

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN JASA OJEK ONLINE
(GOJEK) TERHADAP KEPUASAAN MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PALEMBANG**

Skripsi



Nama : Tri Yulinda

Nim : 212018259

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022**

**PENGARUH HARGA PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN JASA OJEK ONLINE
(GOJEK) TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PALEMBANG**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : Tri Yulinda

NIM : 212018259

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tri Yulinda

NIM : 212018259

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Metodologi Penelitian : Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa jasa ojek online Gojek di Universitas Muhammadiyah Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.



Palembang, 21 Mei 2021

Tri Yulinda

Nim 202018259

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

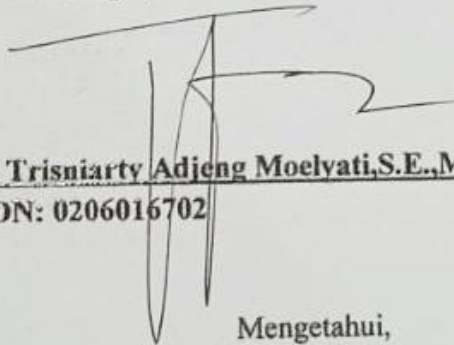
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Jasa Ojek Online
(Gojek) Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Tri Yulinda
NIM : 212018259
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

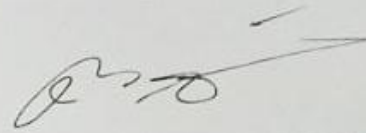
Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal

Pembimbing I,



Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M
NIDN: 0206016702

Pembimbing II



Mardiana Puspasari, S.E., M.Si
NIDN: 0226107001

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Progrma Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 022905750

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya bersama kesulitan pasti ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”

(QS. Al-Insyirah 6-7)

“Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik pelindung”

(QS. Ali Imran : 173)

“Serahkan semuanya kepada Allah maka niscaya tidak akan ada yang sia-sia”

(Tri Yulinda)

Mempersembahkan ini kepada :

- Orang Tua
 - Agusman
 - Rokimah (Almh)
- Saudara/i
 - Ari Rahmansyah
 - Syamsuddin Junior
 - Sri Rahmawati
- Keluarga tercinta, keluarga besarku
- Serta teman-teman seperjuanganku



PRAKATA

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Jasa Ojek Online Gojek Universitas Muhammadiyah Palembang”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku tercinta telah merawat, mendidik, mendo'akan dan memberikan dorongan semangat kepada penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelayati R , S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi saya yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya.
5. Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi saya yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua dan ayuk serta kakak ku yang selalu mendoakan dan terimakasih atas segala yang telah diberikan kepada saya dan tak lupa juga untuk keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran skripsiku.
8. Sahabat seperjuangan Ari, Jaman, Putri, Aldi, Ragil, Aldi, Suci yang telah banyak membantu serta memberikan sumbangsih pemikiran, semangat dalam memperlancar penulisan skripsi dan sudah menemani lebih kurang 4 tahun selama perkuliahan

9. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2018 yang telah memberikan do'a serta dukungan.

Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, akan tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabikul Khoirot Wassalamu'alaikum

Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Palembang, Agustus 2022

Tri Yulinda

NIM 212018259

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PRAKATA	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xiii
HALAMAN LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	10
B. Kerangka Pemikiran.....	24
C. Hipotesis.....	26

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	27
B. Lokasi Penelitian.....	28
C. Operasional Variabel.....	29
D. Populasi Dan Sampling.....	30
E. Data Yang Diperlukan.....	31
F. Metode Pengumpulan Data.....	32
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis.....	33

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	42
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	63

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Jenis Penelitian.....	72
B. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA.....	75
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	77
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Pendapat pelanggan terhadap pelayanan Ojek Online Gojek di Universitas Muhammadiyah Palembang.....	5
Tabel II.1 Operasionalisasi Variabel.....	30
Tabel III.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	48
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Harga.....	48
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Promosi.....	49
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	50
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel IV.8 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	52
Tabel IV.9 Variabel Harga (X1).....	54
Tabel IV.10 Variabel Promosi (X2).....	56
Tabel IV.11 Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	58
Tabel IV.12 Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel IV.13 Hasil Uji F.....	62
Tabel IV.14 Hasil Uji t.....	63
Tabel IV.15 Hasil Koefisien Determinasi.....	6

