

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik sejauh mana kualitas layanan pada jasa transportasi GrabCar di Kota Bandung dan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas Kualitas layanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada jasa transportasi GrabCar di Kota Bandung. Penelitian ini merupakan jenis penelitian eksplanasi, yaitu penelitian mengkaji keterkaitan sebab akibat antara dua fenomena atau lebih. Penelitian eksplanasi ini digunakan untuk menentukan apakah suatu hubungan sebab akibat benar atau tidak. Kuesioner disebarakan terhadap 252 responden, dengan tingkat pengembalian 100%. Sampel yang diambil adalah masyarakat kota Bandung yang dilakukan berdasarkan purposive sampling. Berdasarkan analisis yang telah digunakan, dapat ditarik beberapa kesimpulan pada saat dilakukan pengolahan regresi sederhana. Penelitian ini memenuhi syarat validitas, reliabilitas. Dari pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variable kualitas layanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan koefisien determinasi diperoleh dengan nilai Adjusted  $R^2$  39,3%. Artinya, variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan secara langsung oleh adanya variabel kualitas layanan sedangkan sisanya 60,7% dapat dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata kunci :** kualitas layanan, kepuasan pelanggan, GrabCar

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to get the better understanding how the quality of service on grabcar transportation service in bandung, also to find out the influence of independent variable of service quality (x) and indepent variable customer satisfication (y) on grabcar transportation service in bandung. Type of this research is explanatory research, which is a research to review the causation connection of two phenomenon or more. This explanation research is to determine if the causation connection is true or false. The questioner is spreaded to 252 respondent, with mark return 100%. Taken sample is citizen of bandung city based on purposive sampling. Based on the analysis, so the conclusions can be drawn while simple regression processing. This research meet validation rules and reability. Based on hypothesis testing that used t to indicate service quality can be effective for customer satisfication, however determination coefficient can be obtained with adjusted value  $r^2$  39,3 %, the meaning is customer satisfication variable can be conducted by the existence service quality variable. However the rest (60.7%) can be affected by oyher variable.*

**Keywords:** *service quality, customer satisfaction, GrabCar*



## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Akademisi .....	8
1.4.2 Manfaat Praktisi .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.2 Pemasaran .....	10
2.1.2.1 Konsep Inti dalam Pemasaran .....	11
2.1.2.1.1 Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan ....	11
2.1.2.1.2 Pasar Sasaran, Positioning, dan Segmentasi.	12
2.1.2.1.3 Penawaran dan Merek .....	12
2.1.2.1.4 Nilai dan Kepuasan .....	12
2.1.2.1.5 Saluran Pemasaran .....	13
2.1.2.1.6 Rantai Pasokan .....	13
2.1.2.1.7 Persaingan .....	14
2.1.2.1.8 Lingkungan Pemasaran .....	14
2.1.3 Manajemen Bauran Pemasaran .....	14
2.1.3.1 Produk ( <i>Product</i> ) .....	15
2.1.3.2 Harga ( <i>Price</i> ) .....	16
2.1.3.3 Saluran Distribusi ( <i>Place</i> ) .....	17
2.1.3.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	18
2.1.3.5 Orang ( <i>People</i> ) .....	18
2.1.3.6 Bukti Fisik ( <i>Physycal evidence</i> ) .....	19
2.1.3.7 Proses ( <i>Process</i> ) .....	19
2.1.4 Jasa .....	19
2.1.5 Kualitas Jasa .....	20
2.1.5.1 Pengaruh Kualitas .....	21
2.1.6 Service Quality ( <i>SERVQUAL</i> ) .....	21

