

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN GRABCAR (Studi Pada Konsumen GrabCar di Kota
Yogyakarta)**

SKRIPSI



Di susun oleh:

AULIANUS INAS TANDUNG

11140088

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN GRABCAR (Studi Pada Konsumen GrabCar di Kota
Yogyakarta)**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi (S1)

Disusun Oleh :

Aulianus Inas Tandung 11140088

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
GRABCAR (Studi Pada Konsumen GrabCar di Kota Yogyakarta)**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

AULIANUS INAS TANDUNG

11140088

dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

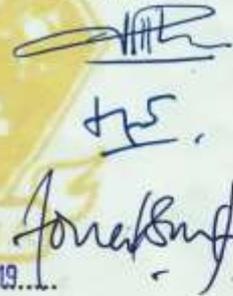
dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal **23 MAY 2019**

Nama Dosen

1. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si :
(Ketua Tim)
2. Dr. Heru Kristanto :
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, SE., MM :
(Dosen Penguji/Pembimbing)

Tanda Tangan



Yogyakarta, ..2.D..JUN..2019..

Disahkan Oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen



Drs. Sisnuhadi MBA Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GRAB CAR (Studi Pada Konsumen Grab Car di Kota Yogyakarta)

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program studi S1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah di cantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 20 Juni 2019



Aulianus Inas Tandung

11140088

HALAMAN MOTTO

Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang di sertai dengan doa,
karna sesungguhnya nasib seseorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa
berusaha

Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.

Filipi 4:13

©UKDWN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen GrabCar (Studi Pada Konsumen GrabCar di Kota Yogyakarta)”.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar sarjana (S1) di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih-Nya yang selalu berlimpa dalam kehidupan saya, yang sudah menyertai saya dari awal perkuliahan sampai selesainya penulisan Skripsi ini.
2. Kepada kedua Orang Tua saya terkasih yang selalu memberi dukungan melalui doa, motivasi, nasehat, nasehat serta kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
3. Saudara saya tercinta Ignatius Ayub Tandung, Theresia Rosalina Tandung, dan Marselina Dede Tandung yang telah memberikan dukungan secara fisik dan non fisik.
4. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA,Ph.D, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
6. Bapak Jonathan Herdioko, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
7. Ibu Ambar Kusuma Astuti, SE, M. selaku Dosen wali saya.

8. Ibu Dra. Umi Murtini, M.Si. selaku dosen yang telah banyak memberi motivasi bagi saya.
9. Teman-teman Manajemen 2014 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

©UKDW

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen GrabCar (Studi Pada Konsumen GrabCar di Kota Yogyakarta)”.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar sarjana (S1) di bidang Manajemen.

Dalam penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak, Oleh karena itu saya hendak mengucapkan terima kasih. Akhir kata, Saya menyadari bahwa Skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan. Semoga penyusunan laporan ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta,.....2019

Penulis,

Aulianus Inas Tandung

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABLE	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5
BAB II : Kajian Pustaka	8
2.1 Pemasaran	8
2.2 Kualitas Pelayanan	8
2.3 Perilaku Konsumen	12
2.4 Kepuasan Konsumen	14

2.5 Penelitian Terdahulu.....	17
2.6 Hipotesis	18
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis	20
BAB III : METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Subyek dan objek Penelitian	21
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian	21
3.4 Variabel Penelitian	21
3.5 Populasi dan Sampel	22
3.6 Sumber Data	23
3.7 Skala Pengukuran Variabel	24
3.8 Teknik Pengujian Intrumen	24
3.8.1 Uji Validitas	24
3.8.2 Uji Reliabilitas	26
3.9 Analisi Regresi Linier Berganda	26
3.10 Uji F.....	27
3.11 Uji t	28
BAB IV : HASIL PENELITIAN	29
4.1 Analisis Presentase	29
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kriteria	29
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	30
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	30
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Pengeluaran	32

4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	33
4.2	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	34
4.2.1	Uji Validitas	34
4.2.2	Uji Reliabilitas	36
4.3	Uji Hipotesis	37
4.3.1	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	37
4.3.2	Koefisien Determinasi (R^2)	40
4.3.3	Uji Simultan (Uji F)	40
4.3.4	Uji Parsial (Uji t)	42
4.4	Hasil Pembahasan	46
4.4.1	Hasil Pembahasan Variabel Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen.....	48
4.4.2	Hasil Pembahasan Variabel Keandalan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	48
4.4.3	Hasil Pembahasan Variabel Ketanggapan Terhadap Kepuasan Konsumen .	49
4.4.4	Hasil Pembahasan Variabel Jaminan Terhadap Kepuasan Konsumen	49
4.4.5	Hasil Pembahasan Variabel Empati Terhadap Kepuasan Konsumen	50
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....		51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Saran	53
DAFTAR PUSTAKA		55
Lampiran.....		57

