

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *CUSTOMER VALUE* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP *BEHAVIOR INTENTION* TRANSPORTASI
ONLINE BIKE MAXIM PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NASIONAL**

TUGAS AKHIR

Oleh :

AGUS MUHAMMAD GALIH

193402516196



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

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *CUSTOMER VALUE* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP *BEHAVIOR INTENTION* TRANSPORTASI
ONLINE BIKE MAXIM PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NASIONAL**

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

Oleh :

AGUS MUHAMMAD GALIH

193402516196



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

JAKARTA

2023

LEMBAR PERNYATAAN

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

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *CUSTOMER VALUE* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP *BEHAVIOR INTENTION* TRANSPORTASI
ONLINE BIKE MAXIM PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NASIONAL**

Merupakan gagasan dan hasil dari penelitian penulis, kecuali yang jelas pada rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data serta informasi yang digunakan dinyatakan secara jelas serta bisa diperiksa kebenarannya



Jakarta, 1 Februari 2023



Agus Muhammad Galih

193402516196

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *CUSTOMER VALUE* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP *BEHAVIOR INTENTION* TRANSPORTAS *ONLINE BIKE* MAXIM PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NASIONAL**

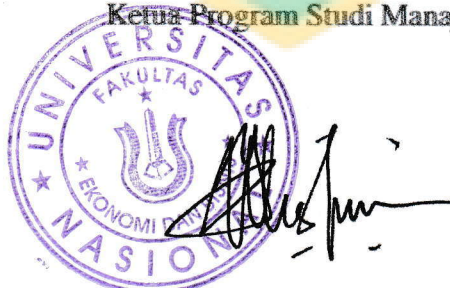
Nama Mahasiswa : AGUS MUHAMMAD GALIH

Nomor Pokok : 193402516196

Program Studi : MANAJEMEN



Ketua Program Studi Manajemen



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

Jakarta, 1 Februari 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *CUSTOMER VALUE* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP *BEHAVIOR INTENTION* TRANSPORTASI *ONLINE BIKE* MAXIM PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NASIONAL**

Nama Mahasiswa : AGUS MUHAMMAD GALIH

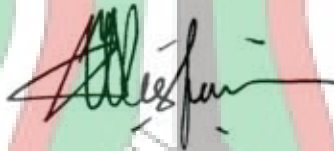
Nomor Pokok : 193402516196

Progran Studi : MANAJEMEN

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

Menyetujui,

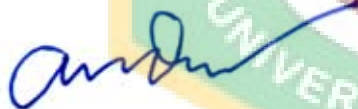
Pembimbing Tugas Akhir



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

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji



(Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M)



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

Mengetahui,

Dekan



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

Jakarta :

Tanggal Lulus :

ABSTRAK

**PENGARUH KULITAS LAYANAN, *CUSTOMER VALUE* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP *BEHAVIOR INTENTION* TRANSPORTASI
ONLINE BIKE MAXIM PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NASIONAL**

Oleh :

Agus Muhammad Galih

Npm : 193402516196

Tugas akhir dibawah bimbingan Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si

Penelitian ini adalah hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan, *customer value* dan kepercayaan terhadap *behavior intention* transportasi *online bike* Maxim pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder untuk penelitian ini, responden diminta untuk mengisi kuesioner yang telah diberikan yang sesuai dengan kriteria. Program SPSS 25 digunakan untuk memproses metode analisis ini. Hasil menyatakan bahwa secara parsial bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan, *customer value* dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap *behavior intention* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Kata Kunci : Kualitas Layanan, *Customer Value*, Kepercayaan, *Behavior Intention*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER VALUE AND TRUST ON BEHAVIOR INTENTION ON ONLINE BIKE MAXIM TRANSPORTATION IN STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, NATIONAL UNIVERSITY

By:

Agus Muhammad Galih

Npm : 193402516196

The final project uner the guidance of Dr.Resti Hardini, S.E.,M,Si

The research is the result of research on the effect of service quality, customer value and trust on the behavior intention of online bike maxim transportation among students of the Faculty of Economics and Business at the National University. This study suuses primary and secondary data for this study, repondents wew asked to fill out a questionnaire that had been given according to the criteria. The SPSS 25 program is used to process thus analysis method. The result state that partially that there is a positive and significant influence between the variables of service quality, customer value and trust doen not have effect on behavior intention in students of the Faculty of Economic and Business, National University

Keywords: Service Quality, Customer Value, Trust, Behavior Intention

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

1. Nama Lengkap : Agus Muhammad Galih
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 08 Agustus 2000
3. Jenis Kelamin : Laki – laki
4. Alamat : Jl.Kramat No.119 Rt:05 Rw:01 Pangkalan
Jati, Cinere, Depok
5. No Handphone : 087878342843
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : agusmuhammadga@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan Formal

1. 2006 – 2007: TK Bina Harapan
2. 2007 – 2013: SD Negeri 03 Pagi
3. 2013 – 2016: SMP Negeri 96 Jakarta
4. 2016 – 2019: SMA Negeri 66 Jakarta
5. 2019 – 2023: Universitas Nasional

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar – benarnya

Jakarta,

Agus Muhammad Galih

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CUSTOMER VALUE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP BEHAVIOR INTENTION TRANSPORTASI ONLINE BIKE MAXIM PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NASIONAL”**. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional, penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih 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 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E.,M.Si., selaku dosen pembimbing yang penulis hormati yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional Khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.

