

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PENGUNA JASA GO-JEK**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh
IGA DWI PALUPI
B100140166

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan Dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA JASA
OJEK ONLINE GO-JEK.**

Yang ditulis dan disusun oleh :

IGA DWI PALUPI

B100140166

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk
diterima.

Surakarta, 6 Januari 2018

Pembimbing Utama

(Muzakar Isa, SE, M. Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, SE, MM)



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 : **IGA DWI PALUPI**

NIRM : **B100140166**

Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNA JASA GO-JEK**

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, 6 Januari 2018

.....g membuat pernyataan,



Palupi
IGA DWI PALUPI

MOTTO

- ❖ Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan) tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada tuhanmulah engkau berharap.

(QS. Al - insyirah : 6 - 8)

- ❖ Pahlawan bukanlah orang yang berani menetakkan pedangnya ke pundak lawan, tetapi pahlawan sebenarnya ialah orang yang sanggup menguasai dirinya dikala ia marah.

(Sydney Harris)

- ❖ Sebaik - baiknya seseorang adalah orang yang bermanfaat untuk orang lain.

(HR. Thabrani dan daruquthni)

- ❖ Once you choose hope, anything's possible.

(Christopher Reeve)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya tulis ini untuk :

- *Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga tulisan ini dapat terselesaikan dengan baik.*
- *Ibuku Sri Lestari tersayang yang telah mencintaiku dan mendoakanku setulus hati dan penuh kasih sayang. Bapakku Suharno tersayang yang selalu mendukungku dan memotivasi hidupku terimakasih untuk kasih sayangnya.*
- *Nenekku Sutinem dan Tandur yang aku sayangi, kakakku Teguh dan kakak iparku Hasniah, adikku sayang Olivia dan kesayangan tante Regina. Terimakasih untuk kasih sayang dan dukungannya selama ini.*
- *Teman-temanku seperjuangan Putri Hoshi, Yennita, Dewi Yuliani, Aninda, Dewi macan, Aji Utama, Putri Hayu, Kanisa, Marina, Novita, Dian. Terimakasih untuk dukungan, perhatian, dan kasih sayangnya selama ini.*
- *Bapak Kyai dan Ibu Nyai Basyirun Mu'in yang sangat aku hormati. Teman-teman ponpes tersayang Mas Erfin, Mbak Ika, Mbak Yuni, Mbak Septi dan Mbak Lia. Terimakasih untuk selalu tersenyum dan menjadi motivasiku.*

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pengguna jasa Go-jek. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang didapat dari jawaban responden yang berupa pengisian kuisioner dan wawancara dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta sebanyak 99 responden.

Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa kualitas pelayanan, harga dan citra merek mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian baik secara persial atau secara bersama-sama. Dari data penelitian tersebut dapat disimpulkan variabel citra merek merupakan variabel yang paling berpengaruh positif dan signifikan ditunjukkan dengan hasil uji t_{sig} sebesar 0,000.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, harga, cita merek, keputusan pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine and analyze the effect of service quality, price and brand image on purchasing decisions of Go-Jek service users. Sampling in this study using purposive sampling technique, the data used in this study using primary data obtained from respondents in the form of questionnaires and interviews of students of the Faculty of Economics and Business University of Muhammadiyah Surakarta as much as 99 respondents. From the results of the study is known that the quality of service, price and brand image have a positive influence on purchasing decisions either in a persial or together. From the research data, it can be concluded that brand image variable is the variable that has the most positive and significant effect as shown by t sig test result 0.000.

