# PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI GRAB ONLINE (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Makassar)

SKRIPSI

Oleh:
RISDAYANTI
105720524215

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2021

# PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI GRAB ONLINE (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Makassar)

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis*

**RISDAYANTI**
**105720524215**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
**2021**

02/02/2022
1 exp
Smb. Alumni
P/0143/MAN/220
RIS
P

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

Penghalang terbesar untuk meraih kesuksesan adalah ketakutan menghadapi kegagalan.

**(Risdayanti)**

Ingatlah..

Melakukan perbuatan setulus hati

Bukanlah untuk mendapatkan pujian

Atau sekedar ingin dilihat oleh orang lain

Namun..

Untuk memaknai kehidupan itu sendiri

Bahwa kehidupan itu baik

Ketika kita biasa berbahagia karena mampu membahagiakan orang lain.

**(Merry Riana)**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Grab Online (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Makassar)".

Nama Mahasiswa : Risdayanti
No. Stambuk : 10572052421 5
Program studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Kamis tanggal 15 Januari 2022.

Makassar, 15 Januari 2022

Menyetujui,

| Pembimbing I | Pembimbing II |
|---|---|
| Dr. H. Andi Rusdin, SE.,MM, AK.,CA,CPA | Nurlina, SE.,MM |
| NIDN: 0909096703 | NIDN: 0930088503 |

Mengetahui,

| Dekan, Fakultas Ekonomi & Bisnis Unismuh Makassar | Ketua, Prodi Studi Manajemen |
|---|---|
| Dr. H. Andi Jam'an SE., M.Si. | Muh. Nur Rasyid, SE., MM |
| NBM: 0902116603 | NBM: 1085576 |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN**
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama Risdayanti Nim : 105720524215, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0003/SK-Y/61201/091004/2022 M, Tanggal 13 Jumadil Akhir 1443 H/ 15 Januari 2022 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 13 Jumadil Akhir 1443 H
15 Februari 2022 M

**PANITIA UJIAN**

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M. Ag (.....)
   (Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si (.....)
   (Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, SE., M.ACC (.....)
   (WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Agus Salim HR, SE., MM (.....)
   2. Dr. Sitti Nurbaya, S.E.,M.M (.....)
   3. Andi Risfan Rizaldi, S.E.,M.M (.....)
   4. Dr. Dg. Makkalassa, S.Pd., M.M (.....)

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

**Dr. H. Andi Jam'an , S.E, M.Si**
**NBM : 651507**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

## KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hambah-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Grab Online (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Makassar)"**, dapat diselesaikan sebagai salah satu Prasyarat penyelesaian studi S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada orang tua penulis bapak RAHIMAN dan ibu KASMIATI yang senantiasa memberi harapan, semangat perhatian kasih sayang dan doa tulus tak pamrih. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M. Ag. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

2. Bapak Dr. H. Andi Jam'an SE., M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Muh. Nur Rasyid, S.E.,M.M selaku ketua jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. H. Andi Rustam, SE.,MM, Ak.,CA,CPA selaku Pembimbing I dan Nurlina, SE.,MM selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak/ibu dan asisten dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kulian.
6. Segenap Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
7. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian penulis.
8. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sunggu penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritikannya demi kesempurnaan Skripsi ini.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Makassar, 15 Januari 2022

RISDAYANTI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

# ABSTRAK

RISDAYANTI. 2020. **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Grab Online (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Makassar),** dibimbing oleh H. Andi Rustam dan Nurlina.

Tujuan penelitian ini yang pertama, untuk mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Grab online. Yang kedua, untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Grab Online.

Populasi penelitian Grab online adalah mahasiswa FEB, dimana besarnya sampel sebanyak 5.880 orang yang ditetapkan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu sebanyak 100 responden. Pengumpulan data menggunakan teknik statistik deskriptif, uji validasi, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, dan uji t.

Hasil pengolahan dan penelitian diperoleh dari regresi linear berganda $Y= 2.384 + 0,252X_1 + 0,172X_2 + e$. Hasil perhitungan variabel Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai sig 0,000<0,05 terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai t hitung 5.553>1,660 t tabel, Ho ditolak dan Ha diterima. Sedangkan variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai sig 0,004<0,05 terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai t hitung sebesar 2.912>1,660 t tabel, Ho ditolak dan Ha diterima.

**Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

# ABSTRACT

RISDAYANTI. 2020. ***effect of prices and quality services on satisfaction the customer's online transport service (muhammadiyah university student FEB)***, led by H. Andi Rustam and Nurlina.

*The goal of this research is first, to know the price impact on customer satisfaction of an online transport service. Secondly, to know the quality of service impact on customer satisfaction of online transport services.*

*The population of grab online research is FEB student, where the sample size is 5.680 people who are determined using accidental sampling technique, namely 100 respondents. Data collection using descriptive statistical techniques, validation tests, reliability tests, linear regression analysis, and test t.*

*The results of processing and research were obtained from multiple linear regression Y= 2,384 + 0,252 + 0,172 + e, the results of the calculation of the price variable partially have a positive and significant effect with a sig value of 0,000<0,05 on customer satisfaction, with a value of t count 5,553>1, 660 t table, Ho is rejected and Ha is accepted. While the service quality variable partiallyhas a positive and significant effect with a sig value of 0,004<0,05 on customer satisfaction, with a t value of 2.912>1,660 t table, Ho is rejected and Ha is accepted.*

***Keywords : The Price, Quality of Service, Customer Satisfaction.***

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

DAFTAR ISI


SAMPUL ..... i
HALAMAN JUDUL ..... ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... iii
HALAMAN PERSETUJUAN ..... iv
HALAMAN PENGESAHAN ..... v
SURAT PERNYATAAN ..... vi
KATA PENGANTAR ..... vii
ABSRTAK ..... x
ABSTRACK ..... xi
DAFTAR ISI ..... xii
DAFTAR GAMBAR ..... xiv
DAFTAR TABEL ..... xv
DAFTAR LAMPIRAN ..... xvi
BAB I PENDAHULUAN ..... 1
A. Latar Belakang Masalah ..... 1
B. Rumusan Masalah ..... 3
C. Tujuan Penelitian ..... 4
D. Manfaat Penelitian ..... 4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA ..... 5
A. Pemasaran Jasa ..... 5
1. Pengertian Pemasaran ..... 5
2. Jasa ..... 6
3. Karakteristik Jasa ..... 7
B. Pengertian Harga ..... 8
1. Indikator Harga ..... 8
2. Pengukuran Harga ..... 9
3. Kebijakan Penentuan Harga ..... 10
4. Metode Penetapan Harga ..... 11
C. Kualitas Pelayanan ..... 12
1. Pengertian Kualitas Pelayanan ..... 12




UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

2. Indikator Kualitas Pelayanan ..... 13
3. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan ..... 14
D. Kepuasan Pelanggan ..... 16
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan ..... 16
2. Indikator Kepuasan Pelanggan ..... 17
3. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ..... 17
4. Strategi Kepuasan Pelanggan ..... 18
5. Pengukuran Kepuasan Pelanggan ..... 19
E. Tinjauan Empiris ..... 20
F. Kerangka Pemikiran ..... 23
G. Hipotesis ..... 24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN ..... 25
A. Jenis Penelitian ..... 25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian ..... 25
C. Populasi dan Sampel ..... 26
D. Data Yang Dipelukan ..... 28
E. Metode Pengumpulan Data ..... 29
F. Metode Analisis Data ..... 30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 34
A. Gambaran Umum Objek Penelitian ..... 34
B. Deskripsi Hasil Penelitian ..... 41
BAB V PENUTUP ..... 56
A. Kesimpulan ..... 56
B. Saran ..... 57
DAFTAR PUSTAKA ..... 58
BIOGRAFI PENULIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

## DAFTAR GAMBAR


| Nomor | Judul | Halaman |
|---|---|---|
| Gambar 2.1 | Kerangka Pemikiran | 23 |
| Gambar 4.1 | Struktur Organisasi | 37 |


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

## DAFTAR TABEL


| Nomor | Judul | Halaman |
|---|---|---|
| Tabel 2.1 | Tinjauan empiris | 20 |
| Tabel 4.1 | Skor Pengkategorian | 41 |
| Tabel 4.2 | Deskripsi Variabel Harga | 42 |
| Tabel 4.3 | Deskripsi Kualitas Pelayanan | 43 |
| Tabel 4.4 | Deskripsi Kepuasan Pelanggan | 44 |
| Tabel 4.5 | Uji Validasi Harga | 45 |
| Tabel 4.6 | Uji Validasi Kualitas Pelayanan | 46 |
| Tabel 4.7 | Uji Validasi Kepuasan Pelanggan | 47 |
| Tabel 4.8 | Uji Reliabilitas Harga | 48 |
| Tabel 4.9 | Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan | 49 |
| Tabel 4.10 | Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan | 50 |
| Tabel 4.11 | Uji Regresi Linear Berganda | 51 |
| Tabel 4.12 | Uji Parsial | 53 |
| Tabel 4.13 | Uji Koefisien Determinasi | 55 |


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

## DAFTAR LAMPIRAN


| Lampiran | Halaman |
|---|---|
| Lampiran 1: Kuesioner Penelitian | 61 |
| Lampiran 2: Tabel Distribusi Variabel Harga | 65 |
| Lampiran 3: Tabel Distribusi Variabel Kualitas Pelayanan | 68 |
| Lampiran 4: Tabel Distribusi Variabel Kepuasan Pelanggan | 71 |
| Lampiran 5: Uji Validasi | 74 |
| Lampiran 6: Uji Reliabilitas | 79 |
| Lampiran 7: Uji Regresi Linear Berganda | 82 |


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Saat ini sarana yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat yaitu jasa transportasi. Transportasi merupakan alat yang digunakan oleh masyarakat untuk menunjang kegiatan sehari-hari seperti bekerja, sekolah, berwisata dan kegiatan lainnya. Oleh karena itu, peran utama transportasi dalam kehidupan masyarakat adalah dalam suatu sistem transportasi nasional yang terintegrasi untuk mewujudkan tersedianya jasa transportasi yang aman, nyaman, cepat, teratur, dan dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Di era perkembangan ilmu saat ini teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat, yang menyentuh semua aspek kehidupan manusia. Peran penting teknologi juga dibutuhkan dalam bidang transportasi.

