



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABBIKE PADA MASA
PANDEMI COVID-19 DI WILAYAH BOJONG KULUR**

SKRIPSI

Ilham Nurbasyir

1702025266

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2021



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABBIKE PADA MASA
PANDEMI COVID-19 DI WILAYAH BOJONG KULUR**

SKRIPSI

Ilham Nurbasyir

1702025266

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABBIKEN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI WILAYAH BOJONG KULUR” merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 25 September 2021

Yang Menyatakan,



(Ilham Nurabsyir)

NIM 1702025266

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
GRABBIKE PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI
WILAYAH BOJONG KULUR**

NAMA : **ILHAM NURBASYIR**

NIM : **1702025266**

PRODI : **MANAJEMEN**

TAHUN AKADEMIK : **2021**

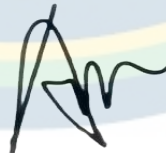
Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Dr. Budi Permana Yusuf, S.E., MM	
Pembimbing II	Deni Adha Akbari, SE., M.Si	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E., MM

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABBIKE PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI WILAYAH BOJONG KULUR

Yang disusun oleh:

Ilham Nurbasyir

1702025266

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjaan strata-satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal : 18 Desember 2021

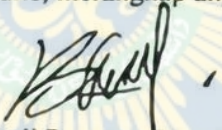
Tim penguji:

Ketua, merangkap anggota :



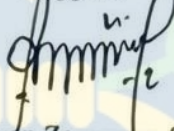
(Dr., H. Asep Sutarman, MM., MBA)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Dr., Budi Permana Yusuf, MM)

Anggota,




(Faizal Ridwan Zamzany, SE., MM)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR.HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA



Dr. Adityo Ari Wibowo., M.M.



Dr. Zulpahmi, SE., M.Si.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Ilham Nurbasyir
NIM : 1702025266
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABBIKE PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI WILAYAH BOJONG KULUR”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkal data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 25 Oktober 2021
Yang menyatakan,



Ilham Nurbasyir
NIM. 1702025266

ABSTRAK

Ilham Nurbasyir (1702025266)

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABBIKE PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI WILAYAH BOJONG KULUR

Skripsi. Program Strata Satu Program studi Manajemen, Fkultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Wilayah Bojong Kulur. Hipotesis penelitian ini adalah 1). Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike pada Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Wilayah Bojong Kulur. 2). Untuk mengetahui pengaruh Promosi Penjualan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Wilayah Bojong Kulur. 3). Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan secara simultan terhadap Keputusan Pelanggan Grabbike Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Wilayah Bojong Kulur.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Manajemen Pemasaran yang berhubungan dengan Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey dengan teeknik pengumpulan data melalui kuesioner, sedangkan jenis penelitian nya adalah deskriptif kuantitatif. Sampel pada penelitian ini berjumlah 102 responden. Untuk menguji hipotesis digunakan analisis linear berganda dengan melakukan hasil uji t dan uji f. Variabel yang diteliti adalah Kualitas Layanan dan Promosi penjualan sebagai variabel independent dan variabel dependennya adalah Kepuasan Pelanggan Grabbike Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Wilayah Bojong Kulur.

Hasil penelitian ini dengan menggunakan software SPSS 23.0 menunjukkan bahwa 1). Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. 2). Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. 3). Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan sama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Promosi Penjualan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Ilham Nurbasyir (1702025266)

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND SALES PROMOTION ON GRABBIKE CUSTOMER SATISFACTION DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN THE BOJONG KULUR AREA

Thesis. Undergraduate Program in Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta.

This study aims to determine the effect of service quality and pedestrian promotion on Grabbike customer satisfaction during the Covid-19 pandemic in the Bojong Kulur area. The hypotheses of this research are 1). To find out the partial effect of Service Quality on Grabbike Customer Satisfaction during the Covid-19 Pandemic Period in the Bojong Kulur Region. 2). To find out the partial effect of Sales Promotion on Grabbike Customer Satisfaction During the Covid-19 Pandemic In the Bojong Kulur Area. 3). To find out the effect of Service Quality and Sales Promotion simultaneously on Grabbike Customer Decisions During the Covid-19 Pandemic In the Bojong Kulur Area.

The theory used in this study is the theory of Marketing Management related to Service Quality and Sales Promotion. The research method used in this study is a survey method with data collection techniques through questionnaires, while the type of research is quantitative descriptive. The sample in this study amounted to 102 respondents. To test the hypothesis used multiple linear analysis by performing the results of the t test and f test. The variables studied were Service Quality and Sales Promotion as independent variables and the dependent variable was Grabbike Customer Satisfaction during the Covid-19 Pandemic in the Bojong Kulur Region.

The results of this study using SPSS 23.0 software show that 1). Service Quality has a positive and significant effect partially on Customer Satisfaction. 2). Sales Promotion partially positive and significant effect on Customer Satisfaction. 3). Service Quality and Sales Promotion have simultaneous effect on Customer Satisfaction.