Keywords: Quality of Service, Price, Brand Image, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpah rahmat dan hidayah-Nya serta dengan usaha yang sungguh-sungguh, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA JASA GO-JEK. Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai syarat dalam menyelesaikan studi pada program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dengan segala kerendahan hati dan ucapan terimakasih yang dalam penulis sampaikan kepada :

1. Bapak dan Ibu tercinta serta Nenek, Kakak, Kakak Ipar, Adik dan Keponakan atas kasih sayang, perhatian dukungan dan do'a yang telah diberikan. Semoga saya bisa menjadi apa yang kalian cita-citakan dan bisa memuliakan kalian.
2. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Muzakar Isa, SE, M.Si selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Farid Wajdi, SE, MM selaku pembimbing akademik yang telah memberikan dorongannya dalam membantu menyelesaikan perkuliahan penulis.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
8. Teman satu angkatan Putri Hoshi, Yennita, Dewi Yuliani, Aninda, Dewi macan, Aji Utama, Putri Hayu, Kanisa, Marina, Novita, Dian serta teman-teman yang lainnya yang telah memberi dukungan, semangat dan bantuan dalam pengerjaan penelitian ini.
9. Bapak Kyai dan Ibu Nyai Basyirun Mu'in selaku pengasuh pondok pesantren Miftakhul Falah dan teman-teman ponpes Mas Erfin, Mbak Ika, Mbak Yuni, Mbak Septi dan Mbak Lia. Terimakasih untuk selalu tersenyum, mendoakanku dan menjadi motivasiku.
10. Semua pihak yang telah ikut berpartisipasi, yang tak mampu disebutkan satu persatu. Penulis mengucapkan terimakasih.

Semoga amal kebaikan kalian mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penyusunan ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis berterimakasih apabila pembaca ada yang memberikan saran

atau kritikan yang sifatnya membangun guna memperluas wawasan
penulisan sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 6 Januari 2018

Penulis

(Iga Dwi Palupi)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 10
A. Tinjauan Teori.....	10
1. Keputusan Pembelian.....	10
2. Kualitas Pelayanan	13
3. Harga	14
4. Citra Merek	15
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Hipotesis Penelitian.....	18
D. Kerangka Pemikiran.....	19
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 20
A. Jenis Penelitian.....	20
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	21
C. Data dan Sumber Data	24
D. Metode Pengumpulan Data	25
E. Desain Pengambilan sampel	26
F. Metode Analisis Data	27
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 36
A. Sejarah Singkat.....	36
1. Sejarah Gojek secara Singkat.....	36
2. Fitur dan Layanan Gojek.....	37
B. Karakteristik Responden	44

1. Diskripsi Usia.....	44
2. Diskripsi Jenis Kelamin	45
3. Diskripsi Uang Saku	46
4. Diskripsi Jasa Gojek.....	47
5. Diskripsi Layanan Gojek.....	48
C. Analisis Data	49
1. Uji Kelayakan Data	50
a. Uji Validitas	50
b. Uji Reliabilitas	52
2. Uji Asumsi Klasik.....	53
a. Uji Normalitas.....	53
b. Uji Multikolinieritas.....	54
c. Uji Heteroskedastisitas.....	55
3. Pengujian Hipotesis.....	56
a. Uji t	57
b. Uji F	58
c. Koefisien Determinan (R^2).....	59
D. Pembahasan.....	59
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Keterbatasan Penelitian	63
C. Saran.....	64
D. Implikasi Penelitian	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Peringkat 10 Teratas Negara Pengguna Internet.....	2
Tabel 1.2. Penggunaan Internet Tingkat Dunia dan Populasi Statistik 2017.....	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 3.2. Skala Likert	23
Tabel 4.1. Diskripsi Usia.....	44
Tabel 4.2. Diskripsi Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3. Diskripsi Uang Saku	46
Tabel 4.4. Diskripsi Jasa Go-jek	47
Tabel 4.5. Diskripsi Layanan Go-jek	48
Tabel 4.6. Hasil Pengujian Validitas.....	51
Tabel 4.7. Hasil Pengujian Reliabilitas	52
Tabel 4.8. Hasil Pengujian Normalitas	53
Tabel 4.9. Hasil Pengujian Multikolinieritas	54
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Hipotesis	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Layanan Fitur GO-JEK	4
Gambar 2.1. Tahapan Proses Pengambilan Keputusan.....	10
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 1.3. Beranda awal dan layanan GO-JEK.....	37