

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, PERSEPSI
HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA LAYANAN OJEK ONLINE DI APLIKASI GRAB**

TUGAS AKHIR

SERLY IRAWATI

(193402516127)



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

2023

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, PERSEPSI
HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA LAYANAN OJEK ONLINE DI APLIKASI GRAB**

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

Oleh :

SERLY IRAWATI

(193402516127)



**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 KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, PERSEPSI
HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA LAYANAN OJEK ONLINE DI APLIKASI GRAB**

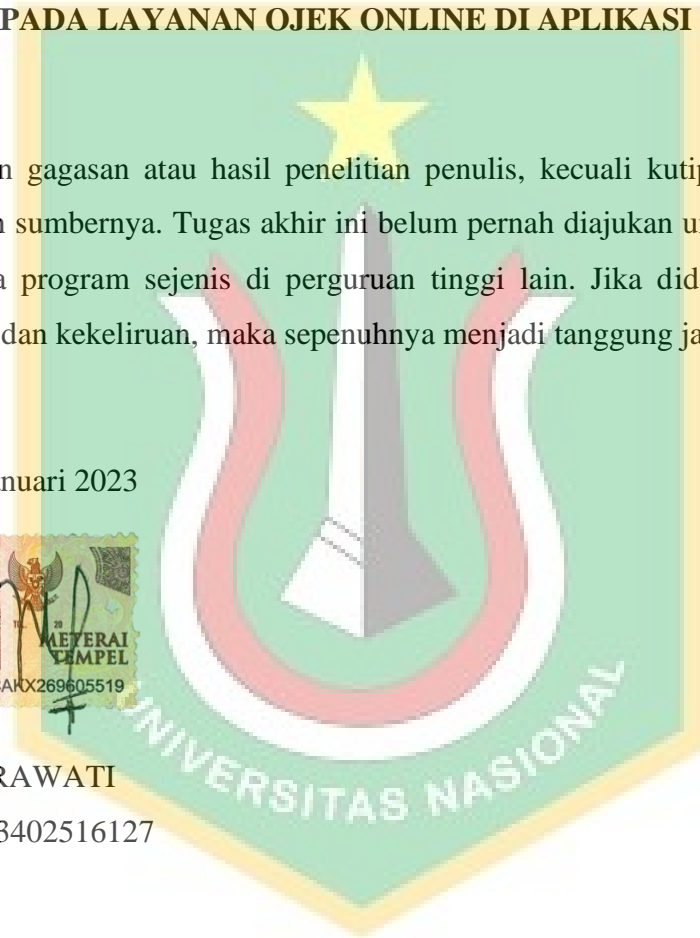
Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, Januari 2023



SERLY IRAWATI

NPM : 193402516127



LEMBAR PERSETUJUAN

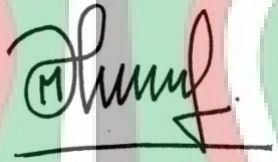
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA LAYANAN OJEK ONLINE DI APLIKASI GRAB**

Nama Mahasiswa : **SERLY IRAWATI**

Nomor Pokok : **193402516127**

Progam Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Muhani, SE.,M.Si.M.)

Mengetahui

Ketua Progam Studi Manajemen



(Dr. Resni Hardini, SE.,M.Si.)

Jakarta, 23 November 2022

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA LAYANAN OJEK ONLINE DI APLIKASI GRAB**

Nama Mahasiswa : **SERLY IRAWATI**

Nomor Pokok : **193402516127**

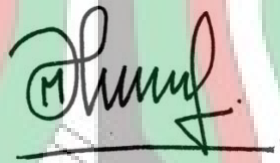
Progam Studi : **MANAJEMEN**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Nasional

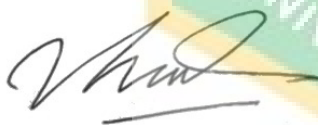
Menyetujui

Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Muhani, SE., M.Si.M.)

Ketua Penguji,



(Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.)

Anggota/Penguji,



(Atsari Sujud, S.E., M.M.)

Mengetahui

Dekan,



(Kumba Digdowiseiso, SE., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta, Februari 2023

Tanggal Lulus, Februari 2023

ABSTRAK
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, PERSEPSI
HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA LAYANAN OJEK *ONLINE* DI APLIKASI GRAB**

Oleh :

Serly Irawati

NPM : 193402516127

Tugas akhir dibawah bimbingan : Dr. Muhani, S.E., M.Si.M.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, promosi dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan pengguna layanan ojek online Grab. Pada hasil penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang telah didistribusikan pada 100 masyarakat di wilayah Jakarta dengan metode analisis deskriptif dan inferensial pada software SPSS (Statistical Package for Social Science) 26 version 32 dan Ms. Office Excel dan data sekunder berupa deskripsi perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan ojek online pada aplikasi Grab, variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan ojek online pada aplikasi Grab, variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan ojek online pada aplikasi Grab, dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan ojek online pada aplikasi Grab. Variabel promosi adalah variabel yang memiliki kontribusi paling besar dalam meningkatkan loyalitas pelanggan ojek online pada aplikasi Grab.

Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Persepsi Harga, Promosi, Ojek *Online*, Grab

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, TRUST, PRICE PERCEPTION,
AND PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY IN ONLINE OJEK
SERVICES IN THE GRAB APPLICATION

By :

Serly Irawati

NPM : 193402516127

Thesis under the guidance of : Dr. Muhani, S.E., M.Si.M.

