

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
MENGUNAKAN JASA OJEK ONLINE
(Studi Perbandingan GO-JEK Dan OJEK ONLINE SYAR'I)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat – Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

NUR FITRIAH ANGGRAINI

B100130036

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
MENGUNAKAN JASA OJEK ONLINE
(Studi Perbandingan GO-JEK Dan Ojek Online Syar'i)**

Yang ditulis oleh:

NUR FITRIAH ANGGRAINI
B 100 130 036

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, 25 Maret 2017

Pembimbing



(Ahmad Mardalis, SE., M.B.A.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



Dr. H. Priyono, SE., M.Si
NIK 642/0627016801



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **NUR FITRIAH ANGGRAINI**
NIRM : **B 100 130 036**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN
MENGUNAKAN JASA OJEK ONLINE (Studi
Perbandingan GO-JEK Dan Ojek Online Syar'i)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **25 MARET 2017**

Yang membuat pernyataan,

NUR FITRIAH ANGGRAINI

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh–sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendak-nya kamu berharap.”

(Q.S AL INSYIRAH: 5-8)

“Dan (ingatlah kisah) Zakaria, tatkala ia menyeru Tuhannya : “Ya Tuhanku janganlah Engkau membiarkan aku hidup seorang diri dan Engkaulah Waris Yang Paling Baik”

(Q.S AL-ANBIYAA 89)

“Sesuatu akan menjadi kebanggan, jika sesuatu itu dikerjakan, dan bukan hanya dipikirkan. Sebuah cita-cita akan menjadi kesuksesan, jika kita awali dengan bekerja untuk mencapainya. Bukan hanya menjadi impian”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. **Allah SWT** yang telah senantiasa memberikan kenikmatan dan kesulitan yang menjadikan pacuan bagi pengerjaan tugas akhir ini. Semoga semua langkah yang dijalani dalam penyusunan tugas akhir ini dapat menjadi amalan bagi kita semua kelak. Amin.
2. **Ibu dan Bapak Tercinta** yang selalu mencurahkan kasih dan sayangnnya serta perjuangan dan pengorbanan dalam membesarkanku sehingga dapat meraih segala angan angan yang pernah terucap. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan untuk segala do'a dan usaha yang telah dipersembahkan.
3. **Seluruh Keluarga Terkasih** yang telah memberikan semangat dan dukungan untukku serta bimbingan, sehingga dapat menyelesaikan segala hal yang sekiranya sulit untuk diselesaikan, terima kasih untuk semua yang telah diberikan untukku.
4. **Sahabat Sahabat Setia** terima kasih atas segala kebersamaan yang selalu menghiasi hari hariku sehingga memberikan semangat dan motivasi tersendiri dalam mengerjakan tugas akhir. Semoga jalinan silaturahmi akan selalu terjaga hingga akhir hayat.
5. **Teruntuk Kamu** terima kasih karena selalu memberikan semangat, perhatian dan waktu untukku selama ini sehingga mendapatkan banyak inspirasi dalam penyusunan tugas akhir ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*) terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa ojek online. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen GO-JEK dan Ojek Syar'i sebanyak 100 orang. Pegujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*) berperan positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen pada GO-JEK dan ojek syar'i, hal ini dapat dibuktikan dengan uji t. Produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada GO-JEK dan ojek syar'i, hal ini dapat dibuktikan dengan uji F. Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*) mampu menjelaskan variabilitas keputusan konsumen sebesar 51,8%.

Kata Kunci: *Produk, Harga, Saluran Distribusi, Promosi, Orang, Bukti Fisik, Proses dan Keputusan Konsumen*

ABSTRACT

This research aim to test influence of factor of product, price, place, promotion, people, evidence physical and of process to decision of consumer in using service of public transport with motorbike (ojek) online. Population and of sample which used in this research is entire consumer of GO-JEK and of Ojek Syar'i counted 100 people. The hypothesis tested in this research use analyzer test of validity, reliabilities test, the classical assumption test, analysis of doubled linear regression, t test, F test, and coefficient of determines (R^2).

Result of research indicate that product, price, place, promotion, people, evidence physical and of process share positive and significant to decision of consumer at GO-JEK and of ojek syar'i, this matter can be proved with t test. Product, price, place, promotion, people, evidence physical and of processby together have an effect on to decision of consumer at GO-JEK and of ojek syar'i, this provable matter with F test. Result of coefficient of determines (R^2) indicating that product, price, place, promotion, people, evidence physical and of process can explain variability decision of consumer equal to 51,8%.

Keyword: Product, Price, Place, Promotion, People, Evidence Physical Process and Decision of Consumer.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA OJEK ONLINE (Studi Perbandingan GO-JEK Dan Ojek Online Syar’i)”**.

