

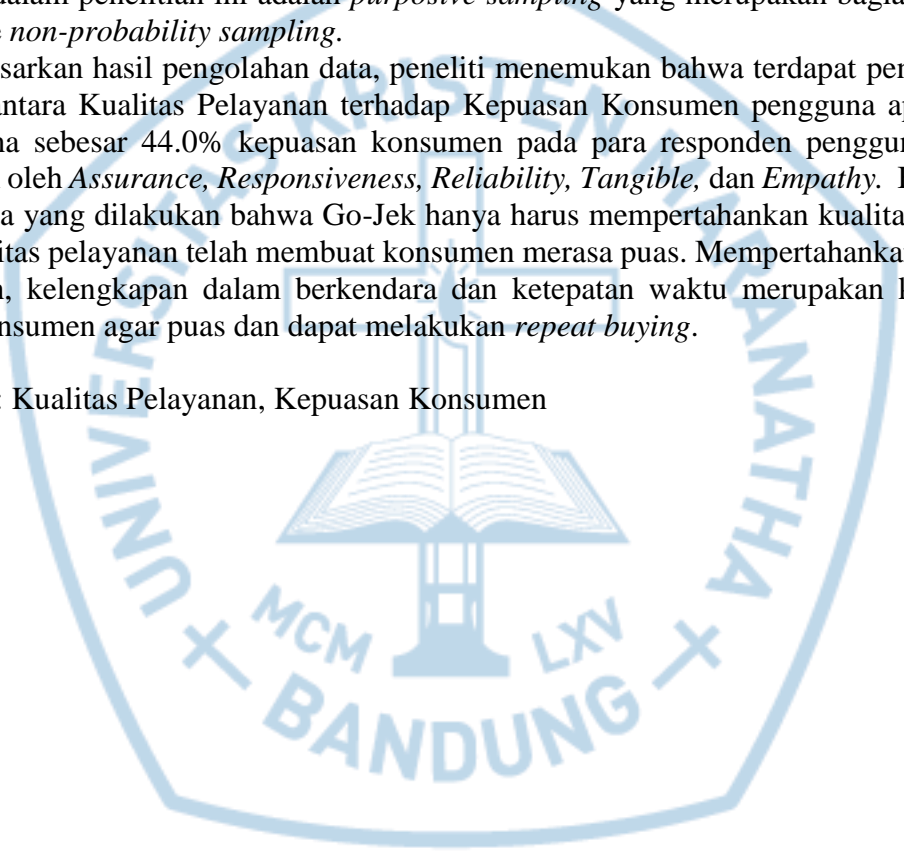
## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen transportasi Go-Jek dan menguji seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu, peneliti melakukan penelitian terhadap pengguna aplikasi transportasi Go-Jek di Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Objek penelitian dalam skripsi ini adalah sebuah transportasi umum *online* yang sudah biasa digunakan oleh masyarakat saat ini yaitu Go-Jek. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Jenis penelitian yang peneliti lakukan penelitian *causal-explanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Kristen Maranatha. Sampel yang akan saya ambil adalah 190 yang ditambahkan menjadi 230 responden mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang pernah menggunakan aplikasi dan jasa Go-Jek. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang merupakan bagian dari salah satu metode *non-probability sampling*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, peneliti menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna aplikasi GO-JEK, dimana sebesar 44.0% kepuasan konsumen pada para responden pengguna GO-JEK dipengaruhi oleh *Assurance, Responsiveness, Reliability, Tangible, dan Empathy*. Berdasarkan hasil uji data yang dilakukan bahwa Go-Jek hanya harus mempertahankan kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan telah membuat konsumen merasa puas. Mempertahankan pelayanan yang ramah, kelengkapan dalam berkendara dan ketepatan waktu merupakan kunci untuk menjaga konsumen agar puas dan dapat melakukan *repeat buying*.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen



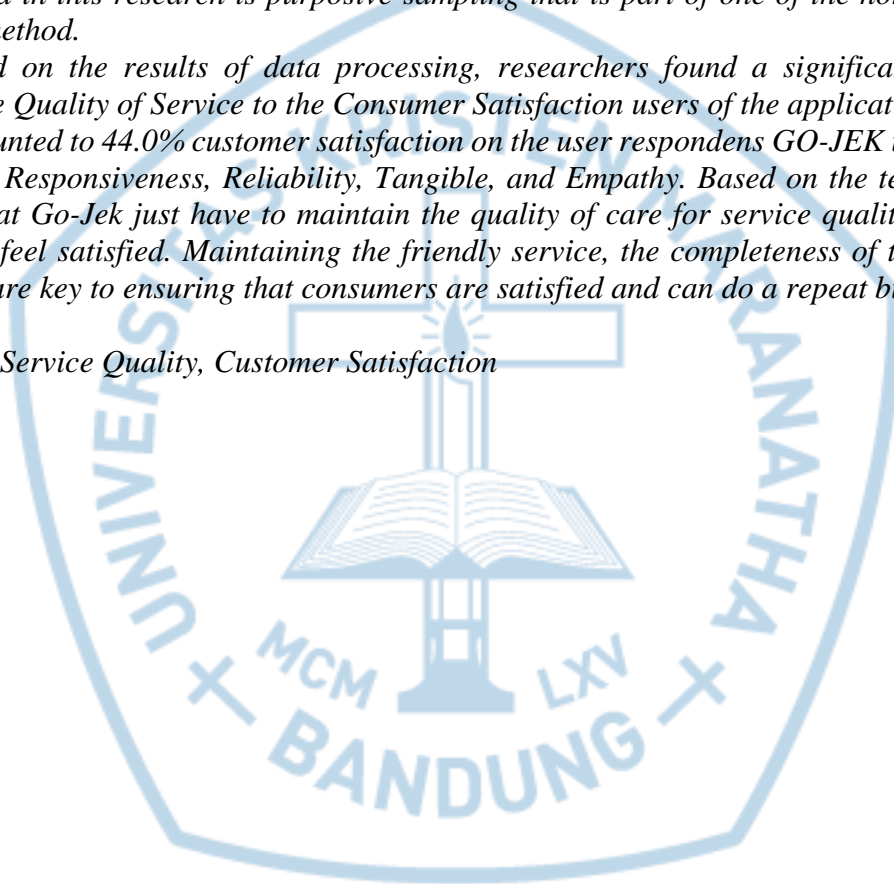
## **ABSTRACT**

*This study has the objective to To test the effect of service quality on customer satisfaction transport Go-Jek and test how much influence the quality of service to customer satisfaction. To that end, researchers conducted a study on the transport applications Go-Jek at Maranatha Christian University Bandung.*

*The object of research in this thesis is a public transportation line which is already commonly used by the public today that Go-Jek. The method used is quantitative. The type of research that researchers do research causal-explanatory. The population in this study were students Maranatha Christian University. Samples will I take is written 190 to 230 respondents Maranatha Christian University student who had used applications and services Go-Jek. The sample used in this research is purposive sampling that is part of one of the non-probability sampling method.*

*Based on the results of data processing, researchers found a significant difference between the Quality of Service to the Consumer Satisfaction users of the application GO-JEK, which amounted to 44.0% customer satisfaction on the user respondents GO-JEK influenced by Assurance, Responsiveness, Reliability, Tangible, and Empathy. Based on the test results on the data that Go-Jek just have to maintain the quality of care for service quality have made consumers feel satisfied. Maintaining the friendly service, the completeness of the drive and timeliness are key to ensuring that consumers are satisfied and can do a repeat buying.*

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II: KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Teori Penunjang.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Konsep Inti Pemasaran.....	12
2.1.4 Manajemen Bauran Pemasaran.....	14
2.1.5 Jasa.....	16
2.1.6 Jenis Jasa.....	18
2.1.7 Kualitas.....	20
2.1.8 Kualitas Layanan.....	21
2.1.9 Kepuasan Pelanggan.....	22
2.1.10 Penelitian Terdahulu.....	25
2.1.11 Rerangka Teoritis.....	26
2.2 Rerangka Pemikiran.....	27
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	28
BAB III: METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
3.2.1 Populasi dan Sampel.....	30
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.3 Definisi Operasional Variabel (DOV).....	31
3.3.1 Definisi Operasional.....	31
3.3.2 Variabel.....	32
3.3.3 Skala Pengukuran.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1 Data Primer.....	36
3.4.2 Data Sekunder.....	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.5.1 Alat Uji Instrumen.....	38
3.5.1.1 Uji Validitas.....	38
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	39

3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.5.2.1 Uji Normalitas .....	40
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	40
3.5.2.3 Uji Multikolinearitas.....	41
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	43
3.5.4 Uji Hipotesis Parsial (t-test).....	46
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	47
4.1.1 Hasil Penelitian Berdasarkan Karakteristik Responden .....	47
4.1.2 Hasil Penelitian Berdasarkan Uji Demografis Jawaban.....	49
4.1.2.1 Variabel X1 .....	49
4.1.2.1 Variabel X2.....	51
4.1.2.3 Variabel X3.....	52
4.1.2.4 Variabel X4.....	54
4.1.2.5 Variabel X5.....	56
4.1.2.6 Variabel Y.....	58
4.1.1 Uji Validitas.....	60
4.1.2 Uji Reliabilitas .....	64
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.1.3.1 Uji Normalitas .....	64
4.1.3.2. Uji Heteroskedastisitas .....	67
4.1.3.3 Uji Multikolinearitas.....	68
4.1.4. Uji Hipotesis .....	69
4.1.4.1 Uji Hipotesis Simultan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	69
4.1.4.2 Uji Hipotesis parsial antara Tangible terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
4.1.4.3 Uji Hipotesis Parsial Antara Reliability Terhadap Kepuasan Konsumen ....	73
4.1.4.4 Uji Hipotesis Parsial Antara Assurance Terhadap Kepuasan Konsumen ....	74
4.1.4.5 Uji Hipotesis Parsial Antara Responsiveness Terhadap Kepuasan Konsumen 75	
4.1.4.6. Uji Hipotesis Parsial Antara Empathy Terhadap Kepuasan Konsumen.....	76
4.2 Pembahasan.....	77
<b>BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>80</b>
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Implikasi Manajerial .....	81
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	81
5.4 Saran Penelitian.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>