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	24
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Status	30
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	30
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan/Pengeluaran	32
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	33
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.9 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	37
Tabel 4.10 Hasil Uji Adjusted R ²	40
Tabel 4.11 Hasil Uji F	41
Tabel 4.12 Hasil Uji t	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Pengaruh Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Konsumen	20
---	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian.....	57
Lampiran 2 Data Responden	61
Lampiran 3 Karakteristik Responden	67
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabel	69
Lampiran 5 Analisi Regresi Berganda	71
Lampiran 6 Tabel r (produk momen)	73

©UKDW

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GRABCAR

(Studi Pada Konsumen GrabCar di Kota Yogyakarta)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan studi kasus pada konsumen GrabCar di kota Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Yogyakarta yang pernah menggunakan GrabCar minimal dua kali dengan jumlah sampel 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Hasil uji instrumen kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen GrabCar di kota Yogyakarta semua valid dan reliabel. Hasil analisis regresi linier menunjukkan $Y' = 0.710 + 0.078 X_1 + 0.032 X_2 + 0.059 X_3 + 0.524 X_4 + 0.401 X_5$, hasil ini menunjukkan bahwa semakin ditingkatkannya kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati maka kepuasan konsumen akan meningkat. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F_{hitung} sebesar 59.675 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel jaminan dan empati berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel bukti fisik, keandalan, ketanggapan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.748 hal ini berarti 74,8% kepuasan konsumen Grabcar di Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati) sedangkan sisanya 25,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di masukan ke dalam penelitian ini.

Kata kunci : Taksi Online, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON GRABCAR CUSTOMER SATISFACTION

(Study of GrabCar Consumers in the City of Yogyakarta)

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction with case studies on GrabCar consumers in the city of Yogyakarta. The population in this study was the people of Yogyakarta city who had used GrabCar at least twice with a sample of 100 respondents. The sampling technique in this study used purposive sampling.

The test results of the quality service instruments on the satisfaction of GrabCar consumers in the city of Yogyakarta are all valid and reliable. The results of linear regression analysis show $Y' = 0.710 + 0.078 X_1 + 0.032 X_2 + 0.059 X_3 + 0.524 X_4 + 0.401 X_5$, these results indicate that the improved quality of service consisting of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy customer satisfaction will increase. The results of the F test show that the service quality variables consisting of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy simultaneously influence consumer satisfaction with the calculated F value of 59,675 with a significance level of 0,000. The results of the t test show that partially the Assurance and Empathy variables have a direct and significant effect on consumer satisfaction while the Tangible, Reliability, Responsiveness variables have a positive but not significant effect on customer satisfaction. The test results of the coefficient of determination (R^2) amounted to 0.748, which means that 74.8% of Grabcar customer satisfaction in Yogyakarta is influenced by service quality variables (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy) while the remaining 25.2% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords : Online Taxi, Service Qaulity, Customer Satisfacti

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GRABCAR

(Studi Pada Konsumen GrabCar di Kota Yogyakarta)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan studi kasus pada konsumen GrabCar di kota Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Yogyakarta yang pernah menggunakan GrabCar minimal dua kali dengan jumlah sampel 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Hasil uji instrumen kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen GrabCar di kota Yogyakarta semua valid dan reliabel. Hasil analisis regresi linier menunjukkan $Y' = 0.710 + 0.078 X_1 + 0.032 X_2 + 0.059 X_3 + 0.524 X_4 + 0.401 X_5$, hasil ini menunjukkan bahwa semakin ditingkatkannya kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati maka kepuasan konsumen akan meningkat. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F_{hitung} sebesar 59.675 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel jaminan dan empati berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel bukti fisik, keandalan, ketanggapan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.748 hal ini berarti 74,8% kepuasan konsumen Grabcar di Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati) sedangkan sisanya 25,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di masukan ke dalam penelitian ini.

Kata kunci : Taksi Online, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON GRABCAR CUSTOMER SATISFACTION

(Study of GrabCar Consumers in the City of Yogyakarta)

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction with case studies on GrabCar consumers in the city of Yogyakarta. The population in this study was the people of Yogyakarta city who had used GrabCar at least twice with a sample of 100 respondents. The sampling technique in this study used purposive sampling.

