

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Promosi
Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek**
(Studi kasus pada pelanggan Gojek di Bandung)

Disusun oleh :

Muhammad Helmi Nur Alif
C1190227

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Bisnis



PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi kasus pada pelanggan Gojek di Bandung)

Nama : Muhammad Helmi Nur Alif

NIM : C1190227

Fakultas : Ekonomi Bisnis

Program studi : Manajemen

Konsentrasi : Bisnis

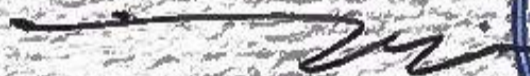
Menyetujui dan mengesahkan

Pembimbing



Dr. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Heri Nugraha, S.E., M.Si



Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Ami Purnamawati, M.Si

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di kota Sumedang pada tanggal 02 Juli 2000, sebagai anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan bapak Yayan Yanto Garyana dan ibu Ita Rismaya. Pendidikan sekolah menengah atas (SMA) ditempuh di sekolah SMAN Tanjungsari, dan lulus pada tahun 2019.

Pada tahun 2019, penulis diterima sebagai mahasiswa program sarjana (S-1) di program studi Manajemen di IKOPIN University. Selama mengikuti program S-1, penulis aktif menjadi pembimbing PK2MB 2020, Koordinator divisi Bisnis Center EBC tahun 2021, Koordinator Divisi rumah tangga lab (RTL) Laboratorium Statistika tahun 2022 dan Ketua Entrepreneur Business Center (EBC) tahun 2022.

ABSTRACT

MUHAMMAD HELMI NUR ALIF, 2023.*The Influence of Service Quality and Sales Promotion on Gojek Customer Satisfaction. Case study on Gojek customers in Bandung, under the guidance of H. Shofwan Azhar Solihin*

Gojek, which was founded in 2010 in Indonesia, has brought significant changes to the way we order transportation, deliver food, shop, and carry out various daily activities. By using an innovative digital platform, Gojek has brought convenience and comfort to millions of users in Indonesia and the surrounding region.

The aim of this research is to examine the effect of service quality and sales promotion on Gojek customer satisfaction. This research uses a problem approach with management theories, service quality, service sales promotion, and customer satisfaction.

The method used in this research is explanatory survey. The results of data collection taken through questionnaires, observations, literature studies are processed using the application Eviews. With multiple regression analysis the authors can test the effect between the dependent variable and the independent variable.

The results showed that there was a positive and significant influence partially between service quality variables on customer satisfaction variables, and sales promotion variables on customer satisfaction variables. Then there is a positive and significant influence simultaneously between service quality variables and sales promotion variables on customer satisfaction variables.

Keywords: Service Quality, Sales Promotion, Customer Satisfaction, Gojek

ABSTRAK

MUHAMMAD HELMI NUR ALIF, 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. Studi kasus pada pelanggan Gojek di Bandung, di bawah bimbingan H. Shofwan Azhar Solihin

Gojek, yang didirikan pada tahun 2010 di Indonesia, telah membawa perubahan signifikan dalam cara kita memesan transportasi, mengirimkan makanan, berbelanja, dan melakukan berbagai aktivitas sehari-hari. Dengan menggunakan platform digital yang inovatif, Gojek telah menghadirkan kemudahan dan kenyamanan bagi jutaan pengguna di Indonesia dan wilayah sekitarnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan jasa dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan Gojek, penelitian ini menggunakan pendekatan masalah dengan teori-teori manajemen, kualitas pelayanan, promosi penjualan jasa, dan kepuasan pelanggan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Hasil pengumpulan data yang diambil melalui kuisioner, observasi, studi pustaka diolah menggunakan aplikasi *Eviews*. Dengan analisis regresi berganda penulis bisa menguji pengaruh antara variabel terikat dengan variabel bebas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel kualitas pelayanan jasa terhadap variabel kepuasan pelanggan, dan variabel promosi penjualan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Kemudian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel kualitas pelayanan jasa dan variabel promosi penjualan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Jasa, Promosi Penjualan, Kepuasan Pelanggan, Gojek