Menurut Lupiyoadi (2014:7), Kualitas pelayanan merupakan suatu ttindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun.

Menurut Lupiyoadi (2014:217), Ada lima indikator kualitas pelayanan yaitu: keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan berwujud. Kualitas pelayanan akan mewakili citra penyedia layanan dari perspektif pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat penting bagi pelanggan. Jika kualitas layanan yang diberikan oleh Grab memuaskan dan pelanggan dapat menggunakan layanan dengan nyaman, pelanggan akan menggunakan

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

fungsi layanan untuk Kembali memesan dan merekomendasikan layanan tersebut kepada pelanggan lain.

Di sisi lain, jika kualitas layanan Grab tidak cukup baik untuk memenuhi harapan, mereka merasa tertipu kecil kemungkinannya untuk memesan ulang, memberikan pesan negatif tentang layanan tersebut , dan mengalihkan layanan yang sama ke pesaing. Setiap upaya peningkatan kualitas layanan Grab diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pada tahun 2014 Grab hadir di Indonesia sebagai *social entrepreneurship* inovatif untuk memotivasi perubahan sektor transportasi informal agar dapat beroperasi secara profesional. Adapun pelayanan utama dari Grab yaitu Grab Taxi, dan seiring perkembangannya Grab memunculkan layanan lainnya diantaranya Grabcar, Grabbike, Grabexpress, Grabfood dan Grab Hitch.

Grab Taxi merupakan akses layanan yang memberikan kemudahan bagi setiap penumpang untuk menemukan pengemudi taksi terdekat dengan mudah, Grabcar merupakan layanan penyewaan kendaraan pribadi beserta dengan supir yang menghadirkan kebebasan pilihan berkendara yang nyaman.

Grabbike merupakan layanan transportasi berupa sepeda motor yang dapat mengantar ke berbagai tempat dengan mudah cepat tanpa perlu menunggu waktu lama, Grab Express merupakan layanan kurir ekspres berbasis aplikasi yang menjanjikan kecepatan, kepastian, dan yang paling utama adalah keamanan, Grab Food adalah layanan pesan antar makanan yang memiliki banyak daftar restoran yang tersedia, dan yang terakhir Grabhitch adalah layanan tebengan separuh harga.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Perkembangan teknologi yang sangat pesat pada masa sekarang ini tentu saja sangat berpengaruh pada permintaan masyarakat Indonesia akan sumber daya yang berkualitas., terutama dalam aspek transportasi umum. Transportasi pada masa sekarang ini bisa di dapatkan dalam bentuk online, artinya dengan memesan melalui aplikasi yang telah disediakan melalui google play store tanpa harus menunggu di jalur area yang di lewati anggutan umum. Melalui transportasi online ini segala aktivitas apapun menjadi mudah dan praktis.

Grab memberikan layanan jasa transportasi online yang menggunakan teknologi aplikasi sebagai sarana untuk memesan, dan melakukan pembayaran tunai maupun non tunai, dan petunjuk arah bagi pengguna dan pengemudi kemudahan yang ditawarkan Grab membuat masyarakat beralih menggunakan jasa Grab karena konsumen tidak perlu lagi melakukan tawar menawar harga karena harga telah tercantum dengan otomatis pada aplikasi dan di hitung dari jarak tempuh.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Grab Online (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Makassar)."**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Grab online?

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Grab online?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Grab online.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Grab online.

## D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

a) Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi tentang apa saja variable yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa transportasi grab online.

b) Merupakan objek masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu bagi pihak tertentu untuk menjadikan penelitian ini menjadi acuan untuk penelitian lebih lanjut terhadap objek sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.

b. Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi bermanfaat yang dapat dijadikan masukan edalam melaksanakan kegiatan perusahaan di masa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Serta informasi yang dihasilkan dapat diimplementasikan dalam penyusunan strategi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, untuk meningkatkan pemahaman peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan berdasarkan kenyataan di lapangan.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## A. Pemasaran Jasa

### a. Pengertian pemasaran

Pemasaran jasa merupakan kegiatan yang dilakukan produsen atau distributor kepada konsumen untuk menawarkan suatu produk yang tidak terlihat atau tidak berwujud namun dapat dirasakan manfaatnya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:29), pemasaran adalah suatu metode dimana perusahaan menciptakan nilai kepada pelanggan dan membangun hubungan yang kuat kepada pelanggan untuk menangkap nilai pelanggan sebagai imbalannya.

Menurut Philip Kotler (2010:1), pemasaran merupakan suatu proses social yang di dalamnya terdapat individu atau kelompok untuk memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, mempertukarkan, menawarkan produk dan jasa yang bernilai kepada pihak lain.

Maka dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa, pemasaran adalah suatu proses bisnis untuk menciptakan nilai kepada pelanggan dan merupakan hasil interaksi dari berbagai kegiatan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

b. Jasa

Pemasaran jasa pada umumnya memiliki sejumlah perbeedaan dengan pemasaran barang atau produk yang sudah dikenal pada umumnya, oleh karena itu pengertian pemasaran jasa yang baik perlu didukung dengan pengertian mengenai jasa itu sendiri. Sejumlah ahli tentang jasa telah berupaya untuk merumuskan pengertian jasa yang beragam. Adapun beberapa pengertian jasa tersebut yaitu:

Menurut Kotler dan Keller (2009:36), layanan jasa (service) adalah setiap aktivitas kinerja yang dapat ditawarkan kepada suatu pihak ke pihak yang lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun, namun dapat dirasakan manfaatnya.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:5) jasa merupakan segala kegiatan ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau kontruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah.

Beberapa definisi diatas mengenai jasa tersebut dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa jasa adalah suatu kegiatan atau kinerja yang dilakukan produsen atau distributor kepada pelanggan untuk menawarkan suatu jasa yang tidak berwujud tetapi dapat dirasakan manfaatnya. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin juga tidak perlu menggunakan barang yang berwujud. Walaupun diperlukan barang berwujud, akan tetapi tidak menghasilkan perubahan kepemilikan atas benda tersebut.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

c. Karakteristik Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2009:39-41), jasa mempunyai karakteristik berbeda yang sangat mempengaruhi desain program pemasaran, atau dengan kata lain perbedaan antara jasa dengan barang, yaitu:

a. Tak berwujud *(Intangibility)*, artinya sesuatu yang tidak berwujud. Jasa tidak dapat dilihat, diraba, dirasakan, didengar, atau dibaca sebelum jasa tersebut dibeli. Jika benda merupakan suatu objek, alat atau benda yang bisa dinilai dari bentuk dan fungsinya, maka jasa tersebut adalah suatu perbuatan, kinerja atau usaha.
b. Tak terpisahkan *(Inseparability)*, sementara barang fisik dibuat, dimasukkan dalam persediaan, didistribusikan melalui perantara, dan dikonsumsi kemudian, jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus.
c. Bervariasi *(Variability)*, jasa ini bersifat sangat beragam karena merupakan *nonstandardized* output. Artinya ada banyak keragaman jenis dan kualitas jasa tergantung siapa, dimana dan kapan jasa tersebut dihasilkan.
d. Dapat musnah *(Perishability)*, jasa yang pada umumnya dijual dulu kemudian diproduksi secara khusus dan dikonsumsi dalam waktu bersamaan.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

## B. Harga

### a. Pengertian Harga

Menurut Alma (2011:169), harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya, termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2012:290), mengatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk. Variabel ini merupakan hal yang menentukan suatu barang atau jasa dapat diterima atau tidaknya oleh pelanggan.

Dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan suatu persetujuan mengenai transaksi antar jual beli barang atau jasa di mana persetujuan tersebut telah disetujui oleh kedua belah pihak.

### b. Indikator Harga

Indikator harga menurut Kotler dan Amstrong (2012:314) yaitu sebagai berikut:

a) Keterjangkauan harga merupakan suatu perspektif penetapan harga yang dilakukan oleh produsen yang sesuai dengan kemampuan beli pelanggan.

b) Daya saing harga merupakan bentuk penawaran harga yang diberikan oleh penjual kepada pelanggan lebih murah atau berbeda dengan harga jual yang ditawarkan oleh penjual lain paeda jenis produk yang sama.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

c) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas produk yang dipasarkan.

**c. Pengukuran Harga**

Menurut Fandy Tjiptono (2008:157), ada lima aspek pengukuran harga yaitu sebagai berikut:

a) Daya beli adalah kemampuan pelanggan membeli banyaknya permintaan jumlah barang pada suatu pasar tertentu, dengan tingkat pendapatan tertentu, tingkat harga tertentu, dan dalam periode tertentu.

b) Kemampuan untuk membeli yaitu Kemampuan pelanggan dalam membeli suatu barang yang mencakup tentang aspek perilaku, kebiasaan, kesenangan pelanggan, dan kecenderungan permintaan masa lalu.

c) Gaya hidup pelanggan berpengaruh pada kepribadian pelanggan. Ada dua jenis perilaku pelanggan, yaitu perilaku pembelian dan perilaku konsumsi, yang keduanya dipengaruhi oleh gaya hidup dan faktor-faktor yang mendukungnya. Dalam perilaku pembelian pelanggan, gaya hidup mempengaruhi bagaimana pelanggan berbelanja, kapan pelanggan berbelanja, di mana berbelanja, apa yang dibeli, dan dengan siapa. Perilaku konsumen adalah perilaku orang yang bertujuan untuk menggunakan nilai sesuatu barang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

d) Manfaat produk adalah manfaat yang dapat langsung digunakan setelah membeli produk.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

e) Harga produk lain dari sudut pandang pemasaran, harga adalah satuan mata uang atau ukuran lain yang dipertukarkan untuk mengambil kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pemahaman ini sesuai dengan konsep pertukaran dalam pemasaran. Jika harga produk cukup tinggi di pasaran, kualitas produk sangat baik, merek produk sangat baik, dan meyakinkan pelanggan. Sebaliknya, jika harga suatu produk rendah di pasaran, kualitas produk tersebut tidak baik, dan tidak meyakinkan pelanggan.

d. **Kebijakan Penentuan Harga**

Menurut Kotler (2002:56), dalam Menyusun kebijakan penentuan harga ada enam tahap yaitu sebagai berikut:

a) Perusahaan menentukan tujuan dalam penetapan harga.
b) Perusahaan mengukur kurva permintaan, kemungkinan jumlah yang akan terjual pada tiap peluang harga.
c) Perusahaan memperkirakan bagaimana biaya bervariasi pada berbagai level produksi dan berbagai level akumulasi pengalaman produksi.
d) Perusahaan menganalisis biaya, harga, dan tawaran pesaing.
e) Perusahaan memilih metode penetapan harga.
f) Perusahaan memilih harga akhir.

