

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRAVELOKA DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

ARY HARDIANSYAH

213402446399



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRAVELOKA DI JAKARTA SELATAN**

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

Oleh:

ARY HARDIANSYAH

213402446399



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

2024

LEMBAR PERNYATAAN

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

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRAVELOKA DI JAKARTA SELATAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan keliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.



Jakarta, 30 Juli 2024



ARY HARDIANSYAH

NPM : 213402446399

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRAVELOKA DI JAKARTA SELATAN**

Nama : **ARY HARDIANSYAH**

Nomor Pokok : **213402446399**

Program Studi : **MANAJEMEN**



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN TRAVELOKA DI JAKARTA SELATAN**

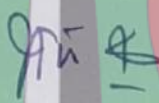
Nama : **ARY HARDIANSYAH**

Nomor Pokok : **213402446399**


Program Studi : **MANAJEMEN**

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

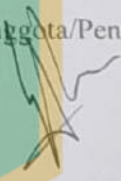
**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir**


(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

Ketua penguji



(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M)

Anggota/Penguji


(Dr. Elwisam, S.E., M.M)

Mengetahui,

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


(Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M.)

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRAVELOKA DI JAKARTA SELATAN

Oleh :

Ary Hadiansyah

NPM : 213402446399

Tugas akhir dibawah bimbingan : Dr. Ir. Tri Waluyo., M.Agr.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan, promosi, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan melalui platform Traveloka. Dalam penelitian ini, menggunakan metode dengan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner 100 responden di wilayah Jakarta Selatan. Analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan inferensial menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package For Social Science*) versi 25 *microsoft office excel*, sedangkan data sekunder digunakan untuk mendeskripsikan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan persepsi harga secara positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan Traveloka. Selain itu, dari ketiga variabel tersebut, persepsi harga memiliki kontribusi terbesar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan layanan reservasi *online* melalui aplikasi Traveloka.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PROMOTIONS, AND PRICE PERCEPTIONS ON TRAVELOKA CUSTOMER SATISFACTION IN SOUTH JAKARTA

By :

Ary Hardiansyah

NPM : 213402446399

Thesis under the guidance of: Dr. Ir. Tri Waluyo., M.Agr.

This research aims to determine and analyze the influence of service quality, promotions and price perceptions on customer satisfaction who use services via the Traveloka platform. In this research, a method was used with data collected through distributing questionnaires to 100 respondents in the South Jakarta area. The analysis used includes descriptive and inferential analysis using SPSS (Statistical Package For Social Science) version 25 Microsoft Office Excel software, while secondary data is used to describe the company. The research results show that service quality, promotions and price perceptions positively and significantly influence customer satisfaction with online reservation services via the Traveloka application. Apart from that, of these three variables, price perception has the largest contribution in increasing customer satisfaction with online reservation services via the Traveloka application.

Keywords: Service Quality, Promotion, Price Perception, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, kasih dan rahmat-nya yang begitu besar kepada penulis, sehingga tugas akhir dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRAVELOKA DI JAKARTA SELATAN”**. Dapat diselesaikan dengan baik.

Tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam rangka meraih gelar Sarjana (S1) dalam Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Selama proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menghadapi berbagai tantangan baik secara teknis maupun lainnya. Penulis menyadari bahwa, selama masa perkuliahan hingga pada penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, masukan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga segala rintangan dapat dilalui dengan baik. Oleh sebab itu, pada kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.M. selaku Plt. 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. Ir. Tri Waluyo., M.Agr. selaku Dosen Pembimbing yang saya cintai telah berkenan meluangkan waktu, tenaga serta memberikan tambahan ilmu, pengarahan, kritik, menyempurnakan kekurangan penulis, saran dan solusi pada setiap kesulitan, ketulusan dan kesabaran sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih atas ilmu yang diberikan kepada penulis selama menjalani perkuliahan hingga saat ini.

