

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA
TRANSPORTASI ONLINE GO-JEK
(Studi Kasus Pada Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara
Jakarta Raya)**

SKRIPSI

Oleh :
DEWI KURNIAWATY
201410325016



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online GO-JEK (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Dewi Kurniawaty

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325016

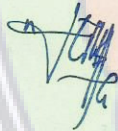
Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2018

Bekasi, 25 Juli 2018

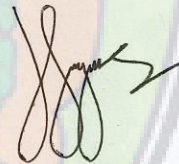
MENYETUJUI,

Pembimbing I



Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIP 0801124

Pembimbing II



Haryudi Anas, SE., M.S.M
NIP 031503028



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi
Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi
Online GO-JEK (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i
S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Dewi Kurniawaty

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325016

Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2018

Bekasi, 25 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal S.E., M.M
NIP 1602212

Penguji I : Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIP 0801124

Penguji II : Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc
NIP 031806082

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

M. Fadhli Nursal S.E., M.M
NIP 1602212

Dekan Fakultas
Ekonomi

Dr. Rorim Panday, M.M., M.T
NIP 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online* GO-JEK (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 25 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Dewi Kurniawaty

201410325016

ABSTRAK

Dewi Kurniawaty. 201410325016. Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online* GO-JEK (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan (X1) dan promosi (X2) terhadap keputusan pembelian jasa transportasi *online* GO-JEK (Y) pada mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei, dimana populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang berjumlah 6.861 orang, maka sampel yang didapat yaitu sebesar 100 orang dengan menggunakan rumus slovin dan teknik *Nonprobability sampling*. Hasil perhitungan pada penelitian ini menggunakan program IBM SPSS Statistics 24. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) dan promosi (X2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi *online* GO-JEK (Y) karena F hitung $40,653 > F$ tabel $3,09$ dan signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Sedangkan hasil uji T menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh secara parsial karena didapatkan nilai T hitung sebesar $4,186 > T$ tabel sebesar $1,664$ dan variabel promosi (X2) juga berpengaruh secara parsial karena T hitung sebesar $4,315 > T$ tabel sebesar $1,990$. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi R square sebesar $0,445$ yang artinya pengaruh kualitas layanan (X1) dan promosi (X2) hanya mampu menjelaskan sebesar $44,5\%$ terkait dengan keputusan pembelian (Y) dan sisanya sebesar $55,5\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Dewi Kurniawaty. 201410325016. *The Influence of Service Quality and Promotion to Purchasing Decision of Online Transport Service GO-JEK (Case Study In Student S1 of Bhayangkara University Jakarta Raya).*

This study aims to find out how much influence the quality of service (X1) and promotion (X2) on the purchasing decision of GO-JEK (Y) online transportation service at undergraduate Student S1 of Bhayangkara University Jakarta Raya. This research is a quantitative research with survey method, where the population in this study is Student S1 of Bhayangkara University Jakarta Raya, amounting to 6.861 people, the samples obtained are 100 people using slovin formula and nonprobability sampling techniques. The results of this study using the program IBM SPSS Statistics 24. F test results show that the variable quality of service (X1) and promotion (X2) simultaneously affect the decision on purchasing online services GO-JEK (Y) because $F \text{ count } 40.653 > F \text{ table } 3.09$ and the significance of $0.000 < 0.05$. While T test results show that service quality variables (X1) partially influence because the value of T arithmetic amounted to $4.186 > T \text{ table of } 1.664$ and promotion variable (X2) also partially influenced because T arithmetic of $4.315 > T \text{ table of } 1.990$. While the result of coefficient of determination R square equal to 0,445 which mean influence of service quality (X1) and promotion (X2) only able to explain 44,5% related to decision of purchase (Y) and the rest equal to 55,5% influenced by factors others not examined.

Keywords: Service quality, promotion, purchasing decision.

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi *Online* GO-JEK (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Selesainya penulisan Skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan serta dukungan dari semua pihak berupa material, spiritual, maupun informasi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bpk. Irjen Pol. (Purn) Dr. (C) Drs. H. Bambang Karsono S.H., M.M, Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bpk. Dr. Rorim Panday M.M., M.T, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bpk. M. Fadhli Nursal S.E., M.M, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu. Neng Siti Komariah S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak masukan dan arahan yang sangat berarti bagi penyusunan tugas akhir/skripsi. Terima kasih atas waktu, tenaga dan semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
5. Bpk. Haryudi Anas S.E., M.S.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.

7. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang senantiasa membantu penulis dalam mengurus urusan administrasi.
8. Orang tua penulis tercinta Bpk. Ir. Abd. Salam Muluk dan Ibu. Mardiana yang telah memberikan doa dan bantuan baik secara moril maupun materi yang tidak dapat dihitng besarnya.
9. Dimas Rizky Abimanyu, selaku partner setia yang menemani penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Rekan-rekan 8-B2 Manajemen dan sopan santun genk, terima kasih sudah berjuang bersama “You’re Rock Guys!”.
11. Rekan – rekan lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan, dukungan, semangat dan doa yang diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan sehingga penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran yang membangun bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lebih lanjut. Amin.

Bekasi, 25 Juli 2018

Dewi Kurniawaty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kualitas Layanan	7

2.1.1 Definisi Kualitas Layanan.....	7
2.1.2 Dimensi Kualitas Layanan	8
2.1.3 Prinsip-Prinsip Kualitas Layanan.....	8
2.2 Promosi	10
2.2.1 Definisi Promosi	10
2.2.2 <i>Promotional Mix</i>	11
2.2.3 Tujuan Promosi	12
2.3 Keputusan Pembelian.....	13
2.3.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	13
2.3.2 Proses Keputusan Pembelian	14
2.3.3 Sistem Keputusan Membeli	15
2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli.....	16
2.4 Penelitian Terdahulu	18
2.5 Kerangka Pemikiran.....	23
2.6 Hipotesis.....	24
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Tahapan Penelitian	27
3.3 Model Konseptual Penelitian.....	28
3.4 Operasional Variabel.....	29
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	33
3.5.1 Waktu Penelitian	33
3.5.2 Tempat Penelitian.....	33
3.6 Populasi dan Sampel	33
3.6.1 Populasi Penelitian	33

3.6.2 Sampel Penelitian.....	34
3.7 Tehnik Pengumpulan Data.....	35
3.7.1 Kuesioner (Angket).....	35
3.7.2 Studi Pustaka.....	37
3.7.3 Uji Validitas	37
3.7.4 Uji Reliabilitas	37
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.8.1 Uji Normalitas	38
3.8.2 Uji Multikolinearitas	38
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.9 Analisis Regresi Linier.....	39
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	40
3.10 Pengujian Hipotesis.....	40
3.10.1 Uji F (Simultan)	40
3.10.2 Uji T (Partial)	41
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Profil Perusahaan	42
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	42
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	44
4.2 Analisis Data	45
4.2.1 Deskripsi Responden.....	45
4.3 Hasil Analisis Data.....	48
4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reliabilitas	50

4.4 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.4.1 Uji Normalitas (Kolmogrov-Smirnov).....	50
4.4.2 Uji Multikolinearitas	51
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	52
4.5 Analisis Regresi Linier.....	54
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	55
4.6 Pengujian Hipotesis.....	56
4.6.1 Uji F (Simultan)	56
4.6.2 Uji T (Partial)	56
4.7 Pembahasan.....	57
4.7.1 Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.7.2 Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.7.3 Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	61
BAB V. PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Implikasi Manajerial	63
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Top Brand Index (TBI) Jasa Transportasi <i>Online</i> Tahun 2017.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan.....	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Promosi	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedasitas	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Berganda.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	55
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan).....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji T (Parsial)	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Promosi sebagai substrategi dalam pemasaran	12
Gambar 2.2 Proses keputusan pembelian oleh konsumen akhir	14
Gambar 2.3 Sistem keputusan membeli	16
Gambar 2.4 Model perilaku pembeli yang disederhanakan	17
Gambar 2.5 Kerangka pemikiran	23
Gambar 3.1 Desain penelitian	26
Gambar 3.2 Skema tahapan penelitian	28
Gambar 4.1 Logo perusahaan PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa/GO-JEK...	44
Gambar 4.2 Data responden berdasarkan jenis kelamin	45
Gambar 4.3 Data responden berdasarkan usia	46
Gambar 4.4 Data responden berdasarkan berapa kali menggunakan jasa Transportasi <i>online</i> GO-JEK	46
Gambar 4.5 Data responden berdasarkan fakultas	47
Gambar 4.6 Hasil uji heteroskedasitas	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Referensi Skripsi

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel
Kualitas Layanan

Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel
Promosi

Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel
Keputusan Pembelian

Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan,
Promosi dan Keputusan Pembelian

Lampiran 7 Tabulasi Data Penelitian Variabel Kualitas Layanan

Lampiran 8 Tabulasi Data Penelitian Variabel Promosi

Lampiran 9 Tabulasi Data Penelitian Variabel Keputusan Pembelian

Lampiran 10 Hasil Uji Pengolahan Data

Lampiran 11 Tabel R

Lampiran 12 Tabel F

Lampiran 13 Tabel T

Lampiran 14 Surat Riset Penelitian

Lampiran 15 Riwayat Hidup