Menurut Ferdinand (2006:225), harga merupakan variabel keputusan yang paling penting yang diambil oleh pelanggan. Ada dua alasannya yaitu sebagai berikut:

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

1. Alasan Psikologis, menunjukkan bahwa harga merupakan indikator kualitas dan karena itu dapat dirancang sebagai salah satu instrumen persaingan yang sangat menentukan.
2. Alasan Ekonomis, harga yang terjangkau (rendah) atau harga yang bersaing merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

**e. Metode Penetapan Harga**

Metode penetapan harga dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba, dan berbasis persaingan.

a) Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Pada metode ini lebih menekankan pada faktor harga yang mempengaruhi selera dan keputusan pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan seperti faktor biaya, laba, dan persaingan.

b) Penetapan Harga Berbasis Biaya

Faktor penetapan harga yang dipengaruhi oleh aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Penetapan harga didasarkan pada biaya pembuatan dan pemasaran produk, serta biaya langsung, overhead, dan jumlah tetap untuk menutupi keuntungan atau kerugian.

c) Penetapan Harga Berbasis Laba

Penetapan harga yang didasarkan pada keseimbangan antara biaya dan pendapatan. Ada tiga pendekatan untuk metode ini yaitu:

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

penetapan harga laba target, penetapan harga retur penjualan target, dan penetapan harga imbal hasil investasi target.

d) Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Harga didasarkan pada apa yang dilakukan pesaing kita. Ada tiga pendekatan untuk metode ini. Sistem yang menjual di antara pesaing regular untuk menarik pelanggan, sistem yang menaikkan harga agar pesaing tidak tumbuh terlalu besar, atau harga yang lebih tinggi dari pesaing dengan asumsi bahwa kualitas produk yang mereka tawarkan tinggi.

## C. Kualitas Pelayanan

### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah puas, merasa senang, perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan, dan sebagainya). Menurut Tjiptono (2014:268), kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2014:63), kualitas pelayanan adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Jadi pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

**b. Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Lupiyoadi (2014:217), bahwa terdapat lima indikator pokok yang dikenal dengan SERVQUAL (*service quality*) yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai status kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

1. *Tangibles* (wujud), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar, yaitu dari segi penampilan, kemampuan sarana dan prasarana perusahaan.
2. *Reliability* (keandalan), kemampuan untuk memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (tanggap), yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.
4. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan kepada perusahaan.
5. *Emphaty* (empati), yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan serta memahami keinginan pelanggan.

Maka kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting dimiliki oleh setiap perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa. Selain itu, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan, jika kenyataannya yang diterima oleh pelanggan lebih dari yang diinginkan maka dapat dikatakan pelayanan yang diberikan bermutu dan pelanggan akan merasa puas, sebaliknya jika pelayanan yang diterima oleh pelanggan tidak sesuai yang diharapkan maka pelayanan dikatakan tidak bermutu.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

c. **Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan**

Setiap perusahaan harus mampu memahami dan mengantisipasi beberapa faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas layanan, diantaranya:

1) Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Salah satu karakteristik unik jasa/layanan adalah *inseparability*, artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian layanan. Konsekuensinya, berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan layanan bisa saja terjadi.

2) Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan penyampaian layanan karyawan secara intensif dapat menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan.

3) Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai

Agar para karyawan mampu memberikan jasa dan melayani pelanggan secara efektif maka mereka perlu mendapatkan pemberdayaan dan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen, sehingga nantinya mereka dapat mengendalikan dan menguasai cara melakukan pekerjaan, bertanggung jawab atas output kinerja pribadi, bertanggung jawab bersama atas kinerja unit dan organisasi.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

4) Gap komunikasi

Factor komunikasi merupakan hal penting dalam kontrak kerja dengan karyawan. Gap komunikasi yang terjadi akan menimbulkan penilaian dan persepsi negative rethadap kualitas pelayanan. Gap komunikasi dalam pelayanan meliputi: memberikan janji yang berlebihan sehingga tidak dapat memenuhinya, kurang dalam menyajikan informasi yang baru kepada pelanggan, pesan kurang dipahami oleh pelanggan, dan perusahaan kurang tanggap terhadap keluhan pelanggan.

5) Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama

Para pelanggan adalah manusia yang bersifat unik karena mereka memiliki perasaan dan emosi. Dalam hal melakukan interaksi dengan penyedia layanan jasa, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan jasa yang seragam, kerap terjadi pelanggan menuntut jasa yang bersifat pribadi dan berbeda dengan pelanggan lainnya. Sehingga hal ini merupakan tantangan bagi perusahaan agar dapat memahami kebutuhan pelanggan.

6) Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan

Memperkenalkan jasa baru untuk memperkaya jasa yang telah ada agar dapat menghindari adanya pelayanan yang buruk dan meningkatkan peluang pemasaran.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

## D. Kepuasan Pelanggan

### a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Perusahaan dituntut untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan pelanggan yang hampir setiap waktu berubah. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari perusahaan. Perasaan tersebut timbul setelah pelanggan membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh secara nyata.

Menurut Kotler dan Keller (2016:153), *"Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations"*. Salah satu tingkat kepuasan umum konsumen yaitu jika kinerja yang diberikan tidak sesuai harapan maka pelanggan akan merasa kecewa tetapi jika kinerja yang diberikan sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:182), kepuasan merupakan adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan.

Maka dari definisi tersebet dapat disimpulkan bahwa reaksi emosional senang dan kecewa yang ditentukan oleh hubungan antara harapan dan realita. Apabila penampilan produk yang diharapkan pelanggan tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, dapat dipastikan pelanggan tidak akan merasa puas. Sebaliknya, apabila produk sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan pelanggan akan merasa puas.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

b. **Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler & Keller, (2012:176) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari produk atau jasa. Dalam hal ini kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seorang tentang kinerja produk atau jasa anggapannya dalam kaitannya dengan ekspektasi. Menurut Tjiptono (20014:101) indikator kepuasan pelanggan yaitu:

a) Kesesuaian harapan merupakan tingkat antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.
b) Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang telah dirasakan.
c) Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada teman dan pelanggan lainnya terhadap produk atau jasa yang telah dirasakan manfaatnya.

c. **Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dari pelanggan adalah apabila pelanggan merasa apa yang diinginkannya terpenuhi dengan maksimal, pelanggan merasa puas jika harapannya terpenuhi. Ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan. Dimensi pertama, adalah kualitas produk atau jasa. Pelanggan akan puas bila setelah membeli dan menggunakan produk/jasa tersebut, ternyata kualitasnya baik.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001:123), ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan antara lain.

1. Kualitas produk atau jasa yaitu pelanggan akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Montgomery menyatakan bahwa produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan nya. Kualitas produk ada dua, yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari eksternal adalah citra merek.
2. Kualitas pelayanan yaitu pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional yaitu pelanggan merasa puas ketika orang memuji nya karena menggunakan merek yang mahal.
4. Harga yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
5. Biaya yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk dan jasa tersebut.

**d. Strategi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:70), ada beberapa startegi kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. Manajemen Ekspektasi Pelanggan, yaitu berusaha membimbing pelanggan yang benar-benar memahami peran, hak, dan kewajiban yang berkenaan dengan produk atau jasa.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

2. *Relationship Marketing And Management*, yaitu upaya dalam menjalin hubungan positif jangka panjang yang saling menguntungkan dengan pemegang utama perusahaan.
3. *Aftermarketing*, yaitu menekankan pada pentingnya orientasi pelanggan saat ini (*current customer*) sebagai cara yang lebih hemat biaya untuk membangun bisnis yang menguntungkan.
4. Strategi Retensi Pelanggan, yaitu strategi ini berusaha meningkatkan retensi pelanggan melalui pemahaman atas faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan beralih pemasok.
5. *Superior customer service*, strategi yang dilakukan dengan cara menawarkan layanan yang lebih unggul dibandingkan pesaing.

e. **Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Pengukuran kepuasan pelanggan menurut Fandy Tjiptono (2016:219), yaitu sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan dan Saran, yaitu organisasi yang berpusat pada pelanggan. Pelanggan diberi kesempatan untuk menyampaikan saran dan keluhannya.

2) *Ghost Shopping*, yaitu salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan menugaskan beberapa orang untuk berperan sebagai pembeli potensial, guna melaporkan titik kuat dan titik lemah yang dialami sewaktu membeli produk perusahaan dan pesaing dalam berinteraksi dan memperlakukan pelanggan.

3) *Lost* Customer *Analysis*, yaitu perusahaan sebaiknya menghubungi pelanggan yang sudah berhenti membeli atau telah beralih ke

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

pemasok lain guna mempelajari alasan beralih ke pemasok lain sehingga dapat diambil langkah perbaikan kedepannya.

4) Survei Kepuasan Pelanggan, yaitu dengan melalui survei maka perusahaan akan memperoleh umpan balik secara langsung dan dari sisi pelanggan mendapatkan perhatian terhadap pelanggannya.

