

ABSTRAKSI

NATALIA MAGDALENA, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pengguna Jasa Go-Ride, studi kasus pada Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat (dibimbing oleh Eka Bertuah).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas melalui kepuasan pada pengguna jasa go-ride. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari kualitas pelayanan dan harga, sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pelanggan dan variabel intervening adalah kepuasan pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang diperlukan 100 responden. Responden penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa go-ride. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan pengaruh secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas memiliki nilai lebih kecil daripada pengaruh yang diberikan secara langsung pada pengguna jasa go-ride.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

NATALIA MAGDALENA, *The Effect of Quality Service and Price to Customer Loyalty through Customer Satisfaction on Users Go-ride, Case Study at Esa Unggul University, West Jakarta (supervised by Eka Bertuah).*

This study aims to determine quality service and price to customer loyalty through customer satisfaction on users go-ride. In this study, the independent variables consist of quality service and price while the dependent variable is customer loyalty and an intervening variables is customer satisfaction.

The method used in the sample nonprobability sampling is using technique purposive sampling with the amount of sample required 100 respondents. The respondents of customers users go-ride. The analytical method used is path analysis.

The results showed that the quality service and the price effect on customer satisfaction, and quality service and price influences customer loyalty. While the influence of indirectly through satisfaction of customer loyalty get a value of less than a given influence directly at users go-ride

Keywords : *Quality Service, Price, Customer satisfaction and Customer Loyalty.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Pembatasan Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Kualitas Pelayanan	10
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	10
2.2 Harga	12
2.2.1 Pengertian Harga	12
2.2.2 Dimensi Strategik Harga	13
2.2.3 Penetapan Harga	14
2.2.4 Faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga	16
2.3 Kepuasan Konsumen	17
2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	17
2.3.2 Mengukur Kepuasan	18
2.4 Loyalitas Pelanggan	20
2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	20
2.4.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	23
2.4.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	23
2.5 Penelitian Terdahulu	25
2.6 Hubungan Antar Variabel	27
2.6.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan	27

2.6.2 Hubungan Harga Dengan Kepuasan Pelanggan.....	28
2.6.3 Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	28
2.6.4 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	29
2.6.5 Hubungan Harga Dengan Loyalitas Pelanggan.....	29
2.7 Hipotesis	30
2.8 Model Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Desain Riset.....	32
3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	32
3.2.1 Jenis Data	32
3.3 Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel	34
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.4 Unit Analisis.....	35
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.6.2 Uji Validitas	40
3.6.3 Uji Reliabilitas	41
3.6.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	42
3.6.5 Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	43
3.6.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Deskriptif Data atau Karakteristik Responden	47
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia	48
4.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.1.4 Responden Berdasarkan Pendapatan	49
4.1.5 Responden Berdasarkan Berapa kali Menggunakan Aplikasi dan Jasa Go-ride Dalam Sebulan.....	50
4.2 Hasil Uji Validitas	50
4.2.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	51
4.2.2 Hasil Uji Validitas Harga	52
4.2.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	53
4.2.4 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	53
4.3 Uji Reliabilitas	54
4.3.1 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	54
4.3.2 Uji Reliabilitas Harga	55
4.3.3 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	55
4.3.4 Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	56
4.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	56

4.4.1 Analisis Jalur Tahap I	57
4.4.2 Analisis Jalur Tahap II.....	60
4.4.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan Tahap II.....	65
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	69
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan (Z).....	69
4.5.2 Pengaruh Harga (X_2) terhadap Kepuasan (Z).....	70
4.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Loyalitas (Y)	71
4.5.4 Pengaruh Harga (X_2) terhadap Loyalitas (Y).....	71
4.5.5 Pengaruh Kepuasan (Z) terhadap Loyalitas (Y).....	72
4.5.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan (Z).....	73
4.5.7 Pengaruh Harga (X_2) terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan (Z).....	74
4.6 Temuan Penelitian.....	74
4.7 Keterbatasan Penelitian	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	79
5.3 Implikasi Penelitian.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Strategi Pemasaran Go-Jek, GrabBike dan Uber	3
Tabel 1.2 Top Brand Index Go-jek, Grab Bike dan Uber	4
Tabel 1.3 Jumlah Armada Driver Go-Jek, Grab Bike dan Uber 2016.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2 Skala Likert	40
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas	42
Tabel 4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan kelamin	47
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Tabel 4.5 Frekuensi Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Harga	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas Harga	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan.....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas Loyalitas Pelanggan.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan	57
Tabel 4.15 Nilai Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Kualitas Pelayanan, Harga, dan kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan	61
Tabel 4.17 Nilai Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan, Harga, dan kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan.....	63
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Pengaruh.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	31
Gambar 3.1 Konstruksi Diagram Jalur Persamaan I.....	44
Gambar 3.2 Konstruksi Diagram Jalur Persamaan II.....	45
Gambar 4.1 Analisis Jalur Tahap I.....	60
Gambar 4.2 Analisis Jalur Tahap II	64
Gambar 4.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II.....	65