

pengaruh Promosi Pelayanan Dan Tarif Terhadap Kepuasan Konsumen Grab di Kel, Dinoyo Malang

by Moh Ofar

Submission date: 14-Sep-2020 11:02PM (UTC-0400)

Submission ID: 1374781999

File name: f_Terhadap_Kepuasan_Konsumen_Grab_di_Kel,_Dinoyo_Malang.docx.pdf (110.71K)

Word count: 1072

Character count: 6558

**PENGARUH PROMOSI PELAYANAN DAN TARIF TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN GRAB DI KELURAHAN DINOYO
MALANG**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

MOH. OFAR

NIM : 2015120041

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI MALANG
2019**

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh promosi, pelayanan, tarif terhadap kepuasan konsumen, variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah promosi, pelayanan, tarif dan variabel terikat kepuasan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui simultan maupun parsial yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi online GRAB, penelitian ini dilakukan di daerah kel. dinoyo Malang. Pada masyarakat atau mahasiswa yang berada di daerah tersebut.

Populasi dan sampel yang digunakan adalah masyarakat yang ada di kel, dinoyo Malang. Sampel dari penelitian ini berjumlah 48 responden dan metode penelitian menggunakan purposive sampling dengan pendekatan kuantitatif.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa pelayanan dan tarif tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan hasil nilai t hitung $<$ dan nilai probabilitas signifikan $> 0,05$. Akan tetapi promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online GRAB dengan nilai t hitung $>$ t tabel dan nilai probabilitas signifikan $< 0,05$. Berdasarkan uji f pada penelitian ini menunjukkan signifikan yang berarti promosi, pelayanan, dan tarif memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

Kata Kunci : Promosi, pelayanan, tarif dan kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi seperti saat ini banyak para pemain pasar yang berbondong bondong untuk membuka pasarnya baik di pasar jasa ataupun di pasar barang oleh sebab itu, bagian pemasaran menjadi ujung tombak di setiap perusahaan, mengingat banyaknya pesaing yang berdatangan dari siap harinya untuk merebut calon konsumen oleh sebab itu bagian pemasaran harus tau apa yang diinginkan konsumen di setiap lini dan segmentasi konsumen di setiap daerah. Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan konsumen untuk melakukan transaksi jual beli dimana beberapa barang atau jasa di tawarkan di sana.

Seiring perkembangan zaman banyak dari pelaku bisnis beralih ke media online entah itu barang ataupun jasa seperti saat ini yang sedang marak atau yang biasa digunakan di kalangan konsumen yaitu ojol atau ojek online dimana di indonesia sendiri ada beberapa ojek online yaitu GO-JEK, Grab, Oke jek, indo-jek, Bang ojek, Heloojek, akan tetapi di antara banyaknya ojol di indonesia Go-jek adalah ojol tertua di antara ojol yang lain akan tetapi peneliti lebih memilih Grab untuk di jadikan bahan penelitian di karenakan melihat situasi dan juga yang di rasakan peneliti dimana peneliti juga

termasuk konsumen dari Grab, Grab lebih murah dibandingkan GO-jek, itulah sebabnya peneliti lebih memilih Grab di bandingkan ojol yang lain.

Grab adalah sebuah ojek online yang bergerak di bidang motor dan mobil peneliti lebih mengambil grab motor untuk dijadikan penelitian dalam tugas akhir kampus. Dalam penelitian ini yang menjadi pertimbangan adalah kepuasan konsumen dalam pemakaian jasa grab. Di dalam melakukan pemesanan konsumen cukup mendownload aplikasi grab dimana di dalam aplikasi tersebut terdapat beberapa pilihan yang dapat digunakan konsumen dalam menggunakan jasa grab, diantaranya GrabCar, Grab *bike*, Grab *Express Bike*, Grab *Food* Grab Pulsa, Grab Belanja. Di mana dari beberapa pilihan tersebut konsumen bisa menggunakan jasa Grab sesuai dengan keperluannya. Dan untuk tarif di dalam aplikasi sudah tertera berapa tarif yang harus dibayar oleh konsumen, untuk masalah pembayaran Grab mempunyai 3 pilihan yang pertama secara tunai, OVO dan OVO point, dengan demikian sangat mempermudah konsumen dalam melakukan pembayaran. Dalam melakukan pemesanan Grab *Bike* konsumen cukup menunggu di tempat dengan memberikan arah tujuannya sehingga setelah konsumen mendapatkan driver konsumen menunggu *driver* menjemput di tempat yang mereka pesan, Grab *Exprees* tidak jauh beda dengan Grab *Bike* hanya saja yang di bawa oleh *Driver* Grab berupa barang bukan orang dengan tujuan atau orang penerima harus jelas, Grab *Food* konsumencukup membuka