## E. Tinjauan Empiris

Tabel 2.1. Tinjauan Empiris

| No | Nama Peneliti/ Tahun | Judul | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Ade Syarif Maulana (2016) | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI | Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. | 1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kuat.<br>2) Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan rendah.<br>3) Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan rendah. |
| 2. | Luminta ng Intan Sintya, S.L.H.V. Joyce Lapian dan Merlyn M. Karuntu( 2018). | Pengaruh Harga dan kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online pada mahasiswa FEB Unsrat Manado. | metode yang digunakan menggunaka n metode kuantitatif. | Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikan sebesar (0,000 <0,05). Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikan sebesar (0,005<0,05). Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikan sebesar (0,001<0,05). |
| 3. | Indri Ayu Lestari (2015) | Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Klinik Erha Skin Cirebon) | metode yang digunakan menggunakan metode kuantitatif. | Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. |
| 4. | Cahyo Wahyono (2013) | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Hotel Anugerah Glagah Indah Temon Kulon Progo Yogyakarta. | metode yang digunakan menggunakan metode kuantitatif. | Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 5. | Nimas laila (2012) | Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel AHASS 0002 Semarang Honda Center | metode yang digunakan menggunakan metode kuantitatif | Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan baik secara simultan maupun parsial. |
| 6. | Nafisa Choirul Mar'ati (2016) | Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Konsumen Gojek di Surabaya) | metode yang digunakan menggunakan metode kuantitatif | Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. |
| 7. | Nico Pratama Onasis (2015) | Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru | metode yang digunakan menggunakan metode kuantitatif | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan baik secara simultan maupun parsial. |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

## F. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel bebas yaitu Harga (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2), dengan variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Adapun kerangka pemikiran pada gambar 2.1 adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1 Model/Alur Kerangka Pemikiran**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

## G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang diambil dari rumusan masalah penelitian. Dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan jawaban sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis penelitian sangat diperlukan untuk memberikan arahan kepada penulis, dengan melalui hipotesis penulis dapat memperoleh sebuah gambaran sementara tentang kemungkinan jawaban dari permasalahan yang dihadapi. Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yaitu:

1. Diduga variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Grab online.
2. Diduga variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Grab online.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pendekatan kuantitatif deskriftif adalah penelitian yang menganalisa data berupa angka yang digunakan untuk mengetahui gambaran fenomena-fenomena dengan tujuan untuk mencari hubungan atau pengaruh antara dua variabel sehingga dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan.

Metode survei merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Metode survei merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan pernyataan struktur atau sistematis yang sama kepada banyak orang untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh penulis dicatat, diolah dan dianalisis. Metode survei digunakan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi grab online pada mahasiswa jurusan manajemen universitas muhammadiyah Makassar.

## B. Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka peneliti memilih lokasi di Universitas Muhammadiyah Makassar (UNISMUH), tepatnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dengan waktu penelitian kurang lebih 2 bulan, yaitu bulan Desember 2019 – Februari 2020.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Melakukan penelitian diharapkan sumber data dapat memberikan informasi dan keterangan yang berkaitan dengan masalah peneliti. Populasi adalah sekelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan populasi merupakan jumlah keseluruhan dari satuan individu yang hendak diduga karakteristiknya. Satuan-satuan ini disebut unit analisis. Unit analisis mungkin merupakan orang, rumah tangga, tanah pertanian, perusahaan, dan lain-lain. Unit analisis juga sering disebut elemen dari populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEB jurusan manajemen, akuntansi dan IESP angkatan 2015 sampai 2017 Muhammadiyah Makassar yang pernah menggunakan jasa transportasi Grab online dengan jumlah populasi 5.680 orang.

### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2016:82), Terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan yaitu sebagai berikut:

a. *Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang sama memberikan peluang bagi setiap anggota untuk dipilih menjadi

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratifies random sampling, sampling area.*

b. *Nonprobability Sampling* merupakan cara pengambilan suatu sampel yang tidak memberikan peluang bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini meliputi, *sampling sistematis, kuota, accidental sampling, purposive sampling,* jenuh, *snowball.*

Dalam penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *Accidental Sampling* merupakan bagian dari *Nonprobability Sampling*. Yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan artinya siapa saja yang bertemu dan dianggap cocok oleh peneliti untuk menjadi sumber data maka akan di jadikan sampel dalam penelitian ini, karena dalam penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi dapat diteliti karena keterbatasan biaya dan waktu, menentukan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini dengan cara menggunakan rumus *slovin* menurut Sugiono (2014:65) yaitu sebagai berikut.

$$n=\frac{N}{1+N(\varepsilon)^2}$$

$$n = \frac{5.680}{1+5.680(0,1)^2}$$

$$n = \frac{5.680}{57,8}$$

n = 98 orang

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Dimana:

n : jumlah sampel

N: jumlah populasi

e : kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Hasil perhitungan 98,26 tersebut dibulatkan menjadi 100 untuk memudahkan penaliti. Oleh karena itu digunakan 100 responden sebagai sampel.

## D. Data yang Diperlukan

### 1. Jenis data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini data kuantitatif yaitu metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antara variabel. Variabel-variabel yang diukur (dengan menggunakan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik. Data ini diperoleh dari hitungan kuesioner yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini.

### 2. Sumber data

Data merupakan sekumpulan informasi seseorang yang dijadikan responden yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik maupun dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian. Berdasarkan sumbernya data dibagi menjadi dua yaitu:

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

1) Data primer

Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber asli tanpa melalui perantara. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer dari hasil pengisian kuesioner yang diberikan kepada responden.

2) Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara. Penelitian menggunakan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, serta penelitian terdahulu yang membuat informasi dan data-data yang berkaitan dengan penelitian berupa buku, catatan atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.

E. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiono (2016:193) metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara :

a. Kuesioner kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan lembaran dengan seperangkat pertanyaan tertulis untuk dijawab responden.

b. Dokumentasi merupakan metode yang dilakukan untuk mencari data mengenai variabel yang berupa buku, catatan, majalah, surat kabar, transkrip dan sebagainya. Metode ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa latar belakang

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

kantor, tugas pokok dan tata kerja, struktur organisasi, presentasi serta data lain yang mendukung.

## F. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Agar data yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan, maka data tersebut diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga nantinya dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Dalam perhitungan statistik ini penulis dibantu dengan menggunakan program *SPSS (Statistical Program For Social Science)*. Tahap-tahap analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Uji Validitas

   Uji validitas adalah ukuran yang menunjukan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas adalah cara yang disilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (corrected item-total correlation) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Sedangkan jika r hitung < r tabel, maka variabel tersebut tidak valid. Pengukuran indikator tepat dalam menyusun sebuah konstruk apabila nilai *standardized regression weight* ≥ 0,50. Pengujian validitas menggunakan rumus product moment dari pearson yang dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing skor item pernyataan dari tiap variabel dengan total skor variabel tersebut. Jika skor item tersebut berkorelasi positif dengan skor total dan lebih tinggi dari korelasi antar item, menunjukkan kevalidan instrumen tersebut.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan konsistensi alat ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan. Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan kestabilan dalam mengukur, Kestabilan disini berarti kuesioner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep atau konstruk dari suatu kondisi ke kondisi lain. Pada program SPSS, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 atau mendekati nilai 1. Peneliti menggunakan metode *Alpha Cronbach*, koefisien yang diukur akan beragam antara 0 hingga 1. Nilai koefisien yang kurang dari 0,60 menunjukkan bahwa keandalan konsistensi internal yang tidak reliabel.

3. Uji Hipotesis

a. Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu Teknik analisis regresi linear berganda. Analisis linear berganda adalah salah satu alat analisis peramalan nilai pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Uji statistik regresi linear berganda digunakan unyuk mengetahui signifikan atau tidaknya hubungan antar dua variabel melalui koefisien regresinya Adapun persamaan regresi linier berganda nya adalah sebagai berikut:

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Dimana:

Y = variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

X = variabel bebas ($X_1$ harga, $X_2$ Kualitas Pelayanan)

a = konstanta

b = koefisien regresi

e = Error

b. Uji t ( Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:

Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:

1. Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ho diterima, dan sebaliknya Ha ditolak.
2. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak, sebaliknya Ha diterima. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

Ho = Tidak terdapat pengaruh secara parsial harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Ha = Terdapat pengaruh secara parsial harga dan kualitas pelayanan, terhadap kepuasan pelanggan.

c. Koefisien Determinasi ($R^2$)

Koefisien determinasi adalah sebuah uji untuk menjelaskan besaran proporsi variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independent. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.

Untuk analisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel "model summary".

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

# BAB IV

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## A. Gambaran Umum Objek Penelitian

### a. Sejarah Singkat Perusahaan Grab

Grab didirikan pada tahun 2011 oleh warga negara Malaysia Anthony Tan dan Hooi Ling Tan. Mereka melihat dampak negatif dari system transportasi yang tidak efesien yang ada saat itu. Grab adalah aplikasi layanan transportasi terkomputer di Asia Tenggara, saat ini berlokasi di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam, menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah Asia Tenggara. Layanan Grab dirancang untuk memberikan pengemudi dan penumpang alternatif berkendara yang mengutamakan kecepatan, keselamatan, dan keamanan. Grab sendiri telah hadir di Indonesia pada bulan Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi dan sejak saat itu telah memberikan beragam pilihan transportasi seperti mobil dan ojek. Grab berarti kebebasan untuk menyediakan, kebebasan untuk pergi ke tempat yang aman dan nyaman, kebebasan untuk memilih moda transportasi terbaik, dan kebebasan.

Grab adalah Perusahaan teknologi Malaysia berbasis di Singapura yang menawarkan aplikasi transportasi umum, termasuk kendaraan bermotor roda dua dan roda empat. Aplikasi Grab memudahkan calon penumpang untuk mencari pengemudi hingga tiba di

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

tempat tujuan, sehingga tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan transportasi yang diinginkan.

Grab didirikan di Malaysia pada tahun 2011 dan pendiri Grab adalah Anthony Tan dan rekannya Tan Hooi. Sejak 2011 hingga 2017, Grab tumbuh pesat dan menjadi salah satu penyedia aplikasi transportasi online Indonesia.

Grab memiliki banyak fitur layanan, antara lain:

1. Grab Taxi adalah layanan yang memberikan akses dan kemudahan bagi penumpang untuk menemukan pengemudi taksi berikutnya dengan aman.
2. Grabcar adalah perusahaan rental mobil pribadi dengan sopir yang menawarkan pilihan berkendara yang nyaman.
3. Grabbike adalah layanan transportasi sepeda motor yang memungkinkan anda dengan mudah dan cepat berpindah ke berbagai tempat tanpa menunggu waktu lama.
4. Grab Express adalah layanan kurir ekspres berbasis aplikasi yang menjanjikan kecepatan, keamanan, dan keamanan yang paling utama.
5. Grab Food adalah layanan pesan antar makanan dengan akses ke banyak restoran.

b. Visi dan Misi Perusahaan Grab

a. Visi Grab

1. Menjadi yang terdepan di Asia Tenggara

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

b. Misi Grab :

1) Menjadi penyedia layanan teraman di Asia Tenggara.