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Jadwal Penelitian	77
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian	78
Lampiran 3. Tabulasi	82
Lampiran 4. Uji Validitas dan Realibitas	85
Lampiran 5. Uji Regresi Linier Berganda, Uji F dan Uji t	89
Lampiran 6. Tabel Distribusi F	90
Lampiran 7. Tabel Distribusi t	91
Lampiran 8. Tabel Distribusi R.....	92
Lampiran 9. Biodata Penulis	93
Lampiran 10. Plagiarisme	94
Lampiran 11. Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi	95

Abstrak

Tri Yulinda/212018259/2022/Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Jasa Ojek Online (Gojek) Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Jasa Ojek Online (Gojek) secara simultan dan parsial terhadap Kepuasan Mahasiswa Jasa Universitas Muhammadiyah Palembang. Penelitian ini menggunakan 68 sampel. Jenis penelitian yang digunakan asosiatif, data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi. Hasil analisis Regresi Linier Berganda variabel mempunyai koefisien regresi positif berarti bahwa Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap perubahan Kepuasan Mahasiswa. Hasil analisis uji F yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Jasa Ojek Online (Gojek) Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil uji Hipotesis t secara parsial menunjukkan bahwa Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa. Analisis Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa 51,5% perubahan terhadap kepuasan Mahasiswa disebabkan oleh besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian, sedangkan sisanya 48,5% disebabkan oleh variabel lain yang tidak ada didalam penelitian ini.

Kata kunci : Harga, Promosi, dan kualitas Pelayanan

Abstrak

Tri Yulinda/212018259/2022/The Influence of Price, Promotion and Service Quality on Student Satisfaction with Gojek Online Ojek Services, University of Muhammadiyah Palembang.

This study aims to determine the effect of Price, Promotion and Service Quality simultaneously and partially on Student Satisfaction of Gojek Online Ojek Services, University of Muhammadiyah Palembang. This study used 68 samples. The type of research used is associative, the data used is primary data. The data collection technique used is a questionnaire. The analysis technique used is Multiple Linear Regression analysis, F test, t test and Coefficient of Determination. The results of the Multiple Linear Regression analysis, the variable has a positive regression coefficient, meaning that the price, promotion and service quality have a positive influence on changes in student satisfaction. The results of the analysis of the F test conducted showed that there was a significant effect of Price, Promotion and Service Quality on Student Satisfaction with Gojek Online Ojek Services, University of Muhammadiyah Palembang. The results of the partial t hypothesis test show that price, promotion and service quality have a significant effect on student satisfaction. The coefficient of determination analysis shows that 51.5% of changes in student satisfaction are caused by the large contribution of the independent variables to the dependent variable in the study, while the remaining 48.5% is caused by other variables not included in this study.

Keywords: Price, Promotion, and Service quality

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi yang saat ini terjadi di semua negara tanpa terkecuali Indonesia telah merubah banyak aspek kehidupan masyarakat seperti budaya, ekonomi, dan pendidikan. Salah satu akibat dari globalisasi ini adalah meningkatnya pergerakan atau perpindahan masyarakat dari satu tempat ke tempat yang lain dan terjadi dalam waktu yang cepat. Perpindahan ini tidak hanya terjadi atau dibutuhkan oleh manusia tetapi juga terjadi kepada barang dan jasa. Peningkatan akan perpindahan masyarakat dan barang dari satu tempat ke tempat yang lain akan diiringi dengan meningkatnya kebutuhan sarana transportasi yang memadai. Kebutuhan sarana transportasi untuk memindahkan orang dan barang akan berusaha dipenuhi dengan kehadiran angkutan umum. Angkutan umum menyediakan jasa untuk memindahkan orang dan barang dari tempat asal menuju tempat yang dikehendaki. Kegiatan dari transportasi memindahkan barang (*commodity of goods*) dan penumpang dari satu tempat (*origin atau port of call*) ke tempat lain (*part of destination*), maka dengan demikian pengangkut menghasilkan jasa angkutan atau dengan perkataan lain produksi jasa bagi masyarakat yang membutuhkan sangat bermanfaat untuk pemindahan atau pengiriman barang-barangnya.