Dalam penulisan ini, penulis mengalami banyak rintangan dan permasalahan baik secara langsung maupun tidak langsung. Namun berkat bimbingan, bantuan moral ataupun materiil, serta saran dari semua pihak yang tidak henti-hentinya memberi semangat. Sehingga tidak ada salahnya dengan kerendahan hati serta perasaan yang tulus dari hati terdalam, penulis memberikan penghargaan berupa ucapan terima kasih atas berbagai bantuan yang telah banyak membantu penulis selama melaksanakan studi sampai terselesainya penyusunan penulisan ini, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah banyak memberikan kemudahan kepada penulis dalam proses perkuliahan serta menyelesaikan semua ini.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Widoyono, MM., selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberi nasehat dan bimbingan selama kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Ahmad Mardalis, SE., M.B.A., selaku Pembimbing Skripsi yang telah sabar serta tidak pernah lelah memberikan motivasi, bimbingan, arahan untuk membantu penyusunan skripsi.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta atas segala ilmu, bimbingannya kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Seluruh staff serta karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah banyak membantu segala kepentingan penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Kedua Orangtua Ku yang telah mengajari, membimbing, memberikan kepercayaan, kasih sayang sepanjang masa, jerih payahnya dalam bekerja untuk dapat mencukupi, memenuhi segala keinginan, kebutuhan serta menyekolahkan penulis sampai sekarang ini.
8. Segenap keluarga besar yang selalu memberikan perhatian, semangat serta doa-doanya.
9. Sahabat sahabatku, Andesva Farah Andira, Henny Tri Nulatsih, Santy Kusumaningrum, Siti Ulfatul Ma'munah, Mariyatun, Laras Tunjung P, Puspa Y yang telah menemani perjalananku selama ini dan memberikan semangat tanpa henti. Untuk adikku Indah Septiarini yang telah memberikan semangat.
10. Untuk Rizky Novrantama yang telah memberikan semangat.
11. Teman-temanku kelas A FEB UMS progdi Manajemen angkatan 2013.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis hanya bisa mengucapkan terima kasih, semoga amal dan kebbaikannya mendapat balasan dari Allah SWT. Kritik dan saran selalu penulis terima dengan hati terbuka. Penulis berharap semoga skripsi yang sederhana dan jauh dari kesempurnaan ini dapat memberikan manfaat bagi diri penulis maupun pihak lain yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Maret 2017
Penulis

Nur Fitriah Anggraini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Definisi Pemasaran dan Jasa.....	11
1. Pemasaran	11
2. Jasa.....	13
B. Definisi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	17
1. Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	17
2. Elemen-Elemen Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	18
3. Definisi Keputusan Pembelian Konsumen	31
C. Penelitian Terdahulu	37
D. Kerangka Teoritis	39
E. Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
C. Data dan Sumber Data	43
D. Metode Pengumpulan Data.....	43
E. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	44
F. Metode Analisis Data.....	48

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	54
B. Deskripsi Data Responden.....	56
C. Pengujian Instrumen Data.....	61
D. Hasil Analisis Data	66
E. Pembahasan	77

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	87
B. Keterbatasan Penelitian.....	89
C. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian	33
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1	Grafik Histogram	67
Gambar 4.2	Normal <i>Probability Plot</i>	67
Gambar 4.3	Grafik <i>Scatterplot</i>	69

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Tabulasi Data Kuesioner.....	56
Tabel 4.2	Deskriptif Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.3	Deskriptif Umur	57
Tabel 4.4	Deskripsi Pekerjaan.....	58
Tabel 4.5	Deskripsi Pendidikan Terakhir.....	59
Tabel 4.6	Deskripsi Pendapatan Perbulan.....	59
Tabel 4.7	Deskripsi Ojek <i>Online</i> Pilihan	60
Tabel 4.8	Deskripsi Lama Menjadi Pelanggan	61
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product</i>	62
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price</i>	62
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Place</i>	63
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Promotion</i>	63
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel <i>People</i>	64
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Physical Evidence</i>	64
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Process</i>	65
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen	65
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolinieritas.....	68
Tabel 4.19	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	DAFTAR KUESIONER PENELITIAN
Lampiran 2	TABULASI DATA PENELITIAN
Lampiran 3	HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
Lampiran 4	HASIL UJI NORMALITAS
Lampiran 5	HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS
Lampiran 6	HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS
Lampiran 7	HASIL UJI REGRESI BERGANDA DAN HIPOTESIS
Lampiran 8	TABEL $r_{\text{Product Moment}}$
Lampiran 9	TABEL t
Lampiran 10	TABEL F