2) Memberikan layanan yang mudah diakses oleh banyak orang.

3) Meningkatkan kehidupan para partner, baik pengemudi maupun penumpang.

Grab juga mempunyai slogan :

1. *Grab Your Easy Transportation – One Tap Away To Go Anywhere*

2. *No Need Queues For Taxi – More convenient And Safe*

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

c. Struktur Organisasi Grab

**Gambar 4.1**
**Struktur Organisasi**

Sumber : ojek online grab. Blogspot.com 2021

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

a. Direktur Utama

- Memutuskan dan memilih peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan.
- Bertanggung jawab pada memimpin & menjalankan perusahaan.
- Bertanggung jawab atas laba & jua kerugian yang dialami perusahaan.
- Merencanakan dan menyebarkan asal-asal pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.
- Menentukan taktik buat mencapai visi-misi perusahan.
- Mengkoordinasi dan mengawasi seluruh aktivitas perusahaan mulai bidang administrasi, kepegawaian sampai pengadaan barang.

b. Wakil Direktur

- Membantu seluruh tugas direktur primer yang merupakan wakil di masing-masing area.

a) Manajer IT

- Mengembangkan dan menyusun taktik dan *planning* IT Grab pada hal mempermudah pekerjaan dan pada pelayanan pada pelanggan.
- Mengkoordinir dan mengelola eksploitasi software, hardware, brainware dan jaringan pada bidang TIK buat mencapai kinerja optimum Grab Indonesia.
- Mengelola layanan perancangan sistem komputerisasi dan program aplikasi perangkat yang terintegrasi.
- Menyediakan data-data yang diperlukan oleh Bagian lain yang menyangkut IT.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

b) Manajer Karyawan *Front Office* & Pemasaran

- Melatih, menetapkan, melatih dan mengevaluasi karyawan *front office*.
- Memastikan bahwasanya karyawan mengetahui sistem komputerisasi, etika menerima keluhan secara langsung atau via telepon dan standar operasional Grab.
- Menangani keluhan pelanggan yang tidak bisa diselesaikan bawahannya.
- Membuat laporan daftar pelanggan.
- Menjaga kedisiplinan petugas kantor dengan memberikan sanksi dan peringatan bagi yang melanggar.
- Merencanakan dan menetapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan pemasaran.

c) Manajer Keuangan

- Mengkoordinasi perencanaan anggaran
- Mengembangkan format pengajuan dan pertanggungjawaban keuangan.
- Mengkoordinasi aplikasi audit
- Melakukan sistem pencatatan keuangan.
- Bertanggung Jawab terhadap wakil direktur.
- Merencanakan mengendalikan dan membuat keputusan atas semua aktivitas akuntansi.
- Menerima laporan arus kas keluar dan masuk ke perusahaan

d) Manajer Ojek

- Membuat grup-grup tukang ojek

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

- Mengkoordinir seluruh karyawan tukang ojek
- Selalu melakukan pengontrolan di setiap lini pangkalan.
- Bertanggung jawab pada wakil direktur atas seluruh karyawan tukang ojek.

e) Karyawan:

1) Bidang Programming
   - Melaksanakan seluruh pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer IT pada bidang Programming
   - Bertanggung jawab tentang acara pada manajer IT.
2) Bidang Web
   - Melaksanakan seluruh pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer IT pada bidang Web
   - Bertanggung jawab mengenai program kepada manajer IT
3) *Front Office* (CS, Administrasi & Pemasaran)
   - Melaksanakan semua pekerjaan *front office* yang ditetapkan oleh manajer *front office* dan administrasi
   - Bertanggung jawab kepada manajer *front office* dan administrasi.
4) Tukang Ojek
   - Melaksanakan seluruh pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer bagian Ojek.
   - Mengantarkan penumpang dan pesanan sesuai dengan waktu ditetapkan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

- Bertanggung jawab kepada atasannya.

## B. Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan tanggapan responden terhadap tabel penelitian, maka akan dilakukan analisis terhadap jawaban dari responden yang berkaitan dengan pernyataan yang ada. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai pernyataan yang berasal dari variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Maka pada bagian ini akan disajikan deskripsi dari masing-masing variabel berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner.

**Tabel 4.1**

**Skor Pengkategorian**

| Skala | Rentang Skala | Kategori |
|---|---|---|
| 1 | 1,00 – 1,75 | Sangat Rendah |
| 2 | 1,76 – 2,50 | Rendah |
| 3 | 2,56 – 3,50 | Tinggi |
| 4 | 3,56 – 4,00 | Sangat Tinggi |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

a) **Analisis Deskripsi Harga**

**Tabel 4.2**

**Deskripsi Variabel Harga**

| Dimensi | No | Indikator | Mean | Rata -rata |
|---|---|---|---|---|
| Keterjangkauan Harga | 1. | Tarif yang ditetapkan Grab sesuai dengan jarak jauh yang ditempuh | 3,15 | 2,97 |
| | 2. | Tarif yang ditetapkan Grab sesuai dengan kemampuan saya | 2,79 | |
| Kesesuaian Harga dan Kualitas | 3. | Pada saat menggunakan jasa Grab tarif yang ditetapkan sesuai dengan layanan yang diberikan | 3,2 | 3,09 |
| | 4. | Tarif Grab yang ditetapkan sesuai fasilitas yang ada | 2,98 | |
| Daya Saing Harga | 5. | Tarif Grab lebih murah dibandingkan ojek online lainnya | 2,8 | 2,99 |
| | 6. | Tarif Grab dibayar melalui ovo lebih murah dibanding tunai | 3,19 | |
| Total rata-rata | | | 3,01 | |

Berdasarkan tabel 4.2 persepsi Pelanggan terhadap Harga pada Pelayanan Grab Online dapat dilihat bahwa pada dimensi keterjangkauan harga skor rata-rata adalah 2,97, pada dimensi kesesuaian harga dan kualitas adalah 3,09, dan pada dimensi daya saing harga adalah 2,99. Jadi keseluruhan total mean adalah 3,01. Nilai tersebut berada pada rentang skala 2,56 – 3,50 dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut berada pada kategori tinggi (T). Artinya harga grab online cukup terjangkau dan harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

b) Analisis Deskripsi Kualitas Pelayanan

Tabel 4.3

Deskripsi Kualitas Pelayanan

| Dimensi | No | Indikator | Mean | Rata-rata |
|---|---|---|---|---|
| *Tangible* (bukti nyata) | 1. | Kendaraan yang digunakan Grab layak pakai | 2,78 | 3,11 |
| | 2. | Aplikasi Grab mudah diakses oleh pengguna | 3,14 | |
| | 3. | Driver berpenampilan sopan dan rapi | 3,41 | |
| *Reliability* (keandalan) | 4. | Driver Grab mengemudi dengan baik ketika mengantar pelanggan | 2,88 | 2,86 |
| | 5. | Driver Grab menjemput dan mengantar ke alamat yang tepat | 2,84 | |
| *Responsiveness* (ketanggapan) | 6. | Driver Grab melayani pesanan dengan cepat dan tepat | 3,22 | 3,05 |
| | 7. | Driver Grab bersedia dan cepat melayani keluhan dan kebutuhan pelanggan | 3,02 | |
| | 8. | Driver mengkonfirmasi order dengan menghubungi pelanggan, untuk memastikan pemesanan dan tempat | 2,91 | |
| *Assurance* (jaminan) | 9. | Driver Grab jujur dan terbuka dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan | 3,08 | 3,18 |
| | 10 | Driver Grab memberikan rasa aman selama perjalanan | 3,29 | |
| | 11 | Tersedia layanan pengaduan pada aplikasi | 3,18 | |
| *Emphaty* | 12. | Driver Grab merespon dengan baik apa yang menjadi permintaan maupun pelanggan | 3,34 | 3,27 |
| | 13. | Kemampuan driver berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan | 3,2 | |
| Total rata-rata | | | 3,09 | |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Berdasarkan tabel 4.3 deskripsi Kualitas Pelayanan Grab Online pada dimensi *tangible*, reliability, *responsiveness, assurance,* dan *emphaty* nilai keseluruhan total mean adalah 3,09. Nilai tersebut berada pada rentang skala 2,56 –3,50 dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut berada pada kategori tinggi (T). Artinya Kualitas Pelayanan yang diberikan Grab sudah baik.

**c) Analisis Deskripsi Kepuasan Pelanggan**

Tabel 4.4

**Deskripsi Kepuasan Pelanggan**

| Dimensi | No | Indikator | Mean | Rata-rata |
|---|---|---|---|---|
| Harapan | 1. | Pelayanan yang diberikan Grab sesuai dengan keinginan pelanggan | 3,11 | 3,13 |
| | 2. | Pelayanan yang diberikan Grab melebihi harapan pelanggan | 3,16 | |
| Minat Menggunakan Kembali | 3. | Pelanggan berminat untuk menggunakan kembali layanan jasa transportasi Grab online karena pelayanan yang baik | 3,17 | 3,15 |
| | 4. | Pelanggan berminat menggunakan kembali layanan jasa transportasi Grab online karena harga terjangkau | 3,14 | |
| Kesediaan Merekomendasikan | 5. | Pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan keamanan sehingga akan merekomendasikan kepada orang lain | 3,11 | 3,11 |
| | 6. | Pelanggan merasa puas dengan kemudahan dalam memesan Grab sehingga akan merekomendasikan kepada orang lain | 3,12 | |
| Total rata-rata | | | 3,13 | |

Berdasarkan tabel 4.4 Kepuasan Pelanggan Grab Online dapat dilihat bahwa pada dimensi harapan adalah 3,13, pada dimensi minat menggunakan kembali adalah 3,15, dan pada dimensi kesediaan merekomendasikan adalah 3,11. Jadi total mean adalah 3,13. Nilai ini

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

berada pada rentang skala 2,56 – 3,50 yang berarti kategori tinggi (T). Nilai ini berarti bahwa pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan dan tarif yang dibayarkan sehingga pelanggan merasa puas.

