

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK PADA MAHASISWA
STIESIA SURABAYA**



Oleh :

RESZA IFTIBAR

NPM : 16.1.02.10657

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2020

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK PADA MAHASISWA
STIESIA SURABAYA**



Oleh :

RESZA IFTIBAR

NPM : 16.1.02.10657

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2020

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK PADA MAHASISWA
STIESIA SURABAYA**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Oleh :

RESZA IFTIBAR

NPM : 16.1.02.10657

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2020

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK PADA MAHASISWA
STIESIA SURABAYA**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

RESZA IFTIBAR

NPM : 16.1.02.10657

**Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal 21 April 2020**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Ir. Imam Hidayat, M.M.

Anggota : 1. Dr. Nur Laily, M.Si.

2. Dr. Ir. Marsudi Lestariningsih, M.Si.

Dinyatakan dan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Dr. Ir. Marsudi Lestariningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **RESZA IFTIBAR**

N.P.M : **16.1.02.10657**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK PADA MAHASISWA
STIESIA SURABAYA**

Dan dimajukan untuk di uji pada tanggal 21 April 2020, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 21 April 2020

Yang membuat pernyataan,



Resza Iftibar

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Resza Iftibar
NPM : 16.1.02.10657
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Malang, 19 November 1995
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 2 (Dua) / 1 (Satu)
Alamat Rumah : Jl. Suropto No. 27
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Nevi Eko Yumianto
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Suropto No. 27
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Pegawai Swasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Kapasan 3 Surabaya Tahun 2007.
2. Tamat SMP di SMP Negeri 37 Surabaya Tahun 2010.
3. Tamat SMA di SMATrisila Surabaya Tahun 2013.

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VIII	2016-2020	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Resza Iftibar

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME, karena atas berkat dan rahmat dan kerunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya”**.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulis menyadari bahwa telah banyak pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, puji syukur penulis haturkan atas kekuatan Tuhan YME yang telah menganugerahkannya. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Ir. Marsudi Lestariningsih, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia menyediakan waktunya yang sangat berharga untuk membimbing penulis selama menyusun skripsi. Terimakasih atas segala masukan, dan nasihat yang telah diberikan selama ini.
4. Novianto Eko Nugroho, S.E., M.PSDM. selaku Dosen Wali yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan dan nasehat, sehingga penulis bisa menempuh pendidikan dibangku kuliah dengan baik.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah mengajar dan mendidik peneliti, serta staf dan karyawan STIESIA Surabaya yang telah membantu peneliti dalam mengurus segala kebutuhan administrasi dan lain-lain.

6. Kedua Orang tua saya, Bapak dan Ibu tercinta atas segala bentuk kasih sayang, cinta, semangat, perhatian dukungan serta doanya yang tiada henti untuk mendoakan anaknya.
7. Kepada saudara-saudara dan keluarga yang lain telah memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan pendidikan sarjana.
8. Partner terbaik Erina Dwi Mayanti yang selalu memberikan motivasi, semangat, kesabaran dan doa dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Keluarga besar SM3 yang telah menjadi keluarga selama 4 tahun yang penuh canda, tawa, sedih dan susah dari awal sampai menyelesaikan pendidikan sarjana yang penuh cerita.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang dengan tulus memberikan dukungan, doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan bisa membantu untuk mengembangkan ilmu dan pengalaman di masa mendatang, terima kasih.

Surabaya, 03 Maret 2020

Resza Iftibar

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Tinjauan Teoritis	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Pemasaran Jasa	11
2.1.3 Karakteristik Jasa	11
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.5 Promosi.....	19
2.1.6 Harga	25
2.1.7 Citra Perusahaan.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Konseptual	33
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	34
1. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	34
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	35
3. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	36
BAB 3 : METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi	37
3.1.1 Jenis Penelitian	37
3.1.2 Gambaran dari Populasi Penelitian	37
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	38