The test results of the quality service instruments on the satisfaction of GrabCar consumers in the city of Yogyakarta are all valid and reliable. The results of linear regression analysis show $Y' = 0.710 + 0.078 X_1 + 0.032 X_2 + 0.059 X_3 + 0.524 X_4 + 0.401 X_5$, these results indicate that the improved quality of service consisting of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy customer satisfaction will increase. The results of the F test show that the service quality variables consisting of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy simultaneously influence consumer satisfaction with the calculated F value of 59,675 with a significance level of 0,000. The results of the t test show that partially the Assurance and Empathy variables have a direct and significant effect on consumer satisfaction while the Tangible, Reliability, Responsiveness variables have a positive but not significant effect on customer satisfaction. The test results of the coefficient of determination (R^2) amounted to 0.748, which means that 74.8% of Grabcar customer satisfaction in Yogyakarta is influenced by service quality variables (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy) while the remaining 25.2% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords : Online Taxi, Service Qaulity, Customer Satisfacti

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia karena transportasi berkontribusi besar pada kehidupan dalam kaitannya dengan aktivitas manusia sehari-hari. Diera yang semakin modern ini, kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat lebih banyak dan semakin beragam jenisnya. Oleh karena itu, dibutuhkan transportasi yang tepat waktu. Kondisi seperti ini juga tidak lepas dari perhatian setiap perusahaan yang bergerak dibidang transportasi untuk memenuhi setiap kebutuhan konsumennya. Perkembangan teknologi yang semakin pesat tentunya juga harus dilihat oleh perusahaan dimana *smartphone* telah berperan besar dalam kehidupan manusia sehari-hari. Dari pernyataan tersebut tentunya perusahaan berpeluang besar untuk membuat transportasi berbasis *online*.

Bisnis transportasi *online* berbasis aplikasi merupakan inovasi layanan yang memanfaatkan teknologi terkini. Inovasi ini dengan cepat merebut hati banyak orang, khususnya yang rajin memanfaatkan jasa taksi dan ojek. Tak heran, jika model bisnis seperti ini terus mengalami perkembangan di tengah pro dan kontra. Patut diakui meski masih dihiasi dengan berbagai polemik, bisnis seperti ini menyuguhkan banyak manfaat bagi banyak pihak terutama konsumen. Buat pengguna mereka menemukan sebuah layanan yang lebih mudah, lebih murah, lebih nyaman, dan bisa dibilang aman. Layanan ini mampu bersaing dengan jasa transportasi umum, taksi meteran atau bahkan ojek pangkalan. memudahkan pelanggan mendapatkan layanan taksi/ojek tak harus berdiri di pinggir jalan, atau mendatangi pangkalan ojek dari tempat mereka berdiri mereka bisa memesan

layanan taksi/ojek dengan mudah khususnya buat pengguna yang memiliki *smartphone* dan koneksi internet yang mumpuni cukup dengan sentuhan jari (www.transonlinewatch.com).

Untuk itulah perusahaan juga harus memperhatikan kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi *online*. Menurut Wijaya (2011:11) Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik yang dihasilkan dari pemasaran rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Selain itu, Kotler (2016:155) mengemukakan banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik mereka memperlakukan pelanggan mereka, mengenali faktor-faktor yang membentuk kepuasan. Kualitas layanan terdiri dari 5 dimensi pelayanan yaitu; *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Kualitas jasa atau pelayanan dapat dikatakan sebagai kualitas yang ideal jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan. Bahkan sebaliknya kualitas jasa atau pelayanan dikatakan buruk jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan.

Kotler dan Keller (2016:153) mengemukakan, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan, maka konsumen tidak puas. Jika sesuai harapan, konsumen puas. Jika melebihi harapan, konsumen sangat puas atau senang.

Grab adalah salah satu taksi berbasis online yang sebelumnya dikenal sebagai *GrabTaxi* yang berasal dari Singapura. Layanan *Grab* kini menjangkau 8 Negara antara lain Singapura, Filipina, Malaysia, Thailand, Vietnam, Myanmar, Kamboja,