## C. Pembahasan Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Sedangkan sebaliknya jika r hitung < r tabel, maka variabel tersebut tidak valid. Pengukuran indikator tepat dalam menyusun sebuah konstruk apabila nilai *standardized regression weight* ≥ 0,50. Pengujian validitas menggunakan rumus product moment. Hasil uji validitas disajikan pada tabel berikut:

a) Uji Validitas Variabel Harga

**Tabel 4.5**

**Uji Validitas Variabel Harga**

| Variabel | Nilai R hitung | Nilai R tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| X1.1 | 0,728 | 0,196 | Valid |
| X1.2 | 0,812 | 0,196 | Valid |
| X1.3 | 0,703 | 0,196 | Valid |
| X1.4 | 0,729 | 0,196 | Valid |
| X1.5 | 0,783 | 0,196 | Valid |
| X1.6 | 0,600 | 0,196 | Valid |

Sumber: Hasil olah SPSS 25

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Berdasarkan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa semua nilai R hitung pada keseluruhan item pertanyaan X1 lebih besar dari pada nilai R tabel sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan tentang variabel harga dinyatakan valid.

b) Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

**Tabel 4.6**
**Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

| Variabel | Nilai R hitung | Nilai R tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| X2.1 | 0,351 | 0,196 | Valid |
| X2.2 | 0,509 | 0,196 | Valid |
| X2.3 | 0,659 | 0,196 | Valid |
| X2.4 | 0,584 | 0,196 | Valid |
| X2.5 | 0,521 | 0,196 | Valid |
| X2.6 | 0,665 | 0,196 | Valid |
| X2.7 | 0,400 | 0,196 | Valid |
| X2.8 | 0,360 | 0,196 | Valid |
| X2.9 | 0,595 | 0,196 | Valid |
| X2.10 | 0,635 | 0,196 | Valid |
| X2.11 | 0,522 | 0,196 | Valid |
| X2.12 | 0,596 | 0,196 | Valid |
| X2.13 | 0,557 | 0,196 | Valid |

Sumber: Hasil olah SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua nilai R hitung lebih besar dari pada nilai R tabel sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

c) Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

**Tabel 4.7**

**Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

| Variabel | Nilai R hitung | Nilai R tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Y.1 | 0,656 | 0,196 | Valid |
| Y.2 | 0,838 | 0,196 | Valid |
| Y.3 | 0,775 | 0,196 | Valid |
| Y.4 | 0,817 | 0,196 | Valid |
| Y.5 | 0,820 | 0,196 | Valid |
| Y.6 | 0,789 | 0,196 | Valid |

Sumber: Hasil olah SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua nilai R hitung lebih besar dari pada nilai R tabel sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan tentang variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi pada alat ukur dalam mengukur suatu gejala yang sama dalam kesempatan. Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan kestabilan dalam mengukur. Kestabilan disini berarti kuesioner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep atau konstruk dari suatu kondisi ke kondisi lain. Pada program SPSS, metode ini dilakukan dengan metode Cronbach Alpha, dimana suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60 atau mendekati nilai 1.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Peneliti menggunakan metode Alpha Cronbach, koefisien yang diukur akan beragam antara 0 hingga 1. Nilai koefisien yang kurang dari 0,60 menunjukkan bahwa keandalan konsistensi internal yang tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas tersaji pada tabel berikut:

a) Uji Reliabilitas Variabel Harga

**Tabel 4.8**

**Uji Reliabilitas Harga**

| Reliability Statistics | |
|---|---|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .829 | 6 |

Sumber: Hasil olah SPSS 25

| Variabel | Cronbach's Alpha | R Standar | Keterangan |
|---|---|---|---|
| X1.1 | 0,802 | 0,60 | Reliabel |
| X1.2 | 0,784 | 0,60 | Reliabel |
| X1.3 | 0,810 | 0,60 | Reliabel |
| X1.4 | 0,801 | 0,60 | Reliabel |
| X1.5 | 0,788 | 0,60 | Reliabel |
| X1.6 | 0,818 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Hasil olah SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 4.8 uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel harga (X1), adalah 0,829 dan seluruh item variabel harga seluruhnya lebih besar dari 0,60, maka dapat ditarik kesimpulkan bahwa instrumen variabel harga pada kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel sebagai alat ukur.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

b) Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

**Tabel 4.9**

**Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan**

| Reliability Statistics | |
|---|---|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .776 | 13 |

Sumber: Hasil olah SPSS 25

| Variabel | Cronbach's Alpha | R Standar | Keterangan |
|---|---|---|---|
| X2.1 | 0,782 | 0,60 | Reliabel |
| X2.2 | 0,762 | 0,60 | Reliabel |
| X2.3 | 0,747 | 0,60 | Reliabel |
| X2.4 | 0,759 | 0,60 | Reliabel |
| X2.5 | 0,775 | 0,60 | Reliabel |
| X2.6 | 0,747 | 0,60 | Reliabel |
| X2.7 | 0,776 | 0,60 | Reliabel |
| X2.8 | 0,779 | 0,60 | Reliabel |
| X2.9 | 0,754 | 0,60 | Reliabel |
| X2.10 | 0,751 | 0,60 | Reliabel |
| X2.11 | 0,762 | 0,60 | Reliabel |
| X2.12 | 0,754 | 0,60 | Reliabel |
| X2.13 | 0,758 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Hasil olah SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 4.9 uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel kualitas pelayanan (X2) adalah 0,776 dan seluruh item variabel kualitas pelayanan seluruhnya lebih besar dari 0,60, maka dapat ditarik kesimpulkan bahwa instrumen variabel harga pada kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel sebagai alat ukur.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

c) Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

**Tabel 4.10**

**Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan**

| Reliability Statistics | |
|---|---|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .880 | 6 |

Sumber: Hasil olah SPSS 25

| Variabel | Cronbach's Alpha | R Standar | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Y.1 | 0,877 | 0,60 | Reliabel |
| Y.2 | 0,855 | 0,60 | Reliabel |
| Y.3 | 0,867 | 0,60 | Reliabel |
| Y.4 | 0,852 | 0,60 | Reliabel |
| Y.5 | 0,843 | 0,60 | Reliabel |
| Y.6 | 0,858 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Hasil olah SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 4.10 uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah 0,880 dan seluruh item variabel kepuasan pelanggan seluruhnya lebih besar dari 0,60, maka dapat ditarik kesimpulkan bahwa instrumen variabel harga pada kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel sebagai alat ukur.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

3. Uji Hipotesis

a) Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.11**

**Uji Regresi Linear Berganda**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | T | Sig. |
| 1 | (Constant) | 2.382 | 1.992 | | 1.196 | .235 |
| | HARGA_X1 | .525 | .095 | .500 | 5.553 | .000 |
| | KUALITAS_PE LAYANAN_X2 | .172 | .059 | .262 | 2.912 | .004 |

Sumber: Hasil olah SPSS 25

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

$Y = 2.382 + 0,525\,X_1 + 0,172\,X_2 + e$

Keterangan :

Y = variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

X = variabel bebas ($X_1$ harga, $X_2$ Kualitas Pelayanan)

a = konstanta

b = koefisien regresi

e = Error

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Nilai konstanta sebesar 2.382, dapat diartikan apabila variabel Harga (X1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 2.382.
2) Nilai koefisien $b_1$= 0,525. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% variabel Harga (X1) dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,525. Jadi hal ini menunjukkan bahwa jika persepsi Harga semakin baik maka, Kepuasan Pelanggan semakin meningkat.
3) Nilai koefisien $b_2$= 0,172. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap kenaikan 1% variabel Kualitas Pelayanan (X1), maka Kepuasan Pelanggan akan bertambah 0,172. Jadi hal ini menunjukkan bahwa jika persepsi Kualitas Pelayanan semakin baik maka, Kepuasan Pelanggan semakin meningkat.

b) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel X secara sendiri-sendiri terhadap variabel Y. pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel pada taraf nyata α= 0.05. Uji t dikatakan berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan t hitung lebih besar dari $t_{tabel}$ ($t_{hitung}$>$t_{tabel}$) atau nilai signifikansi lebih kecil dari 5% (sig<0,05). Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel harga (X1) : kualitas pelayanan (X2): secara parsial berpengaruh signifikan

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y). dengan menggunakan program IBM SPSS Statistic versi 25 diperoleh nilai koefisien regresi dan hasil pengujian secara parsial dijelaskan sebagai berikut :

**Tabel 4.12**

**Uji Parsial**

Coefficients[a]

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | T | Sig. |
| 1 | (Constant) | 2.382 | 1.992 | | 1.196 | .235 |
| | HARGA_X1 | .525 | .095 | .500 | 5.553 | .000 |
| | KUALITAS_PE LAYANAN_X2 | .172 | .059 | .262 | 2.912 | .004 |

Sumber: Hasil olah SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.12 hasil pengujian koefisien regresi secara parsial dijelaskan sebagai berikut:

1). Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Diketahui bahwa nilai signifikan untuk variabel harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,000<0,005, dari hasil t hitung sebesar 5.553>t tabel 1,660, sehingga dapat disimpukan bahwa harga (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). dengan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05, maka dapat dilakukan uji hipotesis yaitu sebagai berikut:

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Ha = Terdapat pengaruh secara parsial harga terhadap kepuasan pelanggan.

Ho = Tidak terdapat pengaruh secara parsial harga terhadap kepuasan pelanggan.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Diketahui bahwa nilai signifikan untuk variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,004<0,005, dan hasil t hitung sebesar 2,912>t tabel 1,660, sehingga dapat disimpukan bahwa kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05, maka dapat dilakukan uji hipotesis yaitu sebagai berikut:

Ha = Terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Ho = Tidak terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

c) Koefisien Determinasi ($R^2$)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa besar kemampuan variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

**Tabel 4.13**

**Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .685[a] | .469 | .459 | 1.92483 |

Sumber: Hasil olah SPSS 25

Pada tabel 4.13 hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,469. Hal ini berarti 46,9% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 53,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

# BAB V

# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan, dapat diambil kesimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil dari analisis data mengenai pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan layanan transportasi online Grab. Dapat disimpulan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari hasil perhitungan menggunakan nilai R-Squared sebesar 0,469, nilai koefisien harga sebesar 0,525, nilai t-hitung sebesar 5,553, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000<0,05.