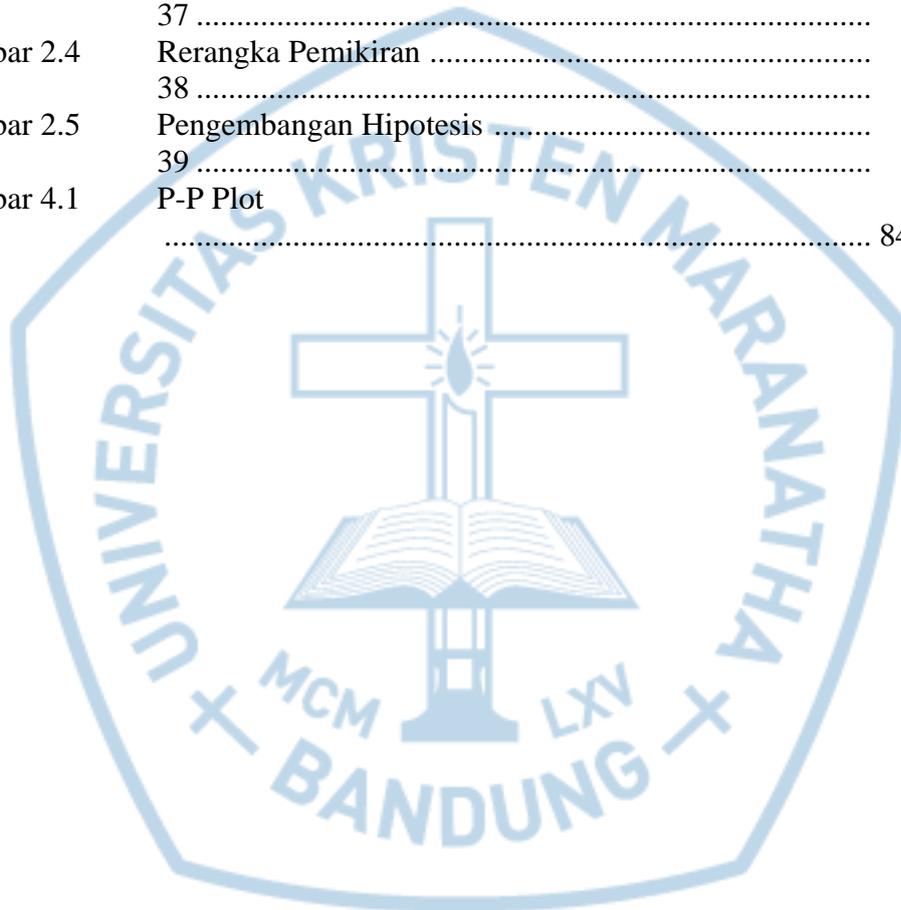
2.1.6.1 Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ) .....	23
2.1.6.2 Keandalan ( <i>Reliability</i> ).....	23
2.1.6.3 Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) .....	24
2.1.6.4 Jaminan ( <i>Assurance</i> ) .....	24
2.1.6.5 Empati ( <i>Emphaty</i> ) .....	24
2.1.7 Perilaku Konsumen .....	25
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	26
2.1.8.1 Tahap Dalam Keputusan Pembelian .....	24
2.1.9 Kepuasan Pelanggan .....	27
2.1.9.1 Pengaruh Kepuasan Pelanggan .....	29
2.1.9.2 Keluhan Pelanggan .....	29
2.2 Riset Empiris .....	30
2.3 Rerangka Teoritis .....	37
2.4 Rerangka Pemikiran .....	38
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	40
3.2 Populasi dan Sampel .....	40
3.2.1 Populasi .....	40
3.2.2 Sampel .....	40
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.6 Uji Instrumen.....	49
3.6.1 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	49
3.6.2 Uji Validitas .....	49
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	50
3.6.4 Uji Normalitas .....	51
3.6.4.1 Analisis Grafik .....	52
3.6.5 Uji Heterokedastisitas .....	52
3.7 Teknik Analisis Data .....	52
3.7.1 Analisis Regresi Sederhana .....	52
3.7.2 Pengujian Hipotesis .....	53
3.7.2.1 Uji Serempak (Uji F) .....	53
3.7.2.2 Uji Persial ( Uji t) .....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	55
4.2 Identitas Responden .....	55
4.3 Tanggapan Responden terhadap setiap pernyataan kuesioner .	59
4.4 Uji Instrumen .....	75
4.4.1 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	75
4.4.2 Uji Validitas Instrumen .....	79
4.4.3 Uji Reliabilitas .....	82
4.4.4 Uji Asumsi Klasik.....	83
4.4.4.1 Uji Normalitas .....	83
4.4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	84