7. Diri saya sendiri yang mampu kuat sampai titik ini, mampu berjuang disetiap keadaan, mau bangkit disetiap kegagalan, mampu bertahan menjalankan suka dan Sukanya kehidupan ini.
8. Kepada kedua oran tua saya Bapak Carmin dan Ibu Turipah yang sudah membesarkan penulis, mendukung segala kegiatan penulis, memberikan motivasi dan semangat kepada penulis mendengarkan segala keluhan kesah penulis dan doa untuk penulis. Terima kasih atas segala dukungan yang sudah bapak dan mama berikan baik hal material maupun non material.
9. Terima kasih kepada teman penulis Hanan Imannul Hakim, Nadia Maulidah ,Arfiulfa, Ainun dan Umi Fadillah Rahmawti yang sudah memberikan semangat dan menemani hingga menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Terima kasih kepada pihak – pihak lain yang telah memberikan semangat, ide dan referensi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Terima kasih kepada teman – teman manajemen tahun 2019, 2020 dan 2021, teman – teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2019, 2020 dan 2021, serta fakultas lainnya atas pengalaman hidup yang berharga.

Dengan selesainya penyusunan tugas akhir ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi Amanah dalam perjalanan pengetahuan. Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritikan yang bersifat membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
Bab II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Manajemen Pemasaran	8
1. Pemasaran	8
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
3. Fungsi Manajemen Pemasaran	9
4. Tujuan Manajemen Pemasaran	9
B. Kualitas Layanan	10
1. Pengertian Kualitas Layanan	10
2. Tujuan Kualitas Layanan	10
3. Manfaat Kualitas Layanan	11
4. Indikator Kualitas Layanan	11
C. <i>Customer Value</i>	12
1. Pengertian <i>Customer Value</i>	12
2. Tujuan <i>Customer Value</i>	13
3. Dimensi <i>Customer Value</i>	13
4. Indikator <i>Customer Value</i>	15
D. Kepercayaan	16
1. Pengertian Kepercayaan	16
2. Faktor Kepercayaan	17
3. Dimensi Kepercayaan	18
4. Indikator Kepercayaan	18
E. <i>Behavior Intention</i>	19
1. Pengertian <i>Behavior Intention</i>	19
2. Dimensi <i>Behavior Intention</i>	19
3. Tujuan <i>Behavior Intention</i>	20
4. Indikator <i>Behavior Intention</i>	20
F. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	21
G. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian	23
H. Kerangka Analisis	25
I. Hipotesis	26
Bab III METODE PENELITIAN	27
A. Objek Penelitian	27
B. Data Penelitian	27

1. Sumber Data dan Jenis Data.....	27
2. Populasi dan Sampel.....	28
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	29
C. Definisi Operasional Variabel.....	30
1. Variabel Independen (Variabel Bebas).....	30
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	30
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	32
1. Metode Analisis.....	32
a. Metode Analisis Deskriptif.....	32
b. Metode Analisis Inferensial.....	32
c. Uji Instrument.....	32
d. Uji Asumsi Klasik.....	33
e. Metode Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
f. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	34
2. Pengujian Hipotesis.....	35
a. Uji f (<i>Uji Kelayakan Model/Goodness of Fit</i>).....	35
b. Uji t (Uji Parsial).....	35
Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Hasil Penelitian.....	36
1. Deskripsi Data Penelitian.....	36
2. Karakteristik Responden.....	37
3. Hasil Penelitian Analisis.....	38
B. Pembahasan.....	50
1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap <i>Behavior Intention</i>	50
2. Pengaruh <i>Costumer Value</i> Terhadap <i>Behavior Intention</i>	51
3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap <i>Behavior Intention</i>	51
Bab V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian	23
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 4.2 Jenis Pendapatan Responden	38
Tabel 4.3 Average Total Mean Kualitas Layanan (X1).....	39
Tabel 4.4 Average Total Mean Customer Value (X2).....	40
Tabel 4.5 Average Total Mean Kepercayaan (X3).....	40
Tabel 4.6 Average Total Mean Behavior Intention (Y).....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas	45
Tabel 4.12 Hasil Autokorelasi.....	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi	46
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	48
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	48
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Layanan transportasi <i>online</i> paling populer di masyarakat (2020) ...3	
Gambar 1.2 Daftar Aplikasi Transportasi <i>Online</i> Digunakan Publik Jabodetabek	
Gambar 2.2 Kerangka Analisis..... 25	
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden 37	
Gambar 4.2 Jenis Pendapatan Responden..... 38	