3.3 Teknik Pengambilan Data.....	39
3.3.1 Jenis Data	39
3.3.2 Sumber Data	39
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	40
3.4.1 Variabel	40
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	40
3.5 Teknik Analisa Data.....	43
3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.5.2 Uji Instrumen Data.....	44
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.5.4 Uji Kelayakan Model	48
3.5.5 Pengujian Hipotesis (Uji t)	49
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Hasil Penelitian	51
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	51
1. Profil Perusahaan	51
2. Visi Misi Perusahaan.....	52
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian	52
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	54
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Menggunakan Jasa Gojek.....	55
4.3 Analisis Data Hasil Penelitian	55
4.3.1 Analisis Deskriptif	55
1. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Promosi	56
2. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Harga.....	57
3. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Citra Perusahaan	58
4. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Kepuasan Pelanggan	58
4.4 Analisis Data	59
4.4.1 Analisis Linear Berganda	59
4.5 Uji Instrumen Penelitian.....	60
4.5.1 Uji Validitas dan Reabilitas	60
1. Uji Validitas	61
2. Uji Reabilitas	62
4.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	62
1. Uji Normalitas.....	62
a. Pendekatan <i>Kolmogorov Smirnov</i>	63
b. Pendekatan Grafik.....	63
2. Uji Multikolinearitas	64
3. Uji Heteroskedastisitas	65

4.5.3 Uji Kelayakan Model	66
1. Uji F.....	66
2. Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	67
4.5.4 Uji Hipotesis (Uji T)	68
4.6 Pembahasan	69
1. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	69
2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	71
3. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan	72
BAB 5 : PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Keterbatasan	75
5.3 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
JADWAL PENELITIAN	80
LAMPIRAN	84



DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
1	Top Brand Index Jasa Transportasi Online Indonesia	3
2	Ringkasan Penelitian Terdahulu	32
3	Skala <i>Likert</i>	43
4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
6	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	54
7	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Menggunakan Jasa Gojek	55
8	Kelas Interval	56
9	Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Promosi	57
10	Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Harga	57
11	Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Citra Perusahaan	58
12	Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Kepuasan Pelanggan	59
13	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	59
14	Hasil Uji Validitas	61
15	Hasil Uji Reabilitas	62
16	Hasil Uji Normalitas	63
17	Hasil Uji Multikolinearitas	64
18	Hasil Uji F	66
19	Hasil Uji Determinasi Berganda (R^2)	67
20	Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
1	KerangkaKonseptual	34
2	Grafik Uji Normalitas.....	63
3	Grafik Uji Heteroskedastisitas	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1 Kuesioner	81
2 Tabulasi data	84
3 Hasil output SPSS	92



ABSTRAK

Gojek merupakan salah satu penyedia layanan jasa transportasi online yang dapat memberikan solusi dalam mengatasi permasalahan didalam masyarakat. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh promosi, harga dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan Gojek pada mahasiswa STIESIA Surabaya.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* atau merupakan suatu teknik penentuan sampel untuk memilih sampel dengan tujuan pertimbangan tertentu dengan menggunakan jumlah sampel sebanyak 100 responden pada mahasiswa STIESIA Surabaya yang menggunakan jasa Gojek. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda, uji F, uji t dengan menggunakan aplikasi program SPSS (Statistical Product and Service Solutions).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan harga berpengaruh tidak signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan citra perusahaan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan Gojek diharapkan lebih memperhatikan dan menyesuaikan promosi, harga dan citra perusahaan agar dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Gojek pada mahasiswa STIESIA Surabaya.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Gojek is one of the online transportation service provided which gave solution to solved the problem in society. This research aimed to find out the effect of promotion, price and firm image to the Gojek customers satisfaction at students of STIESIA Surabaya.

This research was quantitative. Furthermore, the data of this research was primary data which was collected thourgh questionnaire distribution with purposive sampling it was obtained 100 respondents of students of STIESIA Surabaya who had ever become the customers of Gojek service. Moreover, the data analysis technique of this research used multiple linear regressions analysis, F test, t test with the applications of SPSS program (*Statistical Product and Service Solutions*).

The result of this research showed that promotion and price did not have any significant effect but gave positive sign to the customers' satisfaction, meanwhile the firm image gave significant effect with positive sign to teh customers' satisfaction. The Gojek Company should gave more attention and adapted the promotion, price and firm image in order to give effect to Gojek customers' satisfaction at students of STIESIA Surabaya.

Keyword : Promotion, Price, Firm Image, Customers' Satisfaction