Keberadaan ojek sekarang ini tidak bisa dipandang sebelah mata sebagai angkutan biasa. Jasa layanan ojek telah memasuki era baru dengan lahirnya

layanan ojek berbasis online . Layanan ojek berbasis online merupakan sebuah era yang memanfaatkan jaringan internet dengan menciptakan startup atau aplikasi pemesanan ojek secara online yang telah merubah ojek dari pangkalan menjadi berbasis online melalui aplikasi pada smartphone. Layanan ojek online berhasil menawarkan berbagai keunggulan dibandingkan angkutan umum lain yang tersedia saat ini. Ojek online ini sangat berbeda system pada ojek ojek biasa yang sudah ada dari dahulu yaitu kita harus mencari nya di jalan secara manual terlebih dahulu dan membayar dengan tarif yang disepakati antara tukang ojek dan penumpang nya. Tapi di ojek online ini masyarakat hanya tinggal menginstall aplikasi yang sudah disediakan oleh perusahaan ojek online lalu dengan memilih menu yang tersedia kita sudah dapat melihat ojek online yang ada di sekitar tempat kita berada, jadi dapat langsung diposisikan dengan yang terdekat sehingga dapat cepat menjemput kita. Lalu kita tinggal memasukkan alamat tujuan dan seketika muncul tarif yang harus dibayar oleh pengguna berdasarkan jarak kilometer, bukan hanya untuk sarana transportasi saja ojek online ini juga dapat kita gunakan untuk keperluan membeli makanan / mengambil barang-barang kita di suatu tempat.

Gojek merupakan salah satu penyedia layanan jasa transportasi online khususnya sepeda motor. Gojek adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi Ojek. Gojek menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian di tengah kemacetan. Aplikasi Gojek dapat diunduh pada smartphone yang memiliki system operasi iOS dan Android. Gojek memanfaatkan media elektronik, dengan itu akses untuk

pemesanan jasa ojek lebih mudah bagi konsumen ojek khususnya di kota Medan. Dengan menggunakan aplikasi di smartphone kemudian gojek akan menjemput konsumennya dan mengantar pelanggan sampai pada tempat tujuannya.

Pemasaran adalah kegiatan menyeluruh dan terencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau institusi dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi permintaan pasar. Tujuan utamanya yaitu untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan. Menurut Sumarwan dalam Meithiana (2015:17) Pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi kebutuhan konsumen, sehingga terjadi transaksi atau penukaran antara produsen dengan konsumen.

Perusahaan tidak tertinggal dalam persaingan, maka perlu adanya kepuasan pelanggan, agar pelanggan merasa puas. Menurut Kotler dalam Meithiana (2019:82) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Faktor harga juga difokuskan perusahaan untuk daya minat pelanggan agar bisa tertarik untuk melakukan pembelian. Menurut Buchori Alma dalam Meithiana (2019:39) Harga (Price) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Bukan hanya harga, Promosi juga berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Buchari dalam Rina Anggriana dkk (2017:140)

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa, tujuan promosi memperoleh perhatian, menididik, mengingatkan dan meyakinkan calon pelanggan

Selain promosi kualitas pelayanan juga penting karena pelayanan yang baik menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam Meithiana (2019:61), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Faktor harga dan promosi merupakan salah satu faktor terpenting didalam bauran pemasaran, dua variabel di dalam bauran pemasaran ini saya gunakan berhubungan dengan perusahaan jasa yang saya teliti. Serta kualitas pelayanan yang tepat dapat membuat konsumen merasakan kepuasan di jasa ojek online Gojek. Dalam hal ini saya memilih pelanggan wilayah kampus Universitas Muhammadiyah Palembang.

