



PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA OJEK *ONLINE* “OM -JEK” JEMBER

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

**Rina Anggriana
NIM. 13.10.411.128**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
JULI, 2017**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rina Anggriana
NIM : 1310411012
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh harga, promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek *online* “Om-Jek” Jember adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 06 Juli 2017

Yang menyatakan,

Rina Anggriana
NIM. 13.10.411.128

PERSETUJUAN SKRIPSI



PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA OJEK *ONLINE* “OM-JEK” JEMBER

Oleh:

Rina Anggriana

NIM. 13.10.411.128

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Dra. Nurul Qomariah, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Budi Santoso, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh harga, promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek *online* “Om-Jek” Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 06 Juli 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs. Anwar, M, Sc
NPK 85 03 125

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Nurul Qomariah, MM
NPK 06 03 426

Budi Santoso, SE, MM
NPK 10 03 711

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si
NPK 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc
NPK 85 03 125

MOTTO

لَنَبِيِّنَ ا مَعَ جُرَدًا وَيُعْطَى مَ سُلْنَ لَا أَنْرُ : لَمِلْمَ أَلِبُ طَا ، حَمَةِ الْبَ طَالِبُ : لَعِلْمَ الْبَ طَا

“Orang yang menuntut ilmu berarti menuntut rahmat ; orang yang menuntut ilmu berarti menjalankan rukun Islam dan Pahala yang diberikan kepada sama dengan para Nabi”.

(HR. Dailani dari Anas r.a)

مسلم ه ا رو ب حنت الى يف طر به الله سهل علم فيه يلتمس يف طر من سلك

Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu,
maka Allah memudahkannya mendapat jalan ke syurga
(H.R Muslim)

زيت الله حكمة و سراج و العقل الزجاجة كا النفس انما

سين ابن. ميت فانك اظلمت ان و حى فانك قت اشر فاذ

Sesungguhnya jiwa itu bagaikan kaca, dan akal pikiran, bagaikan lampunya dan hikmah (kebijakan) Allah bagaikan minyaknya, dan jika ia padam kamu menjadi mati
(Ibnu Sina)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur aku panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman dan kasih-Nya kepadaku dalam mengerjakan skripsi ini, tidak lupa aku ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu aku di dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

- 1. Orang tuaku tercinta Darsono Pujiwidodo dan Wening Surati yang selama ini mendidik, membimbingku dan tiada henti-hentinya menyayangiku. Dan selalu menuntun ke jalan dunia dan akhirat. Mereka merupakan inspirasiku untuk melangkah dalam hidup ini.**
- 2. Untuk kakak saya Hesty Anggraeni, saya ucapkan terima kasih sudah memberikan motivasi dan selalu memberikan semangat tiada henti untuk saya, dan bantuan yang lainnya yang telah diberikan kepada saya.**
- 3. Untuk almamater saya Universitas Muhammadiyah Jember.**
- 4. Buat “Om-Jek” Jember, khususnya buat Mas Edo Pahlevi sebagai owner “Om-Jek” terimakasih saya ucapkan yang sebesar-besarnya karena telah menerima saya untuk melakukan penelitian disana.**

ABSTRAK

Bisnis jasa saat ini semakin beragam dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Bisnis jasa merupakan salah satu bisnis yang berusaha untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Salah satu bisnis jasa yang sedang berkembang saat ini yaitu bisnis jasa transpotasi roda dua atau sering disebut dengan nama ojek. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan “Om-Jek” Jember. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan metode survei. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kwiksurvei dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan jumlah sampel 95 orang responden. Penelitian ini menggunakan alat Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil uji yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, kualitas layanan mampu menjelaskan variasi yang terjadi terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek *online* “Om-Jek” Jember. Masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek *online* “Om-Jek” Jember.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Nowadays, service business comes up with a lot of variety in fulfilling people's needs in their lives. Service business is one kind of business that attempts to gain the customer's satisfaction. One of the currently developing service business is transportation service that uses motorcycle as the vehicle it is also known as ojek. The purpose of this study is to determine and analyze the influence of price, promotion, quality of service satisfaction partially. Population in this research is customer "Om-Jek" Jember. This research includes quantitative research with survey method. The type of data used is primary data collected through quarture distribution by using purposive sampling method with a sample of 95 respondents. This study uses multiple linier regressions analysis. Compatibility test results obtained indicate that the variable price, promotion, service quality can explain the variations that occur to the satisfaction of customer service online motorcycle taxi service "Om-Jek" Jember. Each variable has positive and significant effect on customer satisfaction of online motorcycle taxi service "Om-Jek" Jember.

Keywords: Price, Promotion, Service Quality Of Service And Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek *Online* “Om-Jek” Jember”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Dr. Nurul Qomariah, MM, selaku dosen pembimbing I dan Budi Santoso, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Drs. Anwar, M.Sc, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.

6. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiaannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
7. Untuk semua sahabat saya: Wildani Amalia, Intan Rizky, Endah Putri, Mariya Ulfa, Rizky Dwi, Rizky Nurdiana, Faiqotul Himmah, Yuni Fridawati, Maulina US, Fiqi Rizal kalian luar biasa.
8. Sahabat-sahabat saya dan teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2013 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 06 Jui 2017

Penyusun

Rina Anggriana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	i x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Konsep pemasaran	11
2.1.3 Harga (<i>Price</i>)	12
2.1.3.1 Pengertian Harga	12
2.1.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	14
2.1.4.1 Bauran Promosi	16
2.1.4.2 Tahap-Tahap Pelaksanaan Promosi	17
2.1.5 Kualitas Layanan	18
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	21

2.1.6.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	21
2.1.6.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan	22
2.1.6.3 Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan	23
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual	27
2.4 Hipotesis Penelitian	28
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Identifikasi Variabel	31
3.2 Definisi Operasional Variabel	31
3.2.1 Harga (X_1)	31
3.2.2 Promosi (X_2)	32
3.2.3 Kualitas Layanan (X_3)	32
3.2.5 Kepuasan Pelanggan (Y)	32
3.3 Desain Penelitian	33
3.4 Jenis Dan Sumber Data	33
3.5 Populasi Dan Sampel	34
3.5.1 Populasi	34
3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.6 Metode Pengumpulan Data	35
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.7.1 Uji Instrumen Data	36
3.7.1.1 Uji Validitas	36
3.7.2.2 Uji Reliabilitas	36
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.9 Uji Asumsi Klasik	38
3.9.1 Uji Normalitas (<i>Normality</i>)	38
3.9.2 Uji Multikolinearitas	38
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	39
3.10 Uji Hipotesis	39
3.10.1 Uji t	39
3.10..2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	40

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	41
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan dan Tugasnya	41
4.1.3 Tenaga Kerja	42
4.1.4 Jam Kerja Karyawan	43
4.1.5 Sistem Upah	43
4.1.6 Aspek Fasilitas	43
4.1.7 Aspek Pemasaran	43
4.1.7.1 Daerah Pemasaran	43
4.1.7.2 Tarif Pemasaran	44
4.1.7.3 Saluran Distribusi	44
4.2 Data Kriteria Responden	45
4.3 Pengujian Instrumen Data	46
4.3.1 Pengujian Validitas Data	46
4.3.2 Pengujian Realibilitas Data.....	47
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	47
4.5 Pengujian Asumsi Klasik	49
4.5.1 Pengujian Normalitas	49
4.5.2 Pengujian Multikolinearitas	50
4.5.3 Pengujian Heterokedastisitas	50
4.6 Pengujian Hipotesis	51
4.6.1 Uji t	51
4.6.2 Koefisien Determinasi	53
4.7 Pembahasan	54
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Transportasi E-Commerce Ojek Online.....	2
Tabel 1.3: Pendapatan “Om-Jek”	7
Tabel 2.2: Ringkasan Penelitian Terdahulu	26
Tabel 4.1: Jumlah Tenaga Kerja “Om-Jek” Jember.....	43
Tabel 4.2: Responden Menurut Usia.....	45
Tabel 4.3: Responden Menurut Jenis Kelamin	45
Tabel 4.4: Responden Menurut Pekerjaan	45
Tabel 4.5: Hasil Pengujian Validitas.....	46
Tabel 4.6: Hasil Uji Realibilitas.....	47
Tabel 4.7: Hasil Analisis Regresi	48
Tabel 4.8: Hasil Uji Multikolnearitas.....	50
Tabel 4.9: Hasil Uji t	52
Tabel 4.10 : Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2: Transportasi E-Commerce Ojek Online di Jember	6
Gambar 2.1: Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1: Struktur Organisasi “Om-Jek”	42
Gambar 4.2: Hasil Uji Normalitas	49
Gambar 4.3: Hasil Uji Heteroskedastisitas	51

DAFTAR LAMPIRAN

- | | |
|---------------|---|
| LAMPIRAN I | : Pengantar Kuesioner |
| LAMPIRAN II | : Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian |
| LAMPIRAN III | : Kuesioner Penelitian |
| LAMPIRAN IV | : Rekapitulasi Karateristik Responden |
| LAMPIRAN V | : Rekapitulasi Hasil Responden |
| LAMPIRAN VI | : Uji Validitas |
| LAMPIRAN VII | : Uji Reliabilitas |
| LAMPIRAN VIII | : Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis |
| LAMPIRAN IX | : Tabel r Product Moment dan Tabel Distribusi t |
| LAMPIRAN X | :Jurnal Penelitian Terdahulu |