dan Indonesia. *Grab* memiliki visi untuk merevolusi industri pertaksian di Asia Tenggara, sehingga dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi pengguna kendaraan seantero Asia Tenggara. Produk utama *Grab* mencakup solusi berkendara bagi pengemudi maupun penumpang yang menekankan pada kenyamanan, keselamatan dan kepastian, termasuk platform pembayaran *mobile*, *GrabPay*, yang meningkatkan akses terhadap solusi pembayaran *mobile* bagi jutaan mitra pengemudi dan penumpang di seluruh Asia Tenggara dan memperdalam inklusi keuangan di wilayah tersebut. Di Indonesia *Grab* kini telah melebarkan sayap menjangkau 111 kota dan saat ini ada 77 juta unduhan aplikasi, dengan nilai transaksi per tahun mencapai 1 miliar USD," untuk di Jawa Tengah sendiri, *Grab* sudah menjangkau 35 kabupaten/kota kata Managing Director *Grab* Indonesia, Ridzki Kramadibrata, dalam Media Meet Up Semarang 'Setahun *Grab*' di halaman Kantor Gubernur Jateng tempat penyelenggaraan Peringatan Ulang Tahun Ke-1 *Grab* Semarang, Minggu (28/01/2018) malam (<http://krjogja.com>).

Dikarenakan banyaknya perusahaan transportasi berbasis aplikasi *online* yang ada di kota Yogyakarta, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GRABCAR**” (Studi Pada Konsumen *GrabCar* di Kota Yogyakarta)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka masalah yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

- a. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayan (*Service Quality*) yang terdiri dari Buktifisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan

(*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*), terhadap kepuasan konsumen *GrabCar* secara simultan?

- b. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) yang terdiri dari Buktifisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*), terhadap kepuasan konsumen *GrabCar* secara parsial?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) yang terdiri dari Buktifisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*), terhadap kepuasan konsumen *GrabCar* secara simultan.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) yang terdiri dari Buktifisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*), terhadap kepuasan konsumen *GrabCar* secara parsial.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dan berguna untuk berbagai pihak, khususnya bagi :

- a. Bagi Perusahaan *Grab*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah masukan yang bermanfaat bagi perusahaan mengenai kualitas pelayanan yang selama ini telah diberikan pada konsumen.

b. Bagi Universitas

Sangat diharapkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian berikutnya agar dapat memperbaiki dan menyempurnakan kesalahan dalam penelitian ini.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis dan bagi peneliti lain.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang sering menggunakan jasa *Grabcar* minimal 2 kali di kota Yogyakarta.
2. Jumlah responden sebanyak 100 responden.
3. Profil konsumen berdasarkan :
 - a. Jenis kelamin :
 - Pria
 - Wanita
 - b. Status :
 - Belum menikah
 - Sudah menikah
 - c. Usia :
 - < 16 tahun
 - 17 – 21 tahun
 - 22 – 26 tahun
 - 27 – 31 tahun
 - > 32 tahun

d. Pekerjaan :

- Pelajar / Mahasiswa
- Pegawai negeri
- Pegawai swasta
- Wiraswasta (Ibu rumah tangga, buruh, dan lain – lain)

e. Tingkat pendapatan / pengeluaran per bulan :

- < 1.500.000,00 / bulan
- 1.500.001,00 – 3.000.000,00 / bulan
- 3.000.001,00 – 4.500.000,00 / bulan
- 4.500.001,00 – 6.000.000,00 / bulan
- > 6.000.001,00 / bulan

f. Frekuensi penggunaan

- 2 – 4 kali / bulan
- 5 – 7 kali / bulan
- 8 – 11 kali / bulan
- > 11 kali / bulan

4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Kualitas pelayanan : didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik yang dihasilkan dari pemasaran rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen Wijaya (Wijaya, 2011:11).
- b. Kepuasan Pelanggan : adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan (Kotler dan Keller 2016:153).

5. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Maret sampai bulan April 2019

©UKDW

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayan terhadap kepuasan konsumen *GrabCar* di kota Yogyakarta. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang berada di kota Yogyakarta, dan didapat kesimpulan sebagai berikut:

a. Analisis Karakteristik Responden

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini yaitu berjenis kelamin wanita dengan jumlah 58 orang (58%).
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini yaitu berstatus belum menikah dengan jumlah 95 orang (95%).
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini yaitu berusia 17-21 tahun dengan jumlah 74 orang (74%).
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 89 orang (89%).
5. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan/pengeluaran < 1.500.000/bulan dengan jumlah 65 orang (65%).
6. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki frekuensi penggunaan *GrabCar* 2-4 kali/bulan dengan jumlah 71 orang (71%).

b. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. berdasarkan uji parsial (uji t) variabel bukti fisik (X_1) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

- dengan nilai signifikansi sebesar 0,328 lebih besar dari 0,05 ($0,328 > 0,05$) hal ini menunjukkan H_1 ditolak.
2. Berdasarkan uji parsial (uji t) variabel Keandalan (X_2) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 0,755 lebih besar dari 0,05 ($0,755 > 0,05$) hal ini menunjukkan H_2 ditolak.
 3. Berdasarkan uji parsial (uji t) variabel Ketanggapan (X_3) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 0,606 lebih besar dari 0,05 ($0,606 > 0,05$) hal ini menunjukkan H_3 ditolak.
 4. Berdasarkan uji parsial (uji t) variabel Jaminan (X_4) berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) hal ini menunjukkan H_4 diterima.
 5. Berdasarkan uji parsial (uji t) variabel Empati (X_5) berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) hal ini menunjukkan H_5 diterima.
 6. Berdasarkan hasil uji secara simultan (uji F) variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Ketanggapan (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) hal ini menunjukkan H_6 diterima.