7. Seluruh staff sekretariat dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir.
8. Dr. Budiman Mahmud Mustofa, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Departemen Sosial Humaniora Terapan Vokasi Universitas Indonesia. Terimakasih sudah membantu mengajarkan sistem penulisan maupun kosa kata kalimat yang baik dan benar, hingga saat ini penulis masih menjalin hubungan baik.
9. Orang tua, papa Hakim Wibisono, mama Kamelia Hartati, dan kakak Mutiara Nur Anisa, yang senantiasa memberikan dukungan baik moril maupun materil.
10. Keluarga besar atau rekan-rekan saya yang ada di Universitas Indonesia yang telah mengasih motivasi kepada penulis.
11. Ahmad Naisaburi Bintang Dhia dan Muhamad Ridwan yang selalu menjadi teman untuk bertukar pikiran semenjak jenjang D3 hingga sekarang bersama-sama menyelesaikan S1.
12. Panji Widjojo Suntag, Mars Farhan Khatulistiwa, Kevin Hilman. sahabat UI saya yang selalu mendorong saya untuk menjadi orang yang bermanfaat yang telah memberikan dukungan, dan semangat kepada penulis.
13. Terimakasih dengan sepenuh hati sahabat saya yang bernama Aurell yang ingin menolong, memberikan bimbingan, dan nasihat, kepada penulis. Sekali lagi Terima kasih atas setiap tawa, dukungan, dan kebersamaan yang tak ternilai.
14. Dan serta semua pihak yang dengan tulus hati telah berbagi ilmu dan pengetahuan, mulai dari masa perkuliahan hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini belum sempurna, maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran/masukan serta pendapat yang positif dan bersifat membangun. Semoga tugas karya akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bagi pihak-pihak yang membacanya.

Jakarta, 30 Juli 2024



Ary Hardiansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR RIWAYAT	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Manajemen Pemasaran.....	7
1. Pemasaran.....	7
2. Tujuan Manajemen Pemasaran	8
3. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	9
B. Manajemen Pemasaran Jasa	9
C. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	10
D. Kepuasan Pelanggan	12
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	12
2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	13
3. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	14

E. Kualitas Pelayanan	14
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	15
3. Indikator Kualitas Pelayanan	16
F. Promosi	17
1. Pengertian Promosi	17
2. Indikator Promosi	18
G. Persepsi Harga	19
1. Pengertian Persepsi Harga	19
2. Faktor-Faktor Persepsi Harga	20
3. Indikator Persepsi Harga	21
H. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	21
1. Pengaruh Kualitas Penelitian (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	21
2. Pengaruh Promosi (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	22
3. Pengaruh Persepsi Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	22
I. Hasil Penelitian Yang Sesuai Rujukan Penelitian	23
J. Kerangka Analisis	26
K. Hipotesis	27
BAB III	28
METODE PENELITIAN	28
A. Objek Penelitian	28
B. Data Penelitian	28
1. Sumber Data Dan Jenis Data	28
2. Populasi Dan Sampel	29
3. Teknik dan Alat Pengumpulan	30
C. Definisi Operasional Variabel	31
D. Metode Analisis Dan Pengujian Hipotesis	33
1. Analisis Deskriptif	33
2. Uji Kelayakan Instrumen	34
a. Uji Validitas	34
b. Uji Reabilitas	34
3. Uji Asumsi Klasik	35
a. Uji Normalitas	35
b. Uji Multikolinearitas	35

c. Uji Heteroskedastitas	35
d. Uji Autokolerasi	36
4. Uji Kelayakan Model.....	37
a. Uji F.....	37
b. Koefisien Determinasi	38
5. Uji Hipotesis	38
BAB IV.....	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian.....	40
1. Deskripsi Data Penelitian	40
2. Karakteristik Responden	44
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	48
B. Pembahasan	62
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
2. Pengaruh Promosi (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
3. Pengaruh Persepsi Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
BAB V	64
KESIMPULAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
Daftar Pustaka	66
LAMPIRAN	69



DAFTAR TABEL

Keterangan	Halaman
Tabel 1. 1 Top Brand Index.....	3
Tabel 2. 1 Rujukan Penelitian.....	23
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 4. 1 Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4. 2 Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4. 3 Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan.....	47
Tabel 4. 4 Tabel Standar Deviation & Mean Kualitas Pelayanan (X1).....	49
Tabel 4. 5 Tabel Standar Deviation & Mean Mean Promosi (X2).....	50
Tabel 4. 6 Tabel Standar Deviation & Mean Persepsi Harga (X3).....	51
Tabel 4. 7 Tabel Standar Deviation & Mean Kepuasan Pelanggan (Y).....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Liner Berganda.....	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi.....	57
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	59
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60
Tabel 4. 16 Hasil Uji T.....	61

DAFTAR GAMBAR

Keterangan	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Analisis.....	26
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	42
Gambar 4. 2 Diagram Presentase Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	44
Gambar 4. 3 Diagram Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Gambar 4. 4 Diagram Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan	47



DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 2 Tabel Data Tabulasi	75
Lampiran 3 Hasil <i>Output</i> Penelitian (SPSS 25).....	87
Lampiran 4 Tabel Uji Asumsi Klasik.....	92
Lampiran 5 Tabel Hasil Kelayakan Model.....	95
Lampiran 6 Surat Konsultasi Bimbingan.....	96