This study aims to determine and analyze the effect of service quality, price perceptions, promotions and customer trust on customer loyalty among customers who use the Grab online motorcycle taxi service. The results of this study used primary data in the form of questionnaires which were distributed to 100 people in the Jakarta area using descriptive and inferential analysis methods on SPSS (Statistical Package for Social Science) 26 version 32 and Ms. Office Excel and secondary data in the form of company descriptions. The results of this study indicate that the service quality variable has no effect on the online motorcycle taxi customer loyalty variable on the Grab application, the trust variable has no effect on the online motorcycle taxi customer loyalty variable on the Grab application, the price perception variable has a positive and significant effect on the online motorcycle taxi customer loyalty variable on the Grab application , and the promotion variable has a positive and significant effect on the online motorcycle taxi customer loyalty variable in the Grab application. The promotion variable is the variable that has the greatest contribution in increasing online motorcycle taxi customer loyalty in the Grab application.

Keywords: Customer Loyalty, Service Quality, Trust, Perceived Price, Promotion, Online Ojek, Grab

DAFTAR RIWAYAT

A. BIODATA DIRI

1. Nama : SERLY IRAWATI
2. Tempat, Tanggal Lahir : Karawang, 21 September 2001
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jalan Pejaten Raya NO 43B Pasar Minggu
5. No Handphone : 085891267226
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : Serlyirawatii@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007 – 2008 : TK Nur Adzkia Karawang
2. Tahun 2008 – 2013 : SD Negeri Pinayungan II Karawang
3. Tahun 2013 – 2016 : SMP Negeri 1 Teluk Jambe Timur Karawang
4. Tahun 2016 – 2019 : SMP Negeri 5 Karawang

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Jakarta 30 Januari 2023



SERLY IRAWATI

193402516127

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA LAYANAN OJEK *ONLINE* DI APLIKASI GRAB” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nasional. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga tugas akhir ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan 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. Ibu Dr. Muhani, S.E., M.Si.M Selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga serta memberikan tambahan ilmu, pengarahan, kritik, saran dan solusi pada setiap kesulitan, ketulusan dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh 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. Staff administrasi, sekretariat dan staff perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir.
8. Kepada orang tua peneliti ibu Kamsinah dan bapak Drs. Iwan Irawan serta kakak Septa Gian Irawan S.Pd yang telah memberikan doa, dorongan dan

semangat selama penyusunan tugas akhir ini sehingga penulis dapat sampai ke titik ini.

9. Kepada penulis sendiri yang telah berjuang dan tidak menyerah dalam menyelesaikan tugas akhir. Terima kasih selalu berpikir positif, sabar dan sudah kuat hingga akhirnya mampu membuktikan bahwa penulis bisa mengandalkan diri sendiri.
10. Kepada warga kost Hj Fitriah terima kasih banyak atas support dan bantuan selama proses pembuatan tugas akhir.
11. Kepada semua teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen angkatan 2019 yang telah berjuang bersama dan saling berbagi ilmu pengetahuan
12. Kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dengan semangat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, semoga kebaikan kalian semua mendapatkan balasan dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan tugas akhir ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini. Akhir kata, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Jakarta, Januari 2023



Serly Irawati

DAFTAR ISI

Halaman

COVER LUAR	
COVER DALAM	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR RIWAYAT	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Manajemen Pemasaran	7
B. Teori ABC	9
C. Loyalitas Pelanggan	13
D. Kualitas Pelayanan	15
E. Kepercayaan	18
F. Persepsi Harga	20
G. Promosi	21
H. Hasil penelitian yang sesuai sebagai rujukan penelitian	24
I. Keterkaitan antar variabel penelitian	26
J. Kerangka Analisis	28
K. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Objek Penelitian	30
B. Data Penelitian	30

C. Definisi Operasional Variabel	33
D. Metode Analisis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian	39
B. Pembahasan	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	66



DAFTAR GAMBAR

Keterangan	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Analisis.....	28
Gambar 4.1. Diagram Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Gambar 4.2. Diagram Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 4.3. Diagram Persentase Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	44



DAFTAR TABEL

Keterangan	Halaman
Tabel 1.1 Peringkat Top Brand Index Jasa Transportasi Online	2
Tabel 2.1 Rujukan Penelitian	24
Tabel 3.1 Skor Jawaban Kuesioner	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Standar Deviation & Mean Kualitas Pelayanan (X1).....	45
Tabel 4.5 Standar Deviation & Mean Kepercayaan (X2).....	46
Tabel 4.6 Standar Deviation & Mean Persepsi Harga (X3).....	47
Tabel 4.7 Standar Deviation & Mean Promosi (X4)	48
Tabel 4.8. Standar Deviation & Mean Loyalitas Pelanggan (Y)	49
Tabel 4.9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedasitas	53
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
Tabel 4.17 Hasil Uji t	55

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Responden.....	66
Lampiran 2 Data Tabulasi.....	70
Lampiran 3 Output SPSS.....	80
Lampiran 4 Tabel R^2	86
Lampiran 5 Tabel Durbin Watson (DW)	88
Lampiran 6 Tabel F.....	89
Lampiran 7 Tabel t.....	91