2. Hasil analisis data mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Grab online. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan nilai R-Squared sebesar 0,469, nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,172, t-hitung sebesar 2,912, dan tingkat signifikansi sebesar 0,004,05.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

B. Saran

1. Perusahaan Grab online diharapkan perlu memperhatikan hal penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang baik untuk semua pelanggan agar pelanggan merasa puas dan terus pengguna jasa transportasi Grab online. Mempertahankan kestabilan harga dan terus mengupdate aplikasi agar pelanggan tidak bosan menggunakan Grab online.
2. Penelitian tambahan didorong untuk mempertimbangkan variable yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seperti minat beli ulang untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang loyalitas pelanggan, citra merek dan kepuasan pelanggan. Peneliti juga menyarankan untuk mempertimbangkan layanan yang ada di aplikasi Grab yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

# DAFTAR PUSTAKA


Ade Syarif Maulana. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 7. No. 2.

Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cetakan Kelima. CV. Alfabeta. Bandung.

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Cetakan kesembilan. Alfabeta. Bandung.

Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Augusty Universitas Diponegoro. Semarang.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Yogyakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Indonesia. Jilid 1. PT. Prenhlindo. Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 & 2. PT Indeks. Jakarta.

Laila, Nimas. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel AHAS 0002 Semarang Honda Center. *Jurnal*. Hal 1-8.

Lestari, Indah Ayu. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal*. Vol.2.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*. Salemba Empat. Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke 3. Salemba Empat. Jakarta.


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.

Mar'ati, Nafisa Choirul. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Konsumen Gojek di Surabaya). *Jurnal*.

Nico Pratama Onasie. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi. Vol.2*. No. 1.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Andi. Yogyakarta.

Sintya, Lumintan Intan, S. L. H. V. Joice. Lapian dan Meilyn M. Karuntu. 2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Online pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.6.No. 3. 2018. Hal.1778 – 1787.

Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabet. Bandung.

Sugiono. 2016. *Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabet. Bandung.

Supramono dan Haryanto. 2005. *Desain proposal penelitian studi pemasaran*. Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi II Cetakan Ketiga. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran strategik*. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.

Wahyuno, Cahyo. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel Anugerah Glagah Indah Temon Kulon Progo Yogyakarta. *Jurnal*. FE. UNY.

https://ojekonlinegrab.Blogspot.com./2019/07/struktur-organisasi-grabbike.ttml?=1.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

**LAMPIRAN 1: Kuesioner Penelitian**

## KUESIONER PENELITIAN

**Lembaran kuesioner Penelitian Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Grab Online (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Makassar)**

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Jurusan :

PETUNJUK PENGISIAN

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan mengisi jawaban atau memberikan tanda silang (x) atau tanda (√) pada salah satu jawaban pada kolom yang telah disediakan.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

HARGA ($X_1$)

| No | Daftar Pertanyaan | STS | TS | S | SS |
|---|---|---|---|---|---|
| | **Keterjangkauan Harga** | | | | |
| 1. | Tarif yang ditetapkan Grab sesuai dengan jarak jauh yang ditempuh | | | | |
| 2. | Tarif yang ditetapkan Grab sesuai dengan kemampuan saya | | | | |
| | **Kesesuaian Harga dan Kualitas** | | | | |
| 3. | Pada saat menggunakan jasa Grab tarif yang ditetapkan sesuai dengan layanan yang diberikan | | | | |
| 4. | Tarif Grab yang ditetapkan sesuai fasilitas yang ada | | | | |
| | **Daya Saing Harga** | | | | |
| 5. | Tarif Grab lebih murah dibandingkan ojek online lainnya | | | | |
| 6. | Tarif Grab dibayar melalui ovo lebih murah dibanding tunai | | | | |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

KUALITAS PELAYANAN ($X_2$)

| No | Daftar Pertanyaan | STS | TS | S | SS |
|---|---|---|---|---|---|
| | **Tangible (bukti nyata)** | | | | |
| 1. | Kendaraan yang digunakan Grab layak pakai | | | | |
| 2. | Aplikasi Grab mudah diakses oleh pengguna | | | | |
| 3. | Driver berpenampilan sopan dan rapi | | | | |
| | **Realibility (keandalan)** | | | | |
| 4. | Driver Grab mengemudi dengan baik ketika mengantar pelanggan | | | | |
| 5. | Driver Grab menjemput dan mengantar ke alamat yang tepat | | | | |
| | ***Responsiveness (ketanggapan)*** | | | | |
| 6. | Driver Grab melayani pesanan dengan cepat dan tepat | | | | |
| 7. | Driver Grab bersedia dan cepat melayani keluhan dan kebutuhan pelanggan | | | | |
| 8. | Driver mengonfirmasi order dengan menghubungi pelanggan, untuk memastikan pemesanan dan tempat | | | | |
| | ***Assurance (jaminan)*** | | | | |
| 9. | Driver Grab jujur dan terbuka dalam | | | | |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | memberikan pelayanan kepada pelanggan | | | | |
| 10. | Driver Grab memberika rasa aman selama perjalanan | | | | |
| 11 | Tersedia layanan pengaduan pada aplikasi | | | | |
| | **Emphaty** | | | | |
| 12. | Driver Grab merespon dengan baik apa yang menjadi pemintaan ataupun pelanggan | | | | |
| 13. | Kemampuan driver berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan | | | | |

**KEPUASAN PELANGGAN (Y)**

| No. | Indikator | STS | TS | S | SS |
|---|---|---|---|---|---|
| | **Harapan** | | | | |
| 1. | Pelayanan yang diberikan Grab sesuai denga keinginan pelanggan | | | | |
| 2. | Pelayanan yang diberikan Grab melebihi harapan pelanggan | | | | |
| | **Minat Menggunakan Kembali** | | | | |
| 3. | Pelanggan berminat untuk menggunakan kembali layanan jasa transportasi Grab online karena | | | | |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | pelayanan yang baik | | | | |
| 4. | Pelanggan berminat menggunakan kembali layanan jasa transportasi Grab online karena harga terjangkau | | | | |
| | **Kesediaan Merekomendasikan** | | | | |
| 5. | Pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan keamanan sehingga akan merekomendasikan kepada orang lain | | | | |
| 6. | Pelanggan merasa puas dengan kemudahan dalam memesan Grab sehingga akan merekomendasikan kepada orang lain | | | | |

**LAMPIRAN 2: Tabel Distribusi Data Variabel Harga (X1)**

| | X1 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Responden | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Total X1 |
| 1 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 18 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 5 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 17 |
| 6 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 7 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| 8 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 9 |
| 9 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 10 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 16 |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 11 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 19 |
| 12 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 19 |
| 13 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 16 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 18 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 19 |
| 19 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 20 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 21 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 22 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 24 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 25 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 26 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 14 |
| 27 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 28 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 19 |
| 29 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 31 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 15 |
| 32 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| 33 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 15 |
| 34 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 35 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 38 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 43 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 17 |
| 44 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 15 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 46 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 47 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 50 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 51 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 52 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 15 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 56 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 59 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 60 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 15 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 63 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 65 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 16 |
| 66 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 69 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 70 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 15 |
| 71 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 19 |
| 72 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 73 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 74 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 14 |
| 75 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 76 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 15 |
| 77 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 15 |
| 78 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 79 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 80 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 81 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 83 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 84 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 85 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 18 |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 87 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 88 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 89 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 90 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 91 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 92 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 93 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 94 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 95 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 96 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 15 |
| 97 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 98 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 99 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 100 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |

LAMPIRAN 3: Tabel Distribusi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

| | X2 | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Responden | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | Total X2 |
| 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 46 |
| 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 43 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 44 |
| 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 41 |
| 6 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 43 |
| 7 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 38 |
| 8 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 31 |
| 9 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 10 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 38 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| 12 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 13 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 47 |
| 14 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 37 |
| 15 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 43 |
| 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 38 |
| 17 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 18 | 1 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 19 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 42 |
| 20 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 45 |
| 21 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 41 |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 22 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 42 |
| 23 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 41 |
| 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 37 |
| 25 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 41 |
| 26 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 37 |
| 27 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 42 |
| 28 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 47 |
| 29 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 42 |
| 30 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 31 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 43 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| 33 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 45 |
| 34 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 44 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 43 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 37 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 38 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 42 |
| 39 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 40 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 41 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 40 |
| 42 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 39 |
| 43 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 42 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 38 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 39 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 39 |
| 47 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 41 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 49 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 51 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 42 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 39 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 48 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 55 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 45 |
| 56 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 39 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 39 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 59 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 37 |
| 60 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 63 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 45 |
| 64 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 65 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 66 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 40 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 40 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 42 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 |
| 71 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 44 |
| 72 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 41 |
| 73 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 39 |
| 74 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 75 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 35 |
| 76 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 37 |
| 77 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 30 |
| 78 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 38 |
| 79 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 80 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 43 |
| 81 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 43 |
| 82 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 45 |
| 83 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 84 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 40 |
| 85 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 37 |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 87 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 88 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 89 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 90 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 39 |
| 91 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 37 |
| 92 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 93 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 94 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 41 |
| 95 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 38 |
| 96 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 97 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 46 |
| 98 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 99 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 100 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 37 |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

**LAMPIRAN 4: Tabel Distribusi Data Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

| Responden | Y | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Total Y |
| 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 6 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 7 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| 8 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 10 |
| 9 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 10 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 14 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 12 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 13 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 16 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| 17 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 18 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 20 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 21 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 22 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 25 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 10 |
| 26 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 28 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 29 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 31 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 33 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 34 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 35 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 38 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 40 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 41 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 42 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| 43 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 47 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 48 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 20 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 51 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 56 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 59 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 16 |
| 60 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 63 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 65 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 14 |
| 66 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 67 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 68 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 71 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 72 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 73 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 74 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 75 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 76 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| 77 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 16 |
| 78 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 79 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 81 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 83 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 84 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 85 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 87 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 88 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 89 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 90 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 91 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 92 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 93 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 94 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 95 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 21 |
| 96 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 18 |
| 97 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 18 |
| 98 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 18 |
| 99 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 100 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 18 |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

