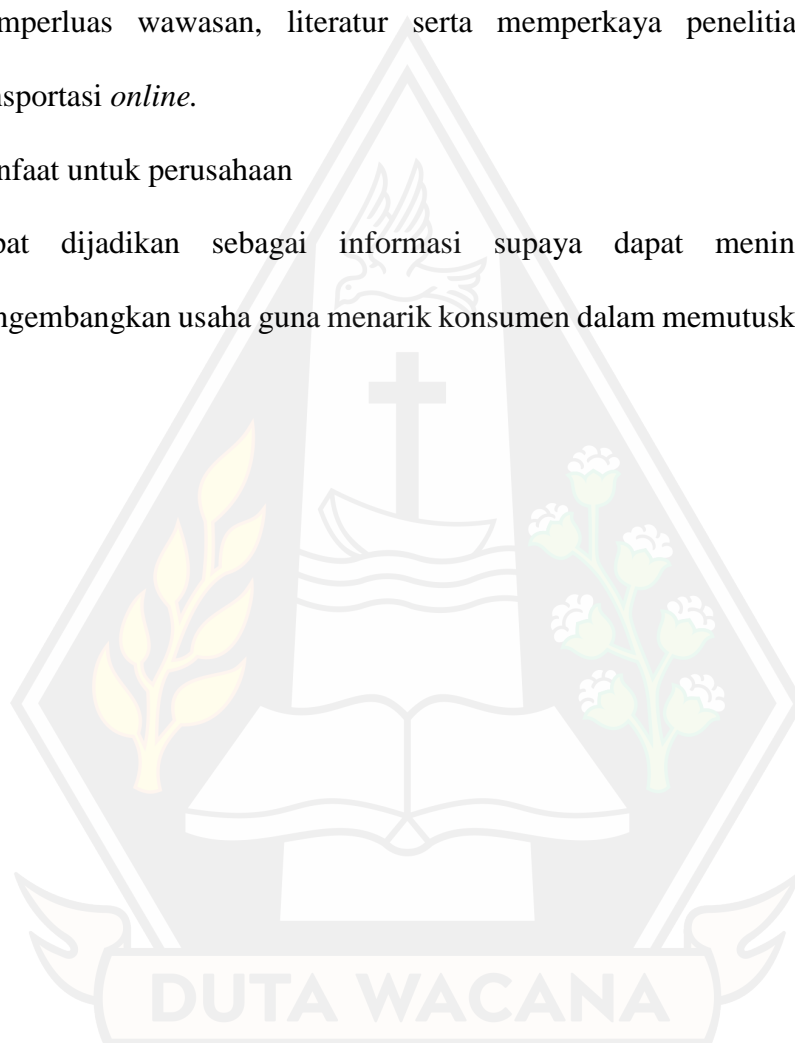
Beberapa manfaat dalam observasi ini, yaitu:

1. Manfaat untuk penulis

Memperluas wawasan, literatur serta memperkaya penelitian di bidang transportasi *online*.

2. Manfaat untuk perusahaan

Dapat dijadikan sebagai informasi supaya dapat meningkatkan dan mengembangkan usaha guna menarik konsumen dalam memutuskan pembelian.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

1. *Online customer review* berpengaruh signifikan pada keputusan untuk membeli layanan Grab *Bike* di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan nilai signifikansi 0,000.
2. Kualitas layanan berdampak signifikan pada keputusan pembelian layanan jasa Grab *Bike* di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan nilai signifikansi 0,000.
3. Potongan harga tidak berdampak secara signifikan terhadap keputusan pembelian layanan jasa Grab *Bike* di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan nilai signifikansi 0,536.

Dari hasil pengumpulan data dengan metode *purposive sampling*, maka dapat disimpulkan bahwa responden yang memenuhi kriteria yaitu menggunakan layanan jasa Grab *Bike* dan berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta didominasi oleh perempuan dengan persentase 62% dalam rentang usia 18-23 tahun dengan persentase 77% dan bekerja sebagai pelajar/mahasiswa dengan persentase 73% serta pengeluaran sebesar Rp1.000.000 – Rp 3.000.000 per bulan dengan persentase 52% dan disusul dengan pengeluaran sebesar < Rp1.000.000 dengan persentase 27%.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Menggunakan 3 variabel independen (*online customer review*, kualitas layanan, dan potongan harga) dan 1 variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
2. Penelitian ini hanya melibatkan 100 responden sebagai sampel.