Tabel 1.1
 Hasil Pra Riset Mengenai Kepuasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah
 Palembang

No	variabel	Indikator	Setuju	Tidak setuju
1	Kepuasan Pelanggan	1. Kesesuaian harapan	11	19
		2. Kesiediaan merekomendasikan	12	18
2	Harga	1. Keterjangkauan harga	14	16
		2. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan	11	19
3	Promosi	1. Advertising (periklanan)	13 15	17 15
		2. Interactive Marketing (kegiatan langsung untuk menarik perhatian)		
4	Kualitas Pelayanan	1. Reliability (Keandalan)	16	14
		2. Responsiveness (Ketanggapan)	11	19

Sumber : Hasil Survei 2021

Kepuasan Pelanggan

Hasil prariset responden pada indikator kesesuaian harapan cukup banyak responden yang setuju dengan indikator tersebut, perbandingan dari 30 responden yang menjawab, 11 responden yang menjawab setuju dan 19 responden yang menjawab tidak setuju. Indikator ini menunjukkan bahwa dalam kesesuaian harapan ojek online Gojek dapat membuat pelanggan akan merasa puas. Kesiediaan merekomendasikan, pada indikator 12 responden setuju dan 18 responden tidak setuju, indikator ini menunjukkan bahwa responden tidak merekomendasikan karena kurang merasa puas pada ojek online Gojek.

Harga

Keterjangkauan Harga. Hasil Prariset responden pada indikator Keterjangkauan Harga terdapat 14 responden yang menyatakan setuju dan 16 responden menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan harga ojek online Gojek yang dapat dijangkau oleh semua kalangan. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan, pada indikator 11 responden yang menyatakan setuju dan 19 responden yang menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan kesesuaian harga dalam ojek online Gojek tidak sesuai dengan kualitas pelayanannya.

Promosi

Melakukan pembelian ojek online Gojek melalui media periklanan, pada indikator ini 13 responden menyatakan setuju dan 17 responden menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan iklan yang ditayangkan mempengaruhi pelanggan karena iklan yang ditayangkan menarik. Kegiatan langsung untuk menarik perhatian, pada indikator ini 15 responden menyatakan setuju dan 15 responden menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan bahwa kegiatan langsung tersebut dalam menarik perhatian pelanggan untuk menggunakan ojek online Gojek.

Kualitas Pelayanan

Keandalan dalam ojek online Gojek, pada indikator ini 16 responden menyatakan setuju dan 14 responden menyatakan tidak setuju . Indikator ini menunjukkan didalam kualitas pelayanan ojek online Gojek dapat membuat harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Ketanggapan

dalam ojek online Gojek, pada indikator ini 11 responden menyatakan setuju dan 19 responden menyatakan tidak setuju, indikator ini menunjukkan bahwa ojek online Gojek tidak tanggap dalam memberikan pelayanan yang cepat.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Jasa Ojek Online Gojek Universitas Muhammadiyah Palembang”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Adakah Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Jasa Ojek Online (Gojek) Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Adakah Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?
3. Adakah Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?
4. Adakah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Jasa Ojek Online (Gojek) Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dalam memahami ilmu manajemen pemasaran dan mengaplikasikan teori yang telah dipelajari di bangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan berguna dan pertimbangan yang bermanfaat bagi pihak terkait untuk lebih mengetahui seberapa besar pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap

kepuasan mahasiswa jasa ojek online Gojek di Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan bagi ilmu pengetahuan, serta dapat menjadikan acuan atau kajian bagi penulisan yang akan datang terhadap topik yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, K. &. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Andrew E F dan Lilik I. (2018). Pengaruh lokasi harga promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan ojek online . *Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya*, 169-178 Vol. 02 No. 02.
- Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang: Literasi Nusantara.
- Cindy Papyayanti. (2020). Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek Online Go-Jek . *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta* , 1-20.
- Diah Isnaini Asiati, & Diah Isnaini Asiati, d. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis* . Palembang: NoerFikri.
- Fifin Anggraini dan Anindhya Budiarti. (2020). Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Manajemen, Sekolah tinggi ilmu ekonomi Indonesia*, 88-94 Vol. 08 No. 03.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Keller, K. &. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Erlangga.
- M Iqbal Hasan. (2015). *Pokok-Pokok Materi Statistitik 2 (Statistik Inferensif)*. Jakarta: PT Bumi Aksara .
- Rina, A. d. (2017). Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online "OM-JEK" JEMBER. *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 140-156 Vol. 07 No. 02.
- Siti Mabruroh dkk. (2020). Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Gojek Pada Mahasiswa UNISMA Di Kota Malang. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang* , 59-73.

Siti Nur Aini, d. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab Di Kota Malang. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Kanjuruhan Malang*, 1-5 Vol. 07 No. 02.

Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif* . Bandung: Alfabeta.