Keywords: Service Quality, Sales Promotion, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayat-Nya penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABBIKE PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI WILAYAH BOJONG KULUR”** ini dapat diselesaikan dengan baik untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Banyak hambatan yang penulis hadapi dalam proses penyusunannya, namun berkat kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M. Hum. Selaku rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
2. Bapak Dr. Zulfahmi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
3. Bapak Sumardi, S.E., M.Si selaku Wakin Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
4. Bapak M. Nurrasyidin, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
5. Bapak Edi Setiawan, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan III dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Bapak Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Bapak Dr. Budi Permana Yusuf, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan serta saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak Deni Adha Akbari, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan serta saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Ekonomi dan Bisnis Prof. DR. HAMKA yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.

10. Ayahanda Endri Meinofriadi dan Ibunda Erdiana Julisfiany yang senantiasa memberikan dukungan serta doa terbaiknya kepada penulis untuk menyelesaikan kuliah dengan cepat, sayang banget-banget.
11. Kakak saya Rizqiana Putri Fiendri dan Adik Saya Elisyah Mutmainnah yang selalu menyakinkan saya agar bisa segera menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan semangat dan waktu yang telah kalian luangkan untuk mendengarkan keluh kesah penulis.
13. Teman-teman seperjuangan saya semasa kuliah yang saling membantu dan memberikan dukungan bagi penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini

Semoga Allah SWT, membalas semua kebaikan mereka yang telah diberikan kepada penulis. Akhir kata, penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan yang tidak disadari, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 25 Oktober 2021



Ilham Nurbasyir
1702025266

DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	8
1.2.3 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Telaah Pustaka	27
2.2.1 Kualitas Layanan	27
2.2.1.1 Dimensi Pelayanan	28
2.2.1.2 Prinsip Pelayanan	29
2.2.2 Promosi Penjualan	30
2.2.2.1 Jenis-Jenis Promosi Penjualan	31
2.2.2.2 Indikator Promosi Penjualan	32
2.2.3 Kepuasan Pelanggan	34
2.2.3.1 Kepuasan.....	34

2.2.3.2 Strategi Kepuasan	34
2.2.3.3 Pengertian Pelanggan	35
2.2.3.4 Kepuasan Pelanggan.....	35
2.2.3.5 Faktor Kepuasan Pelanggan.....	36
2.2.3.6 Strategi Kepuasan Pelanggan.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	39
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	40
2.3.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan	40
2.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan	40
2.4 Rumusan Hipotesis.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Metodologi Penelitian	43
3.2 Operasionalisasi Variabel	43
3.3 Populasi dan Sampel	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel.....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	48
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	49
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	50
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	50
3.5.1.1 Uji Validitas	50
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	51
3.5.3 Analisa Linear Berganda.....	52
3.5.3.1 Model Regresi Linear Berganda	52
3.5.3.2 Uji Asumsi Klasik	53
3.5.3.3 Uji Hipotesis.....	55
3.5.4 Analisis Koefisien Korelasi.....	56
3.5.4.1 Analisis Korelasi Parsial	56
3.5.4.2 Analisa Korelasi Berganda	57
3.5.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan.....	59
4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan	60
4.1.3 Struktur Organisasi	61
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan	61
4.2.1 Identitas Responden	61
4.2.2 Uji Kualitas Data	63
4.2.2.1 Uji Validitas	63
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	65
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	67
4.2.3.1 Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Layanan (X_1)	67
4.2.3.2 Persepsi Masyarakat Terhadap Harga (X_2).....	75
4.2.3.3 Persepsi Masyarakat Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	83
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	91
4.2.4.1 Model Regresi Linier Berganda	91
4.2.5 Uji Asumsi Klasik.....	92
4.2.6 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	97
4.2.7 Analisis Uji Hipotesis	98
4.2.8 Analisis Koefisien Korelasi.....	100
4.3 Pembahasan Penelitian	102
4.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	102
4.3.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan	103
4.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	103
BAB V PENUTUP	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Nomer	Judul	Halaman
1.	Statistik Perusahaan Grab & Gojek	3
2.	Ringkasan Penelitian Terdahulu	12
3.	Tabel Operasional Variabel	45
4.	Skala Likert	50
5.	Kriteria Presentase Tanggapan Responden	52
6.	Kreteria Dalam Penentuan Auto Korelasi	55
7.	Karateristik Responden Berdasarkan Usia (Umur)	62
8.	Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
9.	Uji Validitas Kualitas Layanan	63
10.	Uji Validitas Promosi Penjualan	64
11.	Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	65
12.	Uji Reliabilitas Kualitas Layanan, Promosi Penjualan, Kepuasan Pelanggan	66
13.	Helm Yang Digunakan Driver Sesuai Standart Nasional Indonesia (SNI)	67
14.	Motor Yang Digunakan Driver Layak dan Sesuai Standart Nasional Indonesia (SNI)	68
15.	Driver Selalu Membawa Serta Menggnakan Handsanitizer Dan Masker	68
16.	Layanan Yang Diberikan Driver Selalu Sesai Pada Protokol Kesehatan	69
17.	Pakaian Yang Digunakan Driver Selalu Terlihat Sopan	69
18.	Driver Selalu Menggunakan Jaket Standart Dari Grab	70
19.	Driver Mengetahui Dan Paham Akan Rute Perjalanan	71
20.	Driver Mengetahui Jalanan Tercepat (Jalan Pintas)	71
21.	Driver Selalu Sigap Dan Cepat Untuk Menerima Orderan	72
22.	Driver Selalu Bertanggung Jawab Atas Penumpangnya Untuk Aman Sampai Tujuan	72
23.	Driver Terima Akan Kritikan	73
24.	Skor Dan Rata-Rata Indikator Kualitas Pelayanan (X_1)	74
25.	Penyedia Informasi Mengenai Grabbike Melalui Spanduk, Pamflet, Brosur Dan Media Sosial Sudah Lengkap	75
26.	Grabbike Selalu Memberikan Informasi Tentang Protokol Kesehatan Di Dalam Iklan Nya	76

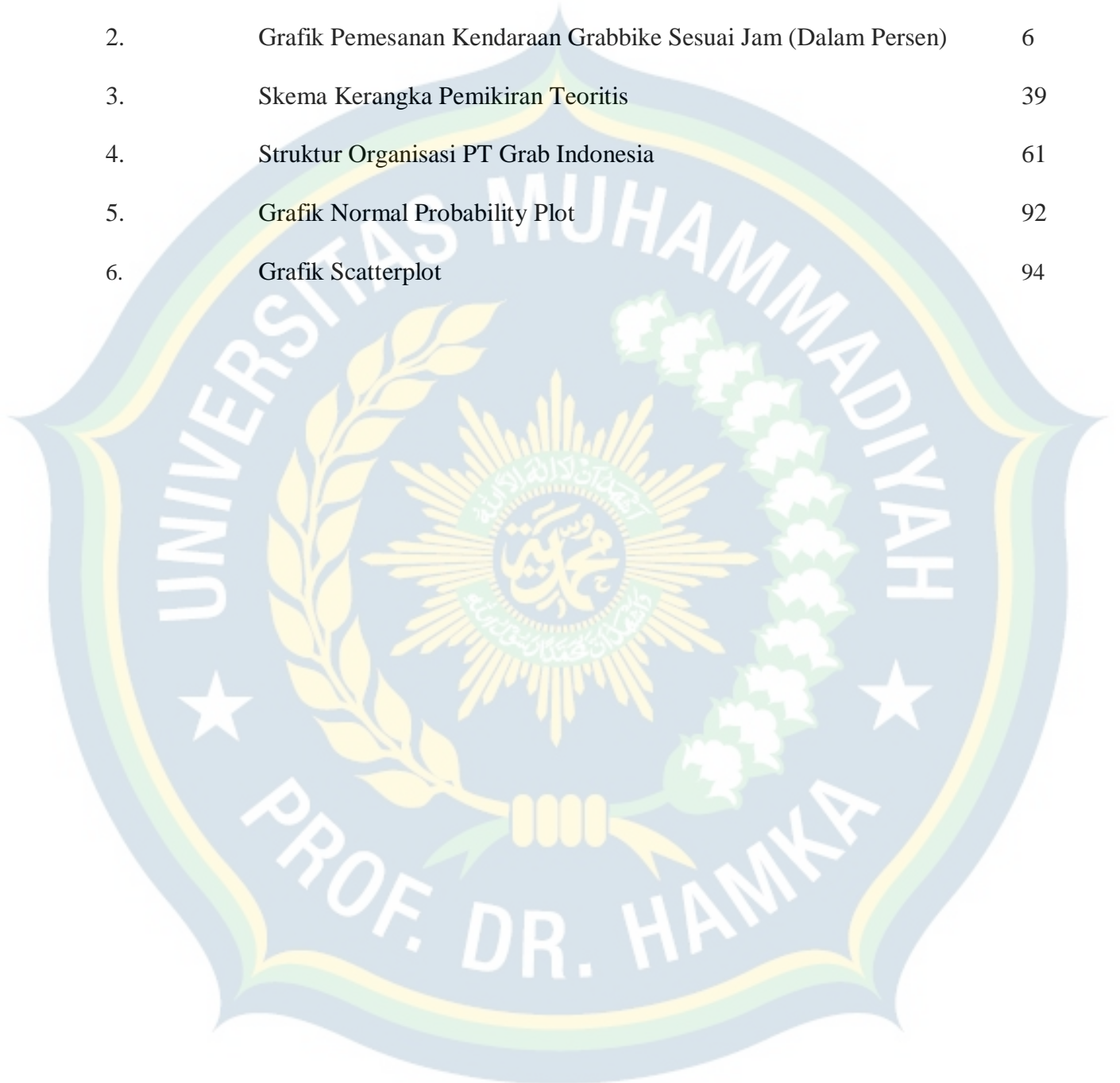
27.	Voucher Yang Dijual Grabbike Relatif Murah	76
28.	Voucher Yang Diberikan Grabbike Baik Dan Sesuai	77
29.	Grabbike Memberikan Diskon Menarik Saat Pandemi Covid-19	77
30.	Diskon Yang Diberikan Grabbike Saat Pandemi Covid-19 Besar	78
31.	Diskon Diberikan Ketika Menggunakan Pembayaran Melalui Ovo	79
32.	Grabbike Memberikan Diskon Apabila Penumpang Susah Di Vaksinasi	79
33.	Grabbike Memberikan CashBack Ketika Penumpang Mengisi Ovo	80
34.	CashBack Diberikan Ketika Menggunakan Pembayaran Tertentu	80
35.	Hadiah Yang Diberikan Grab Menarik Ketika Mengadakan Event	81
36.	Skor Rata-Rata Indikator Promosi Penjualan (X_2)	82
37.	Harga Yang Diberikan Grabbike Relatif Murah	83
38.	Harga Yang Diberikan Grabbike Sesuai Dengan Kualitas Pelayanan Yang Baik	84
39.	Grabbike Memiliki Harga Yang Relatif Terjangkau Dibanding Yang Lain	84
40.	Layanan Yang Diberikan Grabbike Sudah Sesuaii Protokol Kesehatan	85
41.	Grabbike Memberikan Kenyamanan Pada Saat Perjalanan	85
42.	Playanan Yang Diberikan Grabbike Memberikan Rasa Bahagia	86
43.	Layanan Yang Diberikan Grabbike Baik Sehingga Tidak Adanya Komplain	86
44.	Aplikasi Grabbike Mudah Untuk Digunakan	87
45.	Grabbike Memberikan Kemudahan Untuk Mendapatkan Driver	88
46.	Grabbike Memberikan Kemudahan Dalam Pemberian Informasi	88
47.	Grabbike Memberikan Kemudahan Dalam Pengisian Ovo	89
48.	Skor Rata-Rata Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)	89
49.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	91
50.	Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	93
51.	Hasil Uji Multikolinearitas	93
52.	Hasil Uji Glejser	94
53.	Hasil Uji Autokorelasi	95
54.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	97
55.	Hasil Uji Statistik t	98
56.	Hasil Uji Statistik f	99
57.	Koefisien Korelasi Parsial Antara Kualitas Layanan dan Kepuasan	

	Pelanggan	100
58.	Koefisien Korelasi Parsial Antara Promosi Penjualan dan Kepuasan Pelanggan	101
59.	Hasil Analisis Koefisien Korelasi Berganda	101



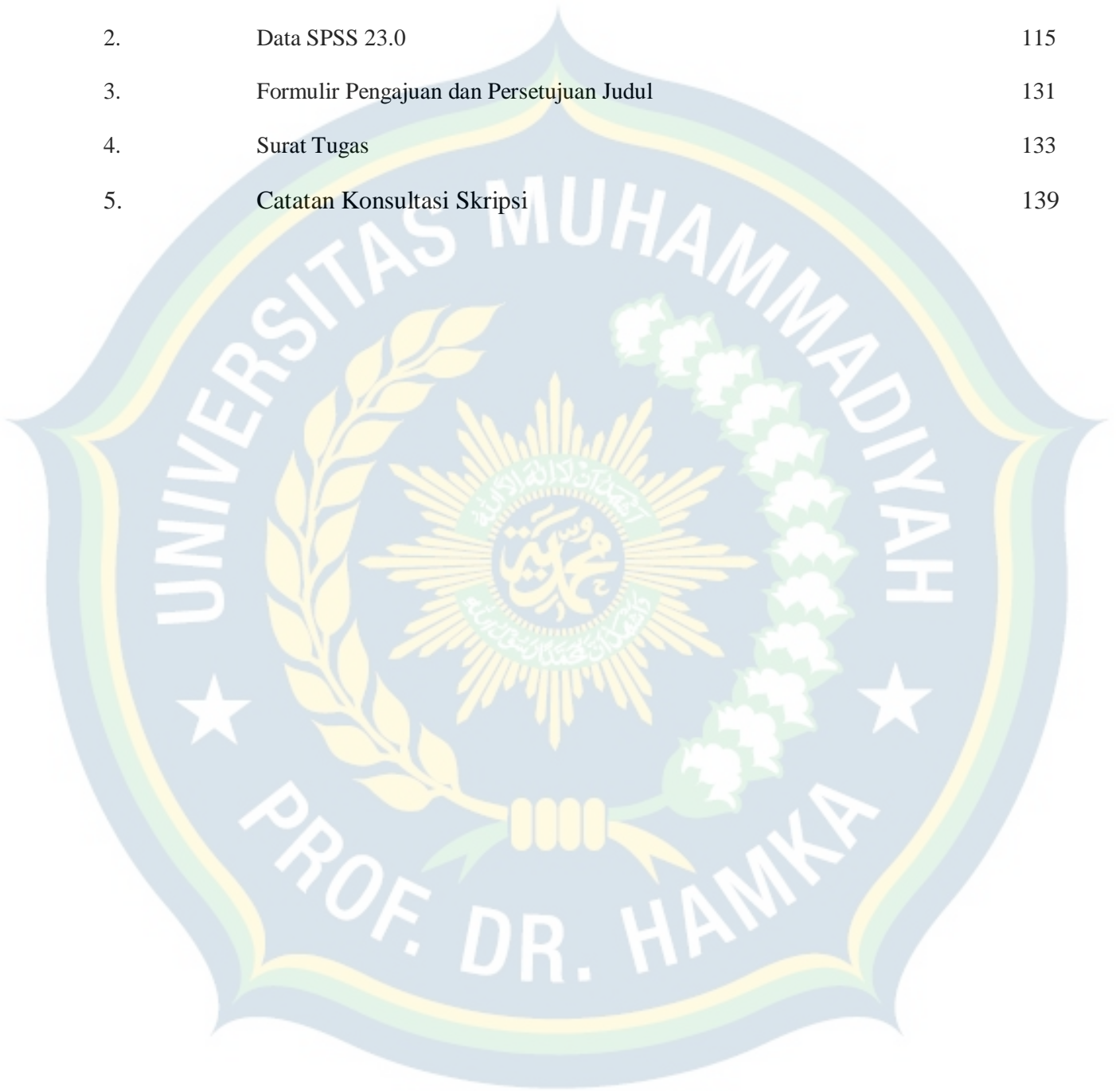
DAFTAR GAMBAR

Nomer	Judul	Halaman
1.	Grafik Peningkatan Jumlah Layanan Transportasi (Ratusan Juta)	3
2.	Grafik Pemesanan Kendaraan Grabbike Sesuai Jam (Dalam Persen)	6
3.	Skema Kerangka Pemikiran Teoritis	39
4.	Struktur Organisasi PT Grab Indonesia	61
5.	Grafik Normal Probability Plot	92
6.	Grafik Scatterplot	94



DAFTAR LAMPIRAN

Nomer	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	110
2.	Data SPSS 23.0	115
3.	Formulir Pengajuan dan Persetujuan Judul	131
4.	Surat Tugas	133
5.	Catatan Konsultasi Skripsi	139



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena pandemi virus Corona yang menyerang berbagai negara di seluruh dunia adalah virus covid baru yang sebelumnya muncul di Kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Infeksi virus corona ini menyebar dan menyebabkan gangguan pada sistem pernapasan manusia yang menyebabkan Wuhan Kota, kota tempat infeksi covid ini yang awalnya muncul di permukaan dunia dan akhirnya menyebar secara cepat ke seluruh dunia, yang akhirnya kota wuhan itu memilih strategi penguncian (lockdown) yang berarti untuk memutus penyebaran infeksi.

Kehadiran masa pandemi Covid (Coronavirus) mengganggu kesejahteraan serta melemahkan pembangunan di suatu negara. Dampak penyebaran Covid (Coronavirus) tidak bisa dipastikan. Namun, dalam hal sistem keuangan sudah mulai terasa, terutama di bidang mekanik, industri perjalanan, pertukaran, administrasi transportasi, dan bidang usaha. Hal ini tidak dapat dihindari seperti halnya Indonesia.

Indonesia dan berbagai negara masih berusaha memerangi infeksi virus Corona. Jumlah kasus yang disebabkan oleh infeksi Coronavirus terus berkembang dan beberapa dinyatakan pulih, tetapi beberapa telah dinyatakan meninggal. Jumlah kasus positif Infeksi Virus Corona per 20 Oktober 2020 adalah 368.842, jumlah pasien yang dinyatakan sembuh 293.653 dari 368.842 pasien positif, dan 12.734 pasien meninggal dari 368.842 pasien positif. Infeksi Coronavirus juga mempengaruhi sistem bantuan berbasis web, termasuk pada layanan transportasi online. Dimana administrasi berkurang karena Pembatasan

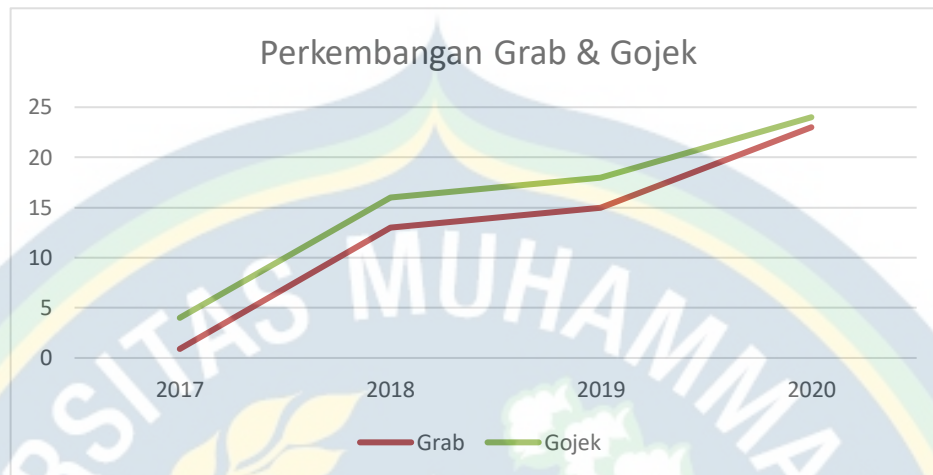
Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk setiap daerah di Indonesia (Merdeka.com).

Berdasarkan laporan *e-Conomy SEA* yang dirilis Google, Termasek, Bain dan Company November 2020, pendapatan di sektor transportasi online menurun 18 persen dibandingkan 2019. Nilainya menurun dari US\$ 6 miliar Menjadi US\$ 5 miliar. Dan *Head of Corporate Communication* Google Indonesia, Jason Tedjasukmana menyatakan dampak terbesar dialami layanan transportasi online. Penutupan sejumlah wilayah menyebabkan mobilitas menurun. “Kondisinya berbeda dengan layanan pengiriman makanan, layanan ini justru mengalami peningkatan meskipun tidak cukup untuk mengimbangi kontraksi pada jasa transportasi” (ekonomi.bisnis.com).

Transportasi telah menjadi kebutuhan yang signifikan bagi masyarakat saat ini, karena transportasi dapat memberikan kecukupan dalam bekerja dan sebagai salah satu cara untuk mengatasi permasalahan sehari-hari. Ada tiga jalur transportasi di Indonesia, yaitu jalur khusus udara, laut, dan darat. Jalur darat merupakan jalur yang paling aktif diantara ketiga jalur tersebut, karena individu dalam mengumpulkan kebutuhan sehari-hari memutuskan untuk menggunakan jalur darat (kendaraan bermotor), sehingga biaya transportasi darat merupakan transportasi yang paling murah. Individu memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap transportasi, karena individu membutuhkan efektivitas waktu dalam melakukan perjalanan.

Tingginya ketergantungan daerah terhadap transportasi menjadi alasan untuk terus mengembangkan usaha transportasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Perkembangan pesat inovasi data berdampak pada peningkatan bisnis transportasi. Karena banyaknya pengguna internet di dunia ini, termasuk Indonesia, organisasi berbasis aplikasi bermunculan di Indonesia. Salah satu organisasi berbasis aplikasi yang berkembang adalah bisnis jasa

transportasi berbasis aplikasi berbasis internet seperti Gojek, Grab dan Uber. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online sangat ampuh bagi daerah dalam segala aktivitas secara cepat dan produktif.



Sumber : *Finansial Times, App Annie, CRSHK, Nikkei Asian Review, CNBC*

Gambar 1.
Grafik peningkatan jumlah layanan transportasi (ratusan juta).

Statistik Masing-masing perusahaan sebagai berikut :

Tabel 1.
Statistik Perusahaan Grab & Gojek

Indikator	GOJEK	GRAB
Jumlah unduhan app (global, per Juni 2020)	170 Juta	187 Juta
MAU (Indonesia, per November 2019)	36,3 Juta	n/a
Jumlah Merchant	500 Ribu	200 Ribu
Cakupan Kota (Per juni 2020)	203	224
MitraPengemudi (Global, per Maret 2020)	2 Juta	2,8 Juta

Sumber : *Finansial Times, App Annie, CRSHK, Nikkei Asian Review, CNBC*

Tingginya persaingan dengan berbagai organisasi perusahaan dengan layanan serupa, membuat Grab terus berusaha untuk memberikan layanan terbaik dan memberikan kemajuan yang berbeda untuk membuat pelanggan baru dan

pelanggan lama terus memilih layanan mereka. Sebagai promosi, Grab memberikan kode promosi yang berbeda, termasuk *GBPAKEOVOASIK* diskon 90% max Rp.6.000 dengan Ovo, Isi ulang Ovo Credit dapat Ekstra 80%. Diskon Gede 30%-50% Bayar dengan Ovo, Siang Malam GrabBike Diskon 50%, Lebih Irit GrabBike Diskon *up to* 30%. GrabSeru potongan hingga Rp.6.000. Lebih Irit Promo Diskon 30%. Diskon WFHkuy GrabBike. Dan juga yg lainnya. Kemajuan tersebut membuat Grab banyak untuk digunakan oleh masyarakat pada umumnya, khususnya di wilayah Bojong Kulur yang membutuhkan transportasi mekanis selama pancemi Coronavirus

Mulai 1 Juni 2020, Indonesia sedang mengalami keadaan New Normal atau singkatnya kehidupan sehari-hari namun dengan protokol kesehatan yang ketat di tengah pandemi Coronavirus yang telah dilakukan Indonesia, dengan cara ini roda bisnis secara bertahap berputar kembali sehingga dapat keluar dari menurunya keuangan terus menurun.

New Normal memberikan banyak perubahan pada kualitas layanan jasa di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Seperti Perusahaan Grab, Layanan jasa transportasi online ini menyambut *new normal* dengan penambahan peralatan khusus pada motor pengemudi (mitra). Russell Cohen, *Regional Head of Operation Grab*, mengatakan Grab Indonesia melengkapi kendaraan dengan partisi plastik dan peralatan kebersihan (Solopos, 2020).

Grab memberikan bantuan seperti *Grab protect* yang memberikan perlindungan ekstra bagi mitra pengemudi dan wisatawan di seluruh perkotaan di Indonesia. Sebagai armada setia utama di Indonesia, *Grab Protect* dilengkapi dengan segmen plastik sehingga dapat menjadi pemisah antara mitra pengemudi dan pelanggan serta membatasi kontak. Selain itu, mitra pengemudi Grabbike juga dilengkapi dengan masker dan *hand sanitizer* sebagai persiapan untuk

melewati "kebiasaan baru" di masyarakat perkotaan besar di Indonesia.

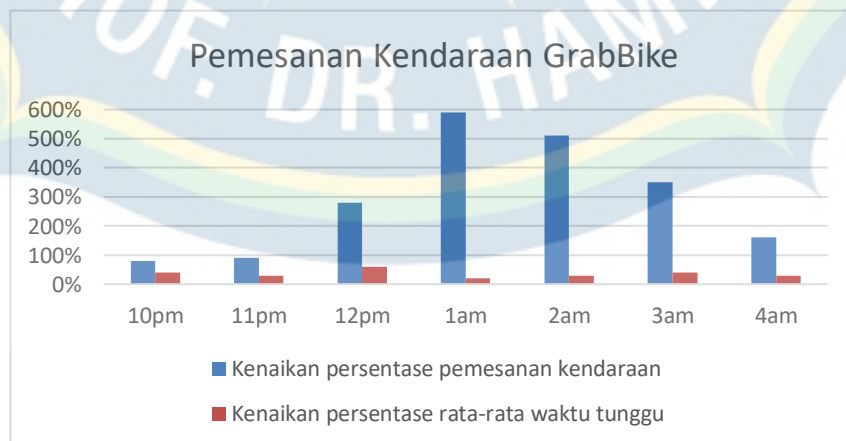
Otoritas public (Pemerintah) telah mulai melonggarkan pembatasan sosial secara bertahap dan memulai kembali aktivitas perekonomian setelah Coronavirus (*New Normal*). Meskipun demikian, masih ada banyak kekhawatiran tentang penyebaran infeksi Coronavirus “gelombang kedua”. Berdasarkan ulasan pengguna *ride-hailing* di Asia Tenggara, dinyatakan bahwa mengenakan penutup mulut (masker) saat mengemudi (77%), memberikan pembersih tangan (hand sanitizer) (71%), membersihkan kendaraan (disinfektan) sebelum memulai perjalanan (61%) adalah langkah-langkah untuk memerangi virus corona mulai saat ini.

Dalam Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 41 Tahun 2020 Tentang Pembetulan Peraturan Menteri Nomor PM 18 Tahun 2020 Tentang Pengendalian Angkutan Dalam Rangka Pencegahan Penyebaran Penyakit Covid 2019 (Virus Corona). Dinyatakan dalam pasal 11 bahwa :

- Kendaraan bermotor perseorangan berupa mobil penumpang dilakukan pembatasan jumlah penumpang dari jumlah kapasitas tempat duduk dan penerapan jaga jarak fisik (*physical distancing*).
- Sepedeh motor untuk tujuan melayani kepentingan masyarakat dan untuk kepentingan pribadi, dapat mengangkut penumpang dengan ketentuan harus memiliki protokol Kesehatan, Antara lain ;

- 1) Aktivitas lain yang diperbolehkan selama Pembatasan Sosial Berskala Besar.
- 2) Melakukan disinfektan kendaraan dan perlengkapan sebelum dan setelah selesai digunakan.
- 3) Menggunakan masker, sarung tangan dan *hand sanitizer*.
- 4) Tidak berkendara jika sedang mengalami suhu badan diatas normal.

Perhatian terhadap kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan semakin besar seiring berjalannya waktu, terlebih lagi dengan adanya pandemi Virus Covid-19 yang menyerang seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia. Persaingan yang ketat, khususnya di bidang transportasi, dimana banyak produsen yang terlibat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli, termasuk mengubah gaya berkendara dengan selalu mengikuti Protokol Kesehatan yang berlaku saat pandemi Covid-19 ini. Oleh karena itu, setiap organisasi penyelenggara transportasi berbasis internet harus menempatkan arah Kepuasan Pelanggan sebagai tujuan mendasar dan diterima sebagai kunci utama untuk memenangkan kompetisi. Grab adalah salah satu perusahaan berbasis aplikasi yang banyak menyediakan layanan seperti GrabBike, GrabCar, GrabExpress, Grab Taxi, GrabFood, Grab Assistant, GrabMart, GrabInsurance. Sama dengan kompetitornya seperti Gojek. Layanan yang banyak digunakan oleh banyak masyarakat di Jabodetabek adalah layanan Grabbike, Layanan GrabBike ini layanan yang menggunakan kendaraan bermotor untuk mengantar atau menjemput para pelanggannya, GrabBike ini menjadi salah satu layanan yang paling murah dan efisien, oleh karena itu banyak sekali yang menggunakan layanan ini untuk aktivitas transportasi sehari-harinya.



Sumber : Grab Indonesia 2020

Gambar 2.
Grafik Pemesanan Kendaraan GrabBike Sesuai Jam (Dalam Persen)

Kepuasan pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi akan memanfaatkan aplikasi tersebut semakin dimanfaatkan, terutama dengan jenis layanan yang diberikan dapat diterima. Ketahanan organisasi sangat bergantung pada pemenuhan pelanggannya dari satu sudut pandang dan kapasitas untuk menghasilkan manfaat di sisi lain.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh kualitas layanan dan promosi penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike Pada Masa Covid-19 Di Wilayah Bojong Kulur”**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas permasalahan yang bisa diidentifikasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat perbedaan kualitas layanan jasa transportasi online (Grab Bike) pada saat Covid-19.
2. Terdapat perbedaan promosi penjualan jasa transportasi online (Grab Bike) pada saat Covid-19.
3. GrabBike adalah jenis transportasi online menggunakan kendaraan bermotor dan memiliki harga yang terjangkau dibandingkan dengan yang lain.
4. Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada kepuasan pelanggan, jika harapannya lebih tinggi dari pada kinerja produk, maka pelanggan akan merasa tidak puas, dan apabila harapannya sama dengan atau lebih rendah dari pada kinerja produk maka pelanggan akan merasa puas.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang ada dan dapat diuraikan di atas, maka penulis dapat menentukan Batasan masalah agar peneliti dapat lebih fokus pada inti masalah yaitu hanya fokus kepada Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan terhadap kepuasan pelanggan Grab Bike di Bojong Kulur pada masa Covid-19.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian,

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GrabBike pada masa pandemi Covid-19?
2. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GrabBike pada masa pandemi Covid-19?
3. Apakah kualitas layanan dan promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GrabBike pada masa Covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk melaksanakan penelitian ini dengan baik, maka penelitian harus mempunyai tujuan, Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan GrabBike pada masa pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan GrabBike pada masa pandemi Covid-19.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan Grab Bike pada masa pandemi Covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang dipelajari saat kuliah serta menambah pengalaman sebagai pengembangan profesi dan karir di masa yang akan datang.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi ilmu mengenai pelayanan terhadap sebuah perusahaan untuk dijadikan acuan agar bisa meningkatkan sebuah pelayanan yang lebih baik lagi untuk kedepannya.

3. Bagi Investor dan Manajemen

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai alat untuk mengukur kemajuan perusahaan dan dapat memberikan informasi dalam menentukan kebijakan sebuah pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

Aspani (2018). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penggunaan Jasa Transportasi Grab Online di Kota Makassar”

Angelica Nadya Rizki, Eka Danta Jaya Ginting (2018). “Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grabbike di Kota Medan”

Agung Kresnamurti R.P, Sunenu, Ika Febrilia (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab”

Bustam, Nur Saymsu, Nurfajriani, Izmalinda, Tri Retno (2017) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiem Bongaya Makassar)

Chriswardana Bayu Dewa (2018). “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa GrabCar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta)”

Dian Firmansyah, Pryo Handoko (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Grabbike Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kabupaten Pendegelang”

David Adista (2019). “Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike di Universitas Krisnadwipayana”

Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi Ke Delapan. Cetakan kedelapan. Universitas Diponegoro, Semarang

Grab Indonesia *user survey* (n.d.) diunduh 2 Juni, 2020.
<https://www.grab.com/id/press/tech-product/sambut-new-normal-grab-berinovasi-berikan-standar-kebersihan-terbaik-bagi-para-pelanggan/>

Parentetical citations : (News From Grab Indonesia, 2020)

Narrative citations : News From Grab Indonesia (2020)

Jaclyn Halim (2007). “Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Jasa Hypermarket (Studi Deskriptif Terhadap Carefour Puri Indah)”

Kapuspen Haposan M.S, Raymen (2020). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Penggunaan Jasa Grab di Kota Batam”

- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Prenhalindo, 1997
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. *Principles of Marketing*. Terjemahan Wilhelmus W. Jakarta : Intermedia, 2016
- Lusiah, Djatmiko Voviantoro, Adhitya Akbar (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online”
- Lusiana, Salamun Pasda, Mustari, Muh. Ihsan said, Muh. Hasan (2020). “Pengaruh Realiability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangibels Terhadap Kepuasan konsumen Grabbike”
- Lerbin R. Aritonang R. *Kepuasan Pelanggan Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005
- Maria Yuvanda Nilam Satyakristi (2020) “Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike (Study Kasus Pada Mahasiswa STIESIA)”
- Merdek *user survey* (n.d.) diunduh 20 Oktober,2020
<https://www.merdeka.com/peristiwa/data-terkini-jumlah-korban-virus-corona-di-indonesia.html>
Paranthesis citations : (News From Merdeka , 2020)
Narrative citations : News From Merdeka (2020)
- Newswire – *Bisnis user survey* (n.d.) 7.34 WIB. 30 Desember, 2020
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20201230/98/1336798/bisnis-transportasi-online-masih-lesu-ini-strategi-grab-gojek>
Paranthesis citations : (News From Newswire - Bisnis, 2020)
Narrative citations : News From Newswire - Bisnis (2020)
- Rini (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab (Studi Kasus IAIN Metro)”
- Rangkuti, Freddy. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Rangkuti, Freddy. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Sumi Kasum, Sularto (2017). ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan GrabBike Di Jakarta Timur”

Setyawati Arum Dewi (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ojek Online (Ojol) Grabbike di Kota Tegal”

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2006

Toyib Saifudin (2018). “Analisis Kualitasn Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab”

Tjiptono, Fandi. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Andi, 2001

Tunggal, Amin Widjaja. *Konsep Dasar Customer Relationship Management*. Harvindo, 2000

Wisnu Tribaskoro (2007). “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Perusahaan Percetakan (Studi Deskriptif Terhadap PT. Mega Print - Bekasi)

Yasir Lana, Rahmi Widianti, Aris Setia Noor (2020). “Pengaruh Harga, Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Aplikasi Transportasi Online (Grabbike) Di Lingkungan Kampus Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)”