4.4.5 Pengujian Hipotesis.....	85
4.4.5.1 Pengujian Hipotesis (Uji F/t) .....	85
4.4.5.2 Pengujian Koefisien Determinasi.....	87
4.5 Pembahasan .....	87
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Implikasi Manajerial .....	92
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran .....	93
DAFTAR PUSTAKA .....	94
LEMBAR KUESIONER .....	97
LAMPIRAN .....	103



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Konsep Inti Pemasaran
.....	11
Gambar 2.2	Model Lima Tahap Proses Pembelian Keputusan .....
27 .....	
Gambar 2.3	Rerangka Teoritis .....
37 .....	
Gambar 2.4	Rerangka Pemikiran .....
38 .....	
Gambar 2.5	Pengembangan Hipotesis .....
39 .....	
Gambar 4.1	P-P Plot
.....	84



## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Pendekatan terhadap Studi Perilaku Konsumen .....	26
Tabel 2.2	Riset Empiris .....	30
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel (DOV) .....	42
Tabel 3.2	Skala Likert .....	49
Tabel 4.1	Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2	Usia .....	56
Tabel 4.3	Profesi .....	56
Tabel 4.4	Pendapatan .....	57
Tabel 4.5	Tingkat Keseringan.....	58
Tabel 4.6	Rekomendasi.....	58
Tabel 4.7	Servqual_1 .....	60
Tabel 4.8	Servqual_2 .....	60
Tabel 4.9	Servqual_3 .....	61
Tabel 4.10	Servqual_4 .....	62
Tabel 4.11	Servqual_5 .....	62
Tabel 4.12	Servqual_6 .....	63
Tabel 4.13	Servqual_7 .....	64
Tabel 4.14	Servqual_8 .....	64
Tabel 4.15	Servqual_9 .....	65
Tabel 4.16	Servqual_10 .....	66
Tabel 4.17	Servqual_11 .....	66
Tabel 4.18	Servqual_12 .....	67
Tabel 4.19	Servqual_13 .....	68
Tabel 4.20	Servqual_14 .....	68
Tabel 4.21	Servqual_15 .....	69
Tabel 4.22	Servqual_16 .....	70
Tabel 4.23	Servqual_17 .....	70
Tabel 4.24	Servqual_18 .....	71
Tabel 4.25	Servqual_19 .....	72
Tabel 4.26	Servqual_20 .....	72
Tabel 4.27	Kepuasan_Pelanggan_1 .....	73
Tabel 4.28	Kepuasan_Pelanggan_2 .....	74
Tabel 4.29	Kepuasan_Pelanggan_3 .....	74
Tabel 4.30	KMO and Bartlett's Test tahap awal .....	76
Tabel 4.31	Rotated Component Matrix <sup>a</sup> tahap awal .....	77
Tabel 4.32	KMO and Bartlett's Test tahap akhir.....	78
Tabel 4.33	Rotated Component Matrix <sup>a</sup> tahap akhir.....	79
Tabel 4.34	Item-Total Statistics .....	81
Tabel 4.35	Uji Reliabilitas Kualitas Layanan.....	82
Tabel 4.36	Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	83
Tabel 4.37	Uji Heteroskedastisitas .....	85
Tabel 4.38	Uji T .....	86
Tabel 4.39	Pengujian Koefisien Determinasi .....	87

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A	Kuisisioner..... 97
Lampiran B	Hasil Confirmatory Factor Analysis ..... 103
Lampiran C	Hasil Uji Validitas..... 105
Lampiran D	Hasil Uji Reliabilitas ..... 106
Lampiran E	Hasil Normalitas..... 107
Lampiran F	Hasil Heterokedastisitas ..... 109
Lampiran G	Hasil Uji T ..... 109
Lampiran H	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi..... 109

