

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN GO-JEK**

(Studi Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Surakarta)



SKRIPSI

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

Oleh:

WAHYU HAMDA MANDRAGUNA

B 100 130 265

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

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek (Studi
Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Surakarta)**

Yang ditulis oleh

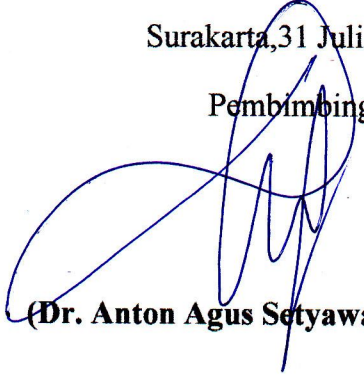
WAHYU HAMDA MANDRAGUNA

B 100 130 265

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, 31 Juli 2017

Pembimbing


(Dr. Anton Agus Setyawan, SE, MSi)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta


(Dr. Syamsudin, M.M)





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : WAHYU HAMDA MANDRAGUNA
NIRM : 13.6.106.02016.5001265
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
GOJEK (STUDI PELANGGAN JASA
TRANSPORTASI GOJEK SURAKARTA)

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, 31 Juli, 2017

Yang membuat pernyataan,

WAHYU HAMDA MANDRAGUNA

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)

“Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkannya mendapat jalan ke surga.”

(H.R Muslim)

"Hidup jangan hanya untuk mengejar cita-cita, tapi kejarlah berjuta-juta harapan."

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat Iman, Islam, sehat, dan rejeki.
2. Kedua orang tua dan segenap keluarga besarku atas perhatian, semangat serta yang tak pernah lelah mendoakan.
3. Teman-teman angkatan 2013 Fakultas Ekonomi Manajemen UMS
4. Semua kerabat dan teman baik dimanapun kalian berada
5. Orang-orang terdekat yang selalu memberikan support.
6. Orang-orang yang selalu menyayangiku dan memberikanku semangat
7. Almamaterku, Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan jasa angkutan umum berbasis online studi pada pelanggan Go-Jek Surakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis (uji t dan koefisien determinasi). Dalam penelitian yang dilakukan berdasarkan hasil uji t diperoleh variabel persepsi kualitas (*perceived quality*) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji R^2 diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,434 atau 43,4%, brand loyalty dijelaskan oleh variabel *perceived quality* sebesar 0,434 atau 43,4%, masih ada sisa 56,6% yang mempengaruhi brand loyalty pengguna jasa Gojek di wilayah Surakarta selain variabel *perceived quality*.

Kata kunci :Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*),Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACTION

The purpose of this study is to determine the influence of service quality on customer loyalty of online-based public transport services study on Go-Jek Surakarta customers. The method used in this research is descriptive analysis, validity test, reliability test, normality test, simple linear regression analysis, and hypothesis test (t test and coefficient of determination). In research conducted based on t test results obtained perceived quality variables (perceived quality) partially have a significant effect on customer loyalty. Based on result of R² test, Adjusted R Square value is 0,434 or 43,4%, brand loyalty is explained by perceived quality variable equal to 0,434 or 43,4%, there remain 56,6% which influence brand loyalty of service user in Surakarta area beside Variable perceived quality.

Keywords: Perceived Quality, Service Quality, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Asslamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayahNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GO-JEK (Studi Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Surakarta)”**.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua terkasih, Bapak Sumarno, dan Ibu Renan Weningtyas dan Adikku Azhari Nourma Dewi, yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil, kepercayaan, kesabaran, pengorbanan, serta doa dan kasih sayang yang tak terhingga kepada penulis.
3. Bapak Dr. Syamsudin M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, SE., M.Si. Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE., M.Si, selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam penulisan demi kemajuan skripsi penulis.
6. Ibu Srimurwanti,, SE., MM., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
8. Sahabat-sahabatku yang telah membantu memberikan dukungan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-temanku angkatan 2013 Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungannya. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT, amin.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 31 Juli 2017

Wahyu Hamda Mandraguna

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACTION.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Jasa	9
B. Harga	10
C. Kualitas Layanan.....	12

	D. Loyalitas Pelanggan	15
	E. Penelitian Terdahulu	21
	F. Metode Penelitian.....	22
	G. Perumusan Hipotesis	23
	H. Kerangka Pemikiran Teoritis	23
BAB III	METODE PENELITIAN	25
	A. Jenis Penelitian.....	25
	B. Objek Penelitian	26
	C. Data dan Sumber Data	27
	D. Metode Pengumpulan Data	28
	E. Definisi Oprasional	28
	F. Uji Instrumen	29
	1. Uji Validitas	29
	2. Uji Reliabilitas.....	30
	3. Uji Asumsi Klasik	31
	G. Teknik Analisis Data.....	32
	1. Analisis Deskriptif.....	32
	2. Analisis Regresi Linear Sederhana	32
	3. Uji Parsial (Uji t)	33
	4. Uji Koefisien Determinasi.....	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	35
	1. Visi dan Misi	36

B.	Analisis Data	37
1.	Deskripsi Responden.....	37
2.	Deskriptif Data	39
3.	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
4.	Uji Normalitas	42
5.	Uji Regresi Linear Sederhana	43
6.	Uji Hipotesis	44
C.	Pembahasan	46
BAB V	PENUTUP.....	49
A.	Kesimpulan	49
B.	Saran.....	50
C.	Kendala dan Keterbatasan Penelitian	51
	DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR TABEL

Tabel IV. 1.	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur	37
Tabel IV. 2.	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Status	38
Tabel IV. 3.	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Kelamin..	38
Tabel IV. 4.	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel IV. 5.	Hasil Uji Deskripsi Data Penelitian.....	39
Tabel IV. 6.	Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Quality.....	40
Tabel IV. 7.	Hasil Uji Validitas Variabel Brand Loyalty	41
Tabel IV. 8.	Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel IV. 9.	Hasil Uji Normalitas.....	42
Tabel IV. 10.	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Pemikiran	24
-----------	--------------------------	----