aplikasi Grab dan memilih menu makanan atau minuman yang ada setelah itu konsumen hanya tinggal menunggu *Driver* grab datang untuk mengantarkan pesanan, sangat simpel dan juga untuk penipuan sangat sedikit karena identitas *Driver* Grab sudah jelas tertera di kantor Grab sehingga jika ada penipuan konsumen cukup melaporkan *Driver* di dalam aplikasinya.

Andrew F. Manampiring Irvan Trang (2016) promosi adalah dimana perusahaan memperkenalkan produknya bagi konsumen jadi dapat di definisikan bahwa promosi adalah kegiatan untuk memperkenalkan, mengingatkan kembali, bagi konsumen dan juga di dalam jurnal yang di jadikan refrensi menunjukkan bahwa promosi dapat memberikan peningkatan penjualan bagi perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan biasanya melakukan genjotan promosi di akhir tahun atau biasa di sebut dengan cuci gudang, dengan harapan di awal tahun bisa mendapatkan penjualan yang sesuai dengan target dan jika bisa harus bisa melebihi target, akan tetapi dalam melakukan promosi ada beberapa hal yang aharus di perhatikan oleh perusahaan seperti biaya promosi, segmen promosi, tujuan promosi, ketiga hal tersebut sangat penting untuk di perhatikna mengingat pasar yang akan di tuju. Dalam promosi sdm juga sangat penting mengingat sdm mempunyai peran penting dalam kelangsungan hidup perusahaan dan biasanya yang menjadi sdm di bagian pemasaran.

Geta Ambartiasari, Rahman Lubis, Syafruddin Chan, (2017) menyatakan pelayanan adalah kualitas pelayanan yang diberikan sebuah instansi atau perusahaan harus maksimal di karenak untuk meningkatkan harga jual dari perusahaan tersebut dan langka langkah hang harus diperhatikan dalam melakukan pelayanan adalah harga jual, senyum, memek muka dari ketiga hal tersebut juga sangat penting dalam pelayanan karena jika dari ketiga hal tersebut tidak bisa memuaskan konsumen maka berdampak fatal bagi perusahan, perusahaan bisa mengalami penurunan minat dari konsumen, supaya hal tersebut tidak terjadi maka perusahaan harus sangat memperhatikan di bagian pelayanan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan *Driver* Grab terhadap kepuasan konsumen?
3. Bagaimana pengaruh tarif terhadap kepuasan konsumen?
4. Bagaimana pengaruh promosi, pelayanan *Driver* Grab, dan tarif secara simultan terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat disusun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan *Driver* Grab terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh tarif terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, pelayanan *Driver* Grab, dan tarif secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat menjadi masukan mengenai sangat pentingnya loyalitas parakonsumen Grab, jika konsumen Sudah merasa puas dengan kebijakan Grab maka dengan otomatis mereka akan loyal, dan jika konsumen merasa loyal bukan tidak mungkin konsumen ,menggunakan kembali jasa Grab.

b. Bagi penulis

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang dunia bisnis yang sebenarnya dan meningkat pengetahuan, juga sebagai tugas akhir kampus.

pengaruh Promosi Pelayanan Dan Tarif Terhadap Kepuasan Konsumen Grab di Kel, Dinoyo Malang

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

publikasi.unitri.ac.id

Internet Source

10%

2

Submitted to Mt. Eden High School

Student Paper

4%

3

Submitted to Doral Academy High School

Student Paper

2%

4

repository.usd.ac.id

Internet Source

2%

5

id.123dok.com

Internet Source

1%

6

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

1%

7

www.coursehero.com

Internet Source

1%

8

id.scribd.com

Internet Source

1%

9

eprints.uny.ac.id

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

pengaruh Promosi Pelayanan Dan Tarif Terhadap Kepuasan Konsumen Grab di Kel, Dinoyo Malang

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7
