

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA  
TRANSPORTASI OJEK *ONLINE* MAXIM PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS NASIONAL ANGGARAN 2019-2022**

**TUGAS AKHIR**

**MUHAMMAD GANI ALAM**

**193402516182**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA  
TRANSPORTASI OJEK *ONLINE* MAXIM PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS NASIONAL ANGGARAN 2019-2022**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nasional**

**MUHAMMAD GANI ALAM**

**193402516182**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA  
TRANSPORTASI OJEK *ONLINE* MAXIM PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS NASIONAL ANGGARAN 2019-2022**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Februari 2023



MUHAMMAD GANI ALAM  
193402516182

## LEMBAR PERSETUJUAN

**Judul Tugas Akhir : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN,  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI  
OJEK *ONLINE* MAXIM PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS NASIONAL ANGKATAN 2019-2022**

**Nama Mahasiswa : MUHAMMAD GANI ALAM**

**Nomor Pokok : 193402516182**

**Program Studi : MANAJEMEN**

**Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,**

  
**(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Manajemen**

  
**(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)**

**Jakarta: Februari 2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Judul Tugas Akhir : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN,  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI  
OJEK ONLINE MAXIM PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS NASIONAL ANGKATAN 2019-2022**

**Nama Mahasiswa : MUHAMMAD GANI ALAM**

**Nomor Pokok : 193402516182**


**Program Studi : MANAJEMEN**

**Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional**

**Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,**

  
**(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)**

**Ketua Penguji,**

  
**(Dr. Ir. Saharso, M.M.)**

**Anggota Penguji,**

  
**(Beureukat, S.E., M.Si.)**

**Mengetahui,  
Dekan**

  
  
**(Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)**

**Jakarta,**

**Tanggal Lulus : 21 Februari 2023**

## ABSTRAK

### **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK *ONLINE* MAXIM PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL ANGGKATAN 2019-2022**

Oleh :  
**MUHAMMAD GANI ALAM**  
NPM : 193402516182

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek *Online* Maxim Pada Mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022. Metode dalam penelitian ini berupa deskriptif-kuantitatif dengan populasi yaitu Mahasiswa UNAS Angkatan 2019-2022. Sampel dalam penelitian ini yaitu dengan metode *Purposive Sampling* dengan pengambilan responden sebanyak 100 responden yang menggunakan jasa transportasi ojek *online* Maxim > 1 kali. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik dengan alat bantu perangkat lunak SPSS 26. Dari hasil analisis regresi linear berganda, menggunakan uji t yang di mana Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Kata Kunci : Persepsi Harga, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan**

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTIONS, TRUST, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF MAXIM'S ONLINE MOTORCYCLE TRANSPORTATION SERVICES IN STUDENTS OF THE NATIONAL UNIVERSITY CLASS OF 2019-2022***

**By :**  
**MUHAMMAD GANI ALAM**  
**NPM : 193402516182**

*Thesis, under the guidance of Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.*

*This study aims to determine the influence of Price Perceptions, Trust, And Service Quality On Customer Satisfaction of Maxim's Online Motorcycle Transportation Services In Students of The National University Class of 2019-2022. The method in this study is descriptive-quantitative with a population of 2019-2022 UNAS students. The sample in this study was the Purposive Sampling method with 100 respondents who used Maxim's online motorcycle transportation services > 1 time. This study uses primary data with data collection methods through questionnaires distributed to 100 respondents. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis, classical assumption test with SPSS 26 software tools. From the results of multiple linear regression analysis, using the t test where Price Perception has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Trust does not has a significant effect on customer satisfaction and service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. So it can be concluded that Price Perception and Service Quality have a positive effect on Customer Satisfaction, while Trust has no significant effect on Customer Satisfaction.*

**Keywords: Price Perceptions, Trust, Service Quality, Customer Satisfaction**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

**Nama** : Muhammad Gani Alam  
**Tempat, Tanggal Lahir** : Bekasi, 24 April 2001  
**Jenis Kelamin** : Laki-laki  
**Agama** : Islam  
**Status** : Belum Menikah  
**Alamat Rumah** : Jl. Tunas Kelapa III No.24 Rt 007/007,  
Sepanjang Jaya, Rawalumbu, Kota Bekasi  
**Telepon/HP** : 085250833710  
**Email** : [muhganialam@gmail.com](mailto:muhganialam@gmail.com)

### B. Data Pendidikan Formal

**2007-2013** : SDN Bojong Rawalumbu IX Kota Bekasi  
**2013-2016** : SMP Tunas Global Kota Bekasi  
**2016-2019** : SMAN 13 Kota Bekasi  
**2019-2023** : Universitas Nasional

Jakarta, Februari 2023



Muhammad Gani Alam



## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dengan menyebut nama Allah Subhanahu Wa Ta'ala Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan Judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online Maxim Pada Mahasiswa Universitas Nasional Angkatan 2019-2022”** untuk diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Nasional.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis banyak menghadapi tantangan dan hambatan. Penulis meyakini bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan, kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. selaku pembimbing tugas akhir yang telah berkenan memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan tugas akhir serta memotivasi penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu dan memberikan dukungan serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
7. Segenap Staff Administrasi, Sekretariat dan Staff Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang turut membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir ini.
8. Kedua orang tua saya, Bapak Joko dan Ibu Atin yang telah memberikan support dan mendoakan saya selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
9. Kepada kakak saya Fahma dan adik saya Arsy yang telah memberikan motivasi, support, mendoakan dan menguatkan hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
10. Kepada seluruh teman Angkatan 2019 Universitas Nasional yang telah memberikan masukan serta doanya untuk berjuang bersama mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada teman seperjuangan saya, Galih, Hanan, Reyhan, dan Fajrin yang telah berjuang bersama dalam mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Kepada partner olahraga saya, Ashiro, Farhan, Daffa, dan Reza yang telah memberi support dan mendoakan hingga tugas akhir ini terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunan dalam penulisan. Oleh karena itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.

