

**PENGARUH HARGA PROMO DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG
JASA OJEK *ONLINE* GOJEK**

SKRIPSI

Oleh :

ASHARI ADHITYA PERMANA

201510325076



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKUKLTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Promo dan kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembelian Ulang jasa ojek *online* Gojek

Nama Mahasiswa : Ashari Adhitya Permana

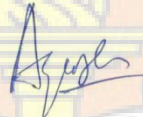
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325076

Program Studi/Fakultas : Manajemen Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2019

Jakarta, 17 Juli 2019

MENYETUJUI,
PEMBIMBING



Agus Dharmanto, SE, MM

NIDN: 0305087310

JAKARTA RAYA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Promo dan kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembelian Ulang jasa ojek *online* Gojek
Nama Mahasiswa : Adhitya Ashari Permana
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325076
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2019

Jakarta, 31 Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Anton Wachidin Widjaja, SE.,MM
NIDN 0311116501

Penguji I : Neng Siti Komariah, SE, MM
NIDN 0327128105

Penguji II : Agus Dharmanto, SE, MM
NIDN 0305087310

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi


M. Fadhli Nursal, SE., MM
NIDN 0325057908


Dr. Sugeng Suroso, SE., MM
NIDN 0316066201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga Promo dan kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa ojek *online* Gojek” ini adalah benar-benar 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 kecurang di karya ini saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

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.

Jakarta, 31 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



Ashari Adhitya Permana

201510325076

ABSTRAK

Ashari Adhitya Permana. 201510325076. Pengaruh Harga Promo dan Kualita Pelayanan terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Ojek *Online* Gojek

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga Promo (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Minat Pembelian Ulang (Y) penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan Metode survey, yang dimana sampel dalam penilitian adalah Mahasiswa Bhayangkara berjumlah 75 Mahasiswa. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistik yaitu uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji T). Analisis hasil regresi dilakukan setelah model tidak mengalami gejala-gejala asumsi klasik seperti multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil pengujian hipotesis uji F menunjukkan bahwa variabel Harga Promo (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang (Y) karena F hitung 12.850 dan F table 3.122 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian hipotesis uji T menunjukkan nilai t-hitung untuk Harga Promo lebih besar dari t-tabel sebesar $(3.434 < 1.666)$. Nilai t-hitung untuk Kualitas Pelayanan lebih besar dari t-tabel sebesar $(2.536 > 1.666)$. Dari kedua variabel secara uji parsial menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang.

Kata kunci : Harga Promo, Kualitas Pelayanan, Minat Pembelian Ulang,

ABSTRACT

Ashari Adhitya Permana. 201510325076. Effect of Promos and Service Qualifications on Interest in Repurchasing Gojek Online Ojek Service.

This promo (X1) and Service Quality (X2) on Repurchase Interest (Y) this research is a quantitative research with survey method, which is a sample in research is Bhayangkara Students assisted by 75 students. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis. Hypothesis testing is done by statistical tests namely simultaneous test (F test) and partial test (T test). Analysis of regression results is done after the model does not consider classic questions such as multicollinearity, and heteroscedasticity.

The results of testing the F test hypothesis shows the Promo Price variable (X1) and Service Quality (X2) simultaneously testing significantly on Repurchase Interest (Y) because F count 12.850 and F table 3.122 with a significant value of $0.000 < 0.05$. The results of testing the T test hypothesis indicate that the calculated value for the Promo Price is greater than the t-table of $(3.434 < 1.666)$. The value of t-count for Service Quality is greater than t-table of $(2,536 > 1,666)$. From the second variable shows a partial test which shows significant interest in Repurchase.