5.2 Saran

a. Bagi Perusahaan

1. Bukti fisik berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, namun demikian diharapkan *Driver GrabCar (Grab)* harus tetap menjaga kebersihan mobil yang digunakan, kelayakan mobil yang dioperasikan, kerapian tampilan *Layout* aplikasi, dan berpakaian dengan rapi guna meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Keandalan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, namun demikian diharapkan *Driver GrabCar (Grab)* harus tetap menjaga dan meningkatkan keandalannya baik berupa seperti ketersediaan layanan, ketertiban dalam berlalu lintas, kemudahan penggunaan aplikasi, dan penyampaian informasi yang mudah dipahami konsumen jika terjadi suatu hal yang tidak diinginkan guna untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Ketanggapan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, namun demikian diharapkan *Driver GrabCar (Grab)* harus tetap menjaga dan meningkatkan ketanggapannya baik berupa cepatnya respon dari *Driver GrabCar* ketika konsumen melakukan order melalui aplikasi, ketepatan waktu *Driver GrabCar* tiba ketika konsumen melakukan order melalui aplikasi, dan cepatnya *Customer Service Grab* menanggapi dan mengatasi keluhan konsumen yang disampaikan melalui aplikasi guna untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
4. Jaminan yang diberi oleh *GrabCar (Grab)* sudah cukup baik tetapi harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan yang berupa seperti keterampilan *Driver GrabCar* mengemudikan mobil, menumbuhkan rasa aman dan nyaman pada penumpang, tersedianya layanan pengaduan pada aplikasi *Grab*

untuk mempermudah keluhan konsumen, dan keselamatan penumpang adalah yang menjadi utama.

5. Empati yang diberi oleh *Driver GrabCar* sudah cukup baik tetapi harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan yang berupa seperti *Driver GrabCar* berusaha menciptakan suasana yang baik dengan penumpang, tergeraknya *Driver GrabCar* untuk bersedia membantu mengangkat dan menurunkan barang bawaan penumpang, *Driver GrabCar* mengutamakan kepentingan penumpang, Pemahaman *Driver GrabCar* dengan apa yang menjadi kebutuhan penumpang, dan *Driver GrabCar* memberi sapaan dan sambutan kepada penumpang.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian ini, sangat diharapkan untuk menambahkan faktor-faktor penunjang kepuasan konsumen lainnya seperti persepsi harga, promosi, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L. L. (1985) A Conceptual Model Of Services Quality And Its Implications For Future Research. *Journal Of Marketing*, Vol. 49, P.41-50.
- Arif, F. (2007). *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2011). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cozby, P. (2009). *Methods in Behavioral Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Furchan, A. (2007). *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Kotler, P. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2006). *Principles of Marketing. 11th Edition*. New Jersey: New Jersey: Prentice Hall. Person Education, Inc, Upper Saddle River.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*. Jakarta: Selemba Empat.
- Kotler, P. (Manajemen Pemasaran .Jilid 1. Edisi Kesebelas). 2005. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management, Global Edition*. United State: Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Selemba Empat.
- Lupiyoadi, R & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa* . Jakarta: Selemba Empat.
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.

- Schiffman & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta : Indeks.
- Situmorang, S. H. dan Lufti, M. (2014). *Analisi Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis* , Edisi Ketiga. Medan: USU Press.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Swastha, B. (2000). *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (1996). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2011). *Quality and Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Pratama, G. F.W. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Taksi Berbasis Online (GrabCar) pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara*. Retrieved february 12, 2019, from <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/1875>
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, Kano Disertai Contoh Aplikasi Dalam Kasus Penelitian*. Jakarta Barat : PT INDEKS.
- Zahra, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta)*. Retrieved february 12, 2019, from https://eprints.uny.ac.id/53306/1/AtikaZahra_12808144070.pdf
- www.transonlinewatch.com. (2018).
- <http://krjogja.com>. (2018).
- <https://www.grab.com/id>. (2018).