**LAMPIRAN 5: Uji Validasi**

**Correlations**

| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | HARGA_X1 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | .361** | .596** | .422** | .355** | .563** | .728** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.2 | Pearson Correlation | .361** | 1 | .241* | .603** | .954** | .202* | .812** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .016 | .000 | .000 | .044 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.3 | Pearson Correlation | .596** | .241* | 1 | .310** | .245* | .818** | .703** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .016 | | .002 | .014 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.4 | Pearson Correlation | .422** | .603** | .310** | 1 | .580** | .282** | .729** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .002 | | .000 | .004 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.5 | Pearson Correlation | .355** | .954** | .245* | .580** | 1 | .205* | .783** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .014 | .000 | | .041 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.6 | Pearson Correlation | .563** | .202* | .818** | .282** | .205* | 1 | .600** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .044 | .000 | .004 | .041 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| HARGA_X1 | Pearson Correlation | .728** | .812** | .703** | .729** | .783** | .600** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Correlations

| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | X2.8 | X2.9 | X2.10 | X2.11 | X2.12 | X2.13 | KUALITAS_PELAYANAN_X2 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .417** | .121 | .029 | .068 | .186 | .305* | .219* | .282* | .049 | -.029 | -.017 | .012 | .351* |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .230 | .771 | .505 | .064 | .002 | .028 | .008 | .631 | .774 | .868 | .908 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .417** | 1 | .278** | .085 | .092 | .372** | .303** | .131 | .272** | .256* | .184 | .202* | .224* | .509** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .005 | .398 | .365 | .000 | .002 | .193 | .006 | .010 | .066 | .044 | .025 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .121 | .278** | 1 | .355** | .397** | .487** | .068 | .054 | .276** | .461** | .317** | .459** | .371** | .659** |
| | Sig. (2-tailed) | .230 | .005 | | .000 | .000 | .000 | .498 | .591 | .005 | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.4 | Pearson Correlation | .029 | .085 | .355** | 1 | .489** | .365** | .005 | .021 | .272** | .343** | .240* | .249* | .282** | .584** |
| | Sig. (2-tailed) | .771 | .398 | .000 | | .000 | .000 | .957 | .833 | .006 | .000 | .016 | .013 | .005 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.5 | Pearson Correlation | .068 | .092 | .397** | .489** | 1 | .395** | -.034 | -.050 | .228* | .255* | .144 | .253* | .114 | .521** |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Sig. (2-tailed) | .505 | .365 | .000 | .000 | .000 | .740 | .621 | .023 | .010 | .152 | .011 | .259 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.6 | Pearson Correlation | .186 | .372** | .487** | .368** | .395** | 1 | .251* | .102 | .243* | .335** | .280** | .303** | .349** | .665** |
| | Sig. (2-tailed) | .064 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .012 | .314 | .015 | .001 | .005 | .002 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.7 | Pearson Correlation | .305** | .303** | .068 | .005 | -.034 | .251* | 1 | .404** | .164 | .052 | .135 | .112 | .079 | .400** |
| | Sig. (2-tailed) | .002 | .002 | .498 | .957 | .740 | .012 | | .000 | .103 | .606 | .180 | .267 | .434 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.8 | Pearson Correlation | .219* | .131 | .054 | .021 | .050 | .102 | .404** | 1 | .308** | .136 | .078 | .071 | .056 | .360** |
| | Sig. (2-tailed) | .028 | .193 | .591 | .833 | .621 | .314 | .000 | | .002 | .177 | .439 | .481 | .579 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.9 | Pearson Correlation | .262** | .272** | .276** | .272** | .228* | .243* | .164 | .308** | 1 | .396** | .193 | .282** | .227* | .595** |
| | Sig. (2-tailed) | .008 | .006 | .005 | .006 | .023 | .015 | .103 | .002 | | .000 | .055 | .005 | .023 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.10 | Pearson Correlation | .049 | .256* | .461** | .343** | .255* | .335** | .052 | .136 | .396** | 1 | .415** | .497** | .410** | .635** |
| | Sig. (2-tailed) | .631 | .010 | .000 | .000 | .010 | .001 | .606 | .177 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.11 | Pearson Correlation | -.029 | .184 | .317** | .240* | .144 | .280** | .135 | .078 | .193 | .415** | 1 | .385** | .396** | .522** |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Sig. (2-tailed) | .774 | .066 | .001 | .016 | .152 | .006 | .180 | .439 | .055 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.12 | Pearson Correlation | .017 | .202* | .459** | .249* | .253* | .303** | .112 | .071 | .282** | .497** | .385** | 1 | .524** | .596** |
| | Sig. (2-tailed) | .868 | .044 | .000 | .013 | .011 | .002 | .267 | .481 | .005 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.13 | Pearson Correlation | .012 | .224* | .371** | .282** | .114 | .349** | .079 | .056 | .227* | .410** | .396** | .524** | 1 | .557** |
| | Sig. (2-tailed) | .908 | .025 | .000 | .005 | .259 | .000 | .434 | .579 | .023 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KUALITAS_PELAYANAN_X2 | Pearson Correlation | .351** | .509** | .659** | .584** | .521** | .665** | .400** | .360** | .595** | .635** | .522** | .596** | .557** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

**Correlations**

| | | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | KEPUASAN_PELANGGAN_Y |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Y.1 | Pearson Correlation | 1 | .388** | .454** | .449** | .547** | .511** | .656** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.2 | Pearson Correlation | .388** | 1 | .401** | .898** | .837** | .373** | .838** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.3 | Pearson Correlation | .454** | .401** | 1 | .339** | .426** | .934** | .775** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .001 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.4 | Pearson Correlation | .449** | .898** | .339** | 1 | .843** | .430** | .817** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .001 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.5 | Pearson Correlation | .547** | .837** | .426** | .843** | 1 | .487** | .820** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.6 | Pearson Correlation | .511** | .373** | .934** | .430** | .487** | 1 | .789** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KEPUASAN_PELANGGAN_Y | Pearson Correlation | .656** | .838** | .775** | .817** | .820** | .789** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

**LAMPIRAN 6: Uji realibility**

a. Harga (X1)

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 100 | 100.0 |
| | Excluded[a] | 0 | .0 |
| | Total | 100 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .829 | 6 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| X1.1 | 14.9100 | 4.467 | .593 | .802 |
| X1.2 | 15.2700 | 4.078 | .677 | .784 |
| X1.3 | 14.8600 | 4.849 | .562 | .810 |
| X1.4 | 15.0800 | 4.640 | .606 | .801 |
| X1.5 | 15.2900 | 4.026 | .664 | .788 |
| X1.6 | 14.8900 | 4.826 | .509 | .818 |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

b. Kualitas Pelayanan (X2)

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 100 | 100.0 |
| | Excluded[a] | 0 | .0 |
| | Total | 100 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .776 | 13 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| X2.1 | 37.5100 | 14.596 | .293 | .782 |
| X2.2 | 37.1500 | 14.412 | .422 | .762 |
| X2.3 | 36.8800 | 13.440 | .573 | .747 |
| X2.4 | 37.4100 | 13.052 | .440 | .759 |
| X2.5 | 37.4500 | 13.179 | .343 | .775 |
| X2.6 | 37.0700 | 13.541 | .585 | .747 |
| X2.7 | 37.2700 | 14.401 | .263 | .776 |
| X2.8 | 37.3800 | 14.622 | .222 | .779 |
| X2.9 | 37.2100 | 13.481 | .485 | .754 |
| X2.10 | 37.0000 | 13.859 | .559 | .751 |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| X2.11 | 37.1100 | 13.897 | .405 | .762 |
| X2.12 | 36.9500 | 13.846 | .506 | .754 |
| X2.13 | 37.0900 | 13.820 | .450 | .758 |

c. Kepuasan Pelanggan (Y)

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 100 | 100.0 |
| | Excluded[a] | 0 | .0 |
| | Total | 100 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

| Reliability Statistics | |
|---|---|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .880 | 6 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| Y.1 | 15.6700 | 5.334 | .573 | .877 |
| Y.2 | 15.6100 | 5.089 | .714 | .855 |
| Y.3 | 15.5900 | 4.931 | .647 | .867 |
| Y.4 | 15.6500 | 4.957 | .727 | .852 |
| Y.5 | 15.6600 | 4.934 | .787 | .843 |
| Y.6 | 15.6200 | 4.763 | .697 | .858 |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

**LAMPIRAN 7: Uji Regresi Linear Berganda**

**Variables Entered/Removed[a]**

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|---|---|---|---|
| 1 | KUALITAS_PELAYANAN_X2, HARGA_X1[b] | . | Enter |

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN_Y

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .685[a] | .469 | .459 | 1.92483 |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN_X2, HARGA_X1

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 318.007 | 2 | 159.003 | 42.916 | .000[b] |
| | Residual | 359.383 | 97 | 3.705 | | |
| | Total | 677.390 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN_Y

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN_X2, HARGA_X1

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | T | Sig. |
| 1 | (Constant) | 2.382 | 1.992 | | 1.196 | .235 |
| | HARGA_X1 | .525 | .095 | .500 | 5.553 | .000 |
| | KUALITAS_PELAYANAN_X2 | .172 | .059 | .262 | 2.912 | .004 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN_Y

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

## RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama lengkap penulis **RISDAYANTI**, lahir di Bone pada tanggal 11 Juli 1997. Anak pertama dari Tiga bersaudara dari pasangan bapak Rahman dan ibu Kasmiati. Penulis mulai memasuki jenjang pendidikan Sekolah Dasar (SD) pada tahun 2003 di sekolah SD Inpres 5/81 Bulu Allapporengnge dan tamat pada tahun 2009, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang sekolah menengah pertama (SMP) Negeri 2 Lappariaja Kabupaten Bone dan tamat pada tahun 2012, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan kejenjang sekolah menengah atas (SMA) Negeri 1 Lappariaja Kabupaten Bone dan tamat pada tahun 2015. Tahun 2015 penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan menyelesaikan Judul Skripsi pada tahun 2021 "Penganuh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Grab Online (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Makassar)".

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN
Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بسم الله الرحمن الرحيم

# SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Risdayanti
NIM : 105720524215
Program Studi : Manajemen

Dengan nilai:

| No | Bab | Nilai | Ambang Batas |
|---|---|---|---|
| 1 | Bab 1 | 7% | 30 % |
| 2 | Bab 2 | 24% | 25 % |
| 3 | Bab 3 | 6% | 10 % |
| 4 | Bab 4 | 8% | 10 % |
| 5 | Bab 5 | 3% | 5% |

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 14 Januari 2022
Mengetahui
Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,

Nursinah, S.Hum.,M.I.P
NBM. 964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id