3. Responden hanya dalam lingkup Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Penelitian dilakukan dalam 6 bulan terakhir

### **5.3 Saran**

#### **5.3.1 Bagi Perusahaan**

Penulis menyarankan perusahaan Grab terutama Grab *Bike* meningkatkan kualitas layanan seperti mengadakan pelatihan kepada pengemudi mengenai etika dan pelayanan pelanggan, memperhatikan kondisi motor yang digunakan oleh pengemudi dan menyediakan helm bersih untuk penumpang, serta menyediakan diskon yang bervariasi seperti mengadakan *flash sale*, promosi pada *weekend*, musim liburan, atau acara-acara tertentu sehingga dapat berpengaruh terhadap ulasan dari para konsumen yang menyebabkan calon konsumen yakin untuk memutuskan membeli layanan jasa Grab *Bike* dan Grab *Bike* diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan memperkuat posisinya sebagai pilihan utama dalam layanan transportasi di Yogyakarta.

#### **5.3.2 Bagi Penelitian Selanjutnya**

Penulis berharap peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain seperti citra merek, kepuasan pelanggan dan promosi untuk dapat memberikan informasi faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian layanan jasa Grab *Bike*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee.(Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Boediono, M., Sonata C., Immanuel, D.M. (2018) “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen SEALANTWAX.*” Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputra, Surabaya
- Creswell, J., W. & Creswell, J.,D. (2018). *Research design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 5th ed., SAGE Publications
- Creswell, J., W. (2017). *Research design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Edisi Ketiga.*, SAGE Publications
- Databoks. (2022, Desember 8). *Gojek vs Grab, Mana yang Konsumennya Lebih Banyak?*Databoks.Katadata.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/gojek-vs-grab-mana-yang-konsumennya-lebih-banyak>
- Dwianto, E., Sadikin, M., Informatika, J. T., Komputer, F. I., & Buana, U. M. (2021). Analisis Sentimen Transportasi Online pada Twitter Menggunakan Metode Klasifikasi Naïve Bayes dan Support Vector Machine. *Format J. Ilm. Tek. Inform*, 10(1), 94.
- Fakhira, A. J., & Nasution, A. W. (2022). Pengaruh Promosi, Review Konsumen, Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Grabfood Dimasa COVID-19. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 3(1), 236-245.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.
- Filieri,R., 2014. What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), pp.1261–1270.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Alfamart Kayubulan. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(1), 63-85.

- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1994. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniasih, D., & Elizabeth, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Getok Tular terhadap Keputusan Pembelian Jasa. *Reviu Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(1), 1-8.
- Mahasani, E. F., & Wahyuningsih, T. H. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan penggunaan GoRide dan GrabBike di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1).
- Marlius, D. (2017). Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal pundi*, 1(1).
- Maulidar, C. S. (2022). *Pengaruh Online Customer Reviews, Online Customer Rating Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dikaji Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry). <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/23133>
- Nova, D. D. R., & Widiastuti, N. (2019). Pembentukan karakter mandiri anak melalui kegiatan naik transportasi umum. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 2(2), 113-118.
- Prima Kristalina. (2017). *r Tabel Statistika 200 Responden*. Diakses pada 25 Juni 2024 pukul 11:26, dari <https://www.advernesia.com/blog/spss/r-tabel-statistika-200-responden/>
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Rahmawati, I., Sa'adah, L., & Amalia, N. (2020). *Faktor Diskon, Bonus Pack dan In Store Display serta Pengaruhnya terhadap Pembelan Impulsif*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Widjayanto, K. W., Maroah, S., & Danurwindo, M. A. (2022). Pengaruh Harga Diskon Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ojek Online Gojek Di Kota Surabaya. *PROCEEDING UMSURABAYA*.

- Sari, F. P. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-Commerce Pada Mahasiswa UMSU. *Repository Umsu*, 1-66.
- Sitanggang, D. H., & Damiyana, D. (2022). Analisis Faktor Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui Aplikasi Online. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 109-118.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.*, CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Yufa, I. H. N., & Lestari, W. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 614-626.