Keywords: *Price Promo, Service Quality, Repurchase Interest,*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur, penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmatnya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Harga Promo dan Kualitas Promo terhadap Minat Pembelian Ulang” .Proposal skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Sugeng Suroso, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, SE., MM sebagai Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Haryudi Anas, SE., MSM sebagai Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Agus Dharmanto, SE, MM sebagai Pembimbing yang telah memberikan Bimbingan serta untuk Menyelesaikan Proposal Skripsi.
6. Orang Tua serta keluarga yang selalu mendo'akan dan memberi semangat dalam menyelesaikan kegiatan kuliah selama ini.
7. Teman-teman Angkatan 2015, Khususnya 8A-1 yang telah memberi semangat dan mensupport dalam menyelesaikan kegiatan kuliah selama ini

Penulis menyadari proposal skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan sehingga proposal skripsi ini bisa bermanfaat bagi orang lain. Aamiin

Jakarta, 02 Juli 2019

Ashari Adhitya Permana



DAFTAR ISI

halaman

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Pembatasan Masalah	4
1.5 Manfaat Masalah	5
1.6 Sistematika Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Harga.....	7
2.1.1 Pengertian Harga	7
2.1.2 Jenis-Jenis Harga	8
2.1.3 Indikator Harga.....	9
2.1.4 Tujuan Penetapan Harga	9
2.2 Kualitas Pelayanan.....	10
2.2.1 Pengertian Kualitas Layanan	10
2.2.2 Indikator Kualitas Layanan	11
2.3 Minat Pembelian Ulang	12
2.3.1 Pengertian Minat Pembelian Ulang	12
2.3.2 Indikator Minat Pembelian Ulang	12

2.4	Jasa.....	13
2.4.1	Pengertian Jasa.....	13
2.4.2	Karakteristik Jasa.....	14
2.5	Penelitian Terdahulu.....	15
2.6	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		20
3.1	Desain Penelitian.....	20
3.2	Tahapan Penelitian.....	20
3.3	Model Konseptual Penelitian.....	22
3.4	Operasional Variabel.....	24
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian.....	26
3.6	Metode Pengambilan Sampel.....	26
3.6.1	Populasi.....	26
3.6.2	Sampel.....	26
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.8	Metode Analisis Data.....	29
3.8.1	Uji Validitas.....	30
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	30
3.8.3	Uji Normalitas.....	31
3.8.4	Uji Multikolinieritas.....	31
3.8.5	Uji Heteroskedastisitas.....	32
3.8.6	Regresi Linier Berganda.....	32
3.8.7	Uji T (Uji Parsial).....	32
3.8.8	Uji F (Uji Simultan).....	33
3.8.9	Uji (koefisien Determinasi).....	33
BAB VI Hasil Penelitian dan Pembahasan		35
4.1	Hasil Penelitian.....	35
4.1.1	Sejarah Go-jek.....	35

4.2 Visi dan Misi.....	36
4.3 Jenis-Jenis Layanan Gojek	36
4.3.1 Go-Ride	36
4.3.2 Go-Car.....	37
4.3.3 Go-Bluebird	37
4.3.4 Go-Food	37
4.3.5 Go-Send.....	37
4.3.6 Go-Mart	37
4.3.7 Go-Box.....	37
4.3.8 Go-Massage	38
4.3.9 Go-Clean	38
4.3.10 Go-Glam.....	38
4.3.11 Go-Tix	38
4.3.12 Go Pulsa	38
4.4 Hasil Penelitian	38
4.4.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	38
4.4.2 Uji Validitas.....	41
4.4.3 Uji Reliabilitas	43
4.5 Uji Asumsi Klasik	44
4.5.1 Uji Normalitas	44
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	46
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	47
4.5.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	48
4.6 Uji Hipotesis	49
4.6.1 Uji Parsial t	49

4.6.2 Uji Simultan f.....	50
4.7 Uji Koefisien Determinasi (r^2)	51
4.8 Hasil Pembahasan Penelitian.....	52
BAB V Kesimpulan dan Implikasi Manajerial.....	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Implikasi Manajerial	54



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan Harga Grab dan Gojek	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel X.....	25
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Y	26
Tabel 3.3 Skala Likert	29
Tabel 4.1 Data Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	39
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat usia	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Harga Promo	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Minat Pembelian Ulang	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga Promo	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel kualita pelayanan	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Pembelian Ulang	44
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.11 Hasil Analisis Multikolinieritas	46
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji Parsial (Uji-t).....	49
Tabel 4.14 Hasil Analisis Uji Simultan (Uji-F).....	51
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	23
Gambar 4.1 Uji Heteroskedasitas.....	47