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Konsentrasi Manajemen Bisnis di Universitas Koperasi Indonesia. Penulis menyadari bahwa dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc, selaku dosen pembimbing saya yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran serta kesabarannya untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Dr. Sugiyanto Ikhsan, S.Pd, MM, selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah memberikan masukan dan arahnya.
3. Ir. H. Dady Nurpadi, MP, selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan masukan dan arahnya.
4. Ibu Ir.Hj Nanik Risnawati MSi, selaku Dosen wali yang telah membina dan memberi nasihat pada saya
5. Bapak/Ibu Dosen pengajar Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan dan mengajarkan saya ilmu pengetahuan serta nilai kehidupan selama kegiatan perkuliahan.
6. Orangtua tercinta yang telah mendidik dan membesarkan saya atas Doa, dukungan, motivasi yang telah diberikan kepada saya.
7. Rekan-rekan Entrepreneur Business Center (EBC) yang tidak bisa disebutkan satu persatu
8. Rekan-rekan asisten laboratorium statistika ikopin, yang telah memberikan semangat dan dukungan pada saya khususnya angkatan 2019 (1. Sopian Safa'at, Novianti Feruca Belatrik, Tandela Sita Jaelani, Refina Amira R.A,

Larasati Artenisia, Maria Elyda Sonia Sihombing, Aliza Fuji Lestari, Sita Ambawani Syafitri, Maria Irene Kadju, Silvia Fatimah)

9. Sahabat-sahabat yang selalu menghibur, mendukung, dan memberi semangat (Riza Malkajati, Maulana Daud Ibrahim, Ahmad Nurhadi Amin, Sopian Safa'at, Muhamad Ali Nazar, Aulia Nurapipah, Muhammad Fikri Nasuha, dan Danisa Fetriani).
10. Teman-teman manajemen E angkatan 2019 yang telah mendukung dan memberi semangat
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberi dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	11
1.1. Latar Belakang Penelitian	11
1.2. Identifikasi Masalah	20
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	20
1.3.1. Maksud Penelitian	20
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	20
1.4. Kegunaan Penelitian.....	21
1.4.1. Aspek Teoritis.....	21
1.4.2. Aspek Praktis.....	21
BAB II PENDEKATAN MASALAH, KERANGKA PIKIR, HIPOTESIS DAN METODE PENELITIAN	22
2.1. Pendekatan Masalah, Kerangka Pikir, Hipotesis	22
2.1.1. Pendekatan Masalah.....	22
2.1.1.1. Manajemen.....	24
2.1.1.2. Bisnis.....	25
2.1.1.3. Manajemen Bisnis	26
2.1.1.4. Pemasaran	27
2.1.1.5. Jasa	28
2.1.1.6. Kualitas Pelayanan Jasa	30
2.1.1.7. Promosi Penjualan.....	31
2.1.1.8. Kepuasan Pelanggan	32
2.1.2. Kerangka Pikir	33
2.1.3 Hipotesis.....	34
2.2. Metode Penelitian.....	36

2.2.1. Metode Penelitian yang Digunakan	37
2.2.2. Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	37
2.2.3. Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	41
2.2.4. Teknik Pengumpulan Data	44
2.2.5. Analisis Data	45
2.2.6. Tempat/Lokasi Penelitian	52
2.2.7. Jadwal Penelitian.....	52
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	53
3.1. Keadaan Umum Organisasi.....	53
3.1.1. Sejarah Terbentuknya Gojek	53
3.1.2 Visi dan Misi	55
3.1.3 Prinsip	56
3.1.4 Logo	56
3.2 Produk Gojek	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Identitas Responden	58
4. 2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
4. 3 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan	62
4. 4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Dan Promosi Penjualan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan	64
4. 5 Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan Jasa dan Promosi Penjualan.....	66
4.6 Manfaat Ekonomi Langsung Untuk Pelanggan Gojek.....	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Simpulan	90
5.2 Saran-Saran	91
5.2.1 Aspek Teoritis.....	92
5.2.2 Aspek Praktis.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	96