

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN GRAB DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



**Skripsi**

**Nama :Ayutin Habsari**

**Nim : 212015109**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2019**

**Skripsi**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN GRAB DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada Program Strata Satu Fakultas  
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Palembang**



**Nama : Ayutin Habsari**

**Nim : 212015109**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2019**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

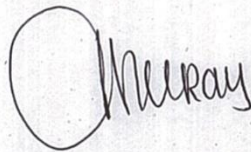
**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**Judul** : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap  
Kepuasan Pelanggan Grab Di Fakultas  
Ekonomi Dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Palembang

**Nama** : Ayutin Habsari  
**Nim** : 212015109  
**Fakultas** : Ekonomi  
**Program Studi** : Manajemen  
**Konsentrasi** : Pemasaran

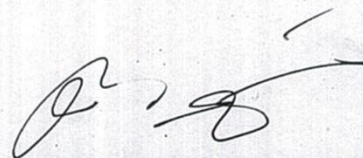
**Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal, Juli 2019**

**Pembimbing I,**



**Hj.Maftuhah Nurrahmi, S.E, M.Si**  
**NIDN:0216057001**

**Pembimbing II,**



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

**Mengetahui  
Dekan  
U.B. Ketua Program Studi Manajemen**



**Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E, M.Si**  
**NIDN:0216057001**



## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ayutin Habsari  
Nim : 212015109  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis 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 dalam 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, Juli 2019

  
Ayutin Habsari

## ABSTRAK

*Ayutin Habsari/212015109/2019/Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang/Manajemen Pemasaran*

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Grab di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Grab di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang . Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dimana variabel itu saling berkaitan. Variabel yang dimaksudkan adalah kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*),serta variabel kepuasan pelanggan yang secara keseluruhan dikembangkan menjadