

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Tinjauan Pustaka.....	10
1.5.1 Tinjauan Teoritik.....	10
1.5.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
1.5.1.2 Pengertian Pemasaran Jasa.....	10
1.5.1.3 7P Pemasaran Jasa.....	11
1.5.2 Kualitas Pelayanan.....	13

1.5.2.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
1.5.2.2	Karakteristik Pelayanan.....	15
1.5.2.3	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	16
1.5.2.4	Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	17
1.5.2.5	Pengukuran Kualitas Pelayanan.....	18
1.5.2.6	Fator Penyebab Kualitas Pelayanan Buruk.....	21
1.5.3	Harga.....	22
1.5.3.1	Pengertian Harga.....	22
1.5.3.2	Indikator Harga.....	23
1.5.3.3	Tujuan Penetapan Harga.....	24
1.5.3.4	Isu-isu Sentral Dalam Penetapan Harga Jasa.....	25
1.5.3.5	Aspek Pengukuran Harga.....	27
1.5.3.6	Metode Penetapan Harga.....	29
1.5.4	Kepuasan Pelanggan.....	30
1.5.4.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	30
1.5.4.2	Strategi Kepuasan Pelanggan.....	31
1.5.4.3	Faktor-Faktor Yang Menjadi Indikator Kepuasan Pelanggan.....	33
1.5.4.4	Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	35
1.5.5	Loyalitas Pelanggan.....	37
1.5.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	37
1.5.5.2	Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	37
1.5.5.3	Pembentukan Loyalitas.....	38

1.5.5.4	Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas.....	39
1.5.6	Tinjauan Empirik.....	40
1.6	Konsep Yang Menghubungkan Antar Variabel.....	48
1.6.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	48
1.6.2	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	48
1.6.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	49
1.6.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	50
1.6.5	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	51
1.7	Kerangka Pemikiran.....	51
1.8	Hipotesis.....	53
1.9	Definisi Konsep Dan Definisi Operasional.....	54
1.9.1	Definisi Konsep.....	54
1.9.2	Definisi Operasional.....	55
1.10	Metode Penelitian.....	66
1.10.1	Tipe Penelitian.....	66
1.10.2	Ruang Lingkup Penelitian.....	66
1.10.3	Lokasi Penelitian.....	66
1.10.4	Sumber Data.....	66
1.10.5	Teknik Pengumpulan Data.....	67
1.11	Populasi, Sample, Teknik Sampling.....	67

1.11.1	Populasi.....	67
1.11.2	Sample.....	68
1.11.3	Teknik Sampling.....	69
1.12	Pengukuran Instrumen.....	69
1.12.1	Uji Validitas.....	69
1.12.2	Uji Reliabilitas.....	70
1.13	Teknik Analisis Data.....	71
1.13.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	71
1.13.2	Analisis Statistik Inferensial.....	71
1.13.3	Pengujian Hipotesis.....	75
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....		78
2.1	Sejarah PT GRAB.....	78
2.2	Visi dan Misi PT GRAB.....	80
2.2.1	Visi PT GRAB.....	80
2.2.2	Misi PT GRAB.....	81
2.3	Bidang Usaha Perusahaan.....	81
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....		83
3.1	Karakteristik Responden.....	83
3.2	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	88
3.2.1	Uji Validitas.....	88
3.2.2	Uji Reliabilitas.....	90
3.3	Teknik Analisis Data.....	91
3.3.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	91

3.3.2 Analisis Statistik Inferensial.....	129
3.4 Pembahasan.....	142
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	150
4.1 Kesimpulan.....	150
4.2 Saran.....	152

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index (TBI) tahun 2016-2018.....	2
Tabel 1.2	Daftar harga.....	4
Tabel 1.3	Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 1.4	Operasionalisasi Variabel, Indikator dan Item Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan <i>GRAB Bike</i>	57
Tabel 1.5	Ukuran skala likert.....	67
Tabel 3.1	Jumlah dan Persentase Usia Responden.....	83
Tabel 3.2	Jumlah dan Persentase Jenis Kelamin Responden.....	84
Tabel 3.3	Jumlah dan Persentase Pendidikan Terakhir Responden....	85
Tabel 3.4	Jumlah dan Persentase Pengeluaran Perbulan Responden..	86
Tabel 3.5	Jumlah dan Persentase Pengguna Jasa GRAB.....	87
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas.....	89
Tabel 3.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Tabel 3.8	Skala Pengukuran Nilai Rata-Rata Item Variabel.....	92
Tabel 3.9	Tanggapan Responden tentang <i>DriverGRAB-Bike</i> berpakaian bersih.....	92
Tabel 3.10	Tanggapan Responden tentang <i>DriverGRAB-Bikerapi</i>	93
Tabel 3.11	Tanggapan Responden tentang Media Komunikasi yang digunakan <i>GRAB-Bike</i> memadai.....	94

Tabel 3.12	Tanggapan Responden tentang atribut kendaraan <i>GRAB-Bike</i> lengkap.....	95
Tabel 3.13	Tanggapan Responden tentang kendaraan <i>Driver GRAB-Bike</i> layak pakai.....	96
Tabel 3.14	Tanggapan Responden tentang ketika hujan <i>Driver GRAB-Bike</i> bersedia meminjamkan jas hujan kepada pelanggan <i>GRAB-Bike</i>.....	97
Tabel 3.15	Tanggapan responden tentang pernyataan <i>Driver GRAB-Bike</i> mampu memenuhi pelayanan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan <i>GRAB-Bike</i>.....	98
Tabel 3.16	Tanggapan responden tentang pernyataan <i>Driver GRAB-Bike</i> mampu memenuhi pelayanan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan <i>GRAB-Bike</i>.....	99
Tabel 3.17	Tanggapan responden tentang pernyataan <i>Driver GRAB-Bike</i> mengemudi dengan baik saat mengantar pelanggan <i>GRAB-Bike</i>.....	100
Tabel 3.18	Tanggapan responden tentang pernyataan <i>Driver GRAB-Bike</i> mematuhi peraturan lalu lintas.....	101
Tabel 3.19	Tanggapan responden tentang pernyataan <i>Driver GRAB-Bike</i> menguasai jalan dan daerah yang dituju pelanggan <i>GRAB-Bike</i>.....	102
Tabel 3.20	Tanggapan responden tentang pernyataan <i>Driver GRAB-Bike</i> cepat tanggap terhadap pemesanan.....	103

Tabel 3.21	Tanggapan responden tentang pernyataan <i>Driver GRAB-Bike</i> menjemput pelanggan <i>GRAB-Bike</i> dengan cepat.....	104
Tabel 3.22	Tanggapan responden tentang pernyataan <i>Driver GRAB-Bike</i> mengutamakan keselamatan pelanggan <i>GRAB-Bike</i>....	105
Tabel 3.23	Tanggapan responden tentang pernyataan <i>GRAB-Bike</i> menjaga kerahasiaan data nomor ponsel pribadi pelanggan <i>GRAB-Bike</i>.....	106
Tabel 3.24	Rekapitulasi Rata-rata Item Variabel Kualitas Pelayanan..	107
Tabel 3.25	Tanggapan responden tentang pernyataan harga jasa <i>GRAB-Bike</i> terjangkau bagi mahasiswa.....	109
Tabel 3.26	Tanggapan responden tentang pernyataan harga jasa <i>GRAB-Bike</i> lebih murah dibandingkan dengan harga ojek <i>online</i> lainnya.....	110
Tabel 3.27	Tanggapan responden tentang pernyataan harga jasa <i>GRAB-Bike</i> memiliki daya saing yang kuat.....	111
Tabel 3.28	Tanggapan responden tentang pernyataan harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan jasa <i>GRAB-Bike</i>.....	112
Tabel 3.29	Tanggapan responden tentang pernyataan harga jasa <i>GRAB-Bike</i> sesuai dengan keamanan yang diberikan.....	113
Tabel 3.30	Tanggapan responden tentang pernyataan harga jasa <i>GRAB-Bike</i> sesuai dengan jarak yang ditempuh.....	114
Tabel 3.31	Rekapitulasi Rata-rata Item Variabel Harga.....	115

Tabel 3.32	Tanggapan responden tentang saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh jasa <i>GRAB-Bike</i>.....	116
Tabel 3.33	Tanggapan responden tentang saya akan menggunakan kembali jasa transportasi <i>GRAB-Bike</i>.....	117
Tabel 3.34	Tanggapan responden tentang saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh jasa <i>GRAB-Bike</i>, sehingga saya akan merekomendasikannya kepada teman dan kerabat....	119
Tabel 3.35	Tanggapan responden tentang saya merasa puas dengan kemudahan memesan <i>GRAB-Bike</i>, sehingga saya akan merekomendasikannya kepada teman dan kerabat.....	120
Tabel 3.36	Rekapitulasi Rata-rata Item Variabel Kepuasan Pelanggan	121
Tabel 3.37	Tanggapan Responden Tentang saya akan terus menggunakan kembali jasa <i>GRAB-Bike</i>.....	123
Tabel 3.38	Tanggapan Responden Tentang saya tidak akan beralih jasa transportasi lain selain <i>GRAB-Bike</i>.....	124
Tabel 3.39	Tanggapan Responden Tentang saya tetap akan menggunakan jasa <i>GRAB-Bike</i> walaupun banyak yang berkata buruk tentang <i>GRAB-Bike</i>	125
Tabel 3.40	Tanggapan Responden Tentang saya tetap akan merekomendasikan kepada teman maupun kerabat untuk menggunakan jasa <i>GRAB-Bike</i>.....	126

Tabel 3.41	Tanggapan Responden Tentang saya akan mengajak teman maupun kerabat saya untuk menggunakan jasa <i>GRAB-Bike</i>.....	127
Tabel 3.42	Rekapitulasi Rata-rata Item Variabel Loyalitas Pelanggan.	128
Tabel 3.43	Hasil <i>Outer Loading</i>.....	131
Tabel 3.44	Nilai AVE dan \sqrt{AVE}	132
Tabel 3.45	<i>Cross Loading</i>.....	133
Tabel 3.46	<i>Composite Reliability</i>.....	135
Tabel 3.47	Koefisien Determinasi.....	136
Tabel 3.48	Hasil Pengujian Hipotesis.....	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pra Survey transportasi <i>online</i> yang sering digunakan Mahasiswa di Kecamatan Depok.....	7
Gambar 1.2 Kerangka pemikiran.....	52
Gambar 1.3 Hipotesis.....	53
Gambar 1.4 Model Struktural atau <i>Inner Model</i>.....	75
Gambar 2.1 Perubahan Logo <i>GRAB</i>.....	78
Gambar 3.1 Diagram Jalur di Sertai Nilai Loading Faktor.....	130
Gambar 3.2 Model PLS Bootstrapping.....	137