Terima Kasih,

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Jakarta, Februari 2023

MUHAMMAD GANI ALAM  
193402516182

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN ABSTRAK .....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
A. Manajemen Pemasaran .....	8
1. Pengertian Pemasaran .....	8
2. Manajemen Pemasaran Jasa .....	8
3. Bauran Pemasaran Jasa .....	9
B. Persepsi Harga .....	10
1. Pengertian Persepsi Harga .....	10
2. Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga .....	10
3. Indikator Persepsi Harga .....	10
C. Kepercayaan .....	11
1. Pengertian Kepercayaan .....	11
2. Jenis Kepercayaan .....	11
3. Indikator Kepercayaan .....	12
D. Kualitas Pelayanan .....	13
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	13
2. Fungsi Kualitas Pelayanan .....	13
3. Indikator Kualitas Pelayanan .....	15
E. Kepuasan Pelanggan .....	15
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	15
2. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	16
3. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	17

F.	Keterkaitan Antar Variabel Penelitian .....	18
1.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	18
2.	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	18
3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ...	18
G.	Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	19
H.	Kerangka Analisis.....	23
I.	Hipotesis .....	24
BAB III METODE PENELITIAN .....		25
A.	Objek Penelitian.....	25
B.	Data Penelitian .....	25
1.	Sumber Data dan Jenis Data .....	25
2.	Populasi dan Sampel.....	25
3.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	27
C.	Jenis Variabel.....	27
1.	Variabel Bebas ( <i>independent variable</i> ) .....	27
2.	Variabel Terikat ( <i>dependent variable</i> ).....	27
D.	Definisi Operasional .....	28
E.	Metode Analisis .....	29
1.	Analisis Deskriptif .....	29
2.	Uji Instrumen Penelitian .....	29
a.	Uji Validitas .....	29
b.	Uji Reliabilitas .....	29
3.	Uji Asumsi Klasik.....	29
a.	Uji Normalitas .....	29
b.	Uji Multikolinearitas .....	30
c.	Uji Heteroskedastisitas .....	30
d.	Uji Autokorelasi .....	30
4.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	31
5.	Uji Kelayakan Model.....	31
a.	Uji F.....	31
b.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	32
6.	Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		33
A.	Hasil Penelitian .....	33
1.	Deskripsi Data Penelitian .....	33
2.	Sejarah Singkat Perusahaan .....	33
3.	Deskripsi Responden .....	34
a.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
b.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	35
c.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	37
d.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	38

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Mahasiswa UNAS .....	39
4. Analisis Tingkat Persepsi .....	41
a. Analisis Deskriptif Average Total Mean Persepsi Harga .....	42
b. Analisis Deskriptif Average Total Mean Kepercayaan .....	43
c. Analisis Deskriptif Average Total Mean Kualitas Pelayanan .....	44
d. Analisis Deskriptif Average Total Mean Kepuasan Pelanggan .....	45
5. Hasil Analisis Penelitian .....	46
a. Uji Validitas .....	46
b. Uji Reliabilitas .....	51
c. Uji Normalitas .....	52
d. Uji Multikolinearitas .....	54
e. Uji Heteroskedastisitas .....	55
f. Uji Autokorelasi .....	56
g. Uji F (Uji Kelayakan Model) .....	58
h. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
i. Uji t (Penguji Hipotesis) .....	60
B. Pembahasan .....	62
1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	63
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan..	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	66
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra-Penelitian.....	4
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	27
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	37
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	38
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Mahasiswa UNAS ..	39
Tabel 4. 6 Total Skor Average Mean Persepsi Harga.....	42
Tabel 4. 7 Total Skor Average Mean Kepercayaan.....	43
Tabel 4. 8 Total Skor Average Mean Kualitas Pelayanan.....	44
Tabel 4. 9 Total Skor Average Mean Kepuasan Pelanggan.....	45
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga.....	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Kepercayaan.....	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Instrument Variabel Persepsi Harga, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.....	51
Tabel 4. 15 Output Uji Normalitas.....	52
Tabel 4. 16 Output Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4. 17 Output Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4. 18 Output Uji Autokorelasi.....	56
Tabel 4. 19 Output Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4. 20 Output Uji ANOVA (Uji F).....	58
Tabel 4. 21 Output Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
Tabel 4. 22 Output Uji t.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perusahaan Aplikasi Transportasi Online yang Digunakan Publik Jabodetabek (Per September 2022).....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Analisis .....	23
Gambar 4. 1 Diagram Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Gambar 4. 2 Diagram Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ....	36
Gambar 4. 3 Diagram Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	37
Gambar 4. 4 Diagram Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	38
Gambar 4. 5 Diagram Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Mahasiswa UNAS.....	40
Gambar 4. 6 Scatterplot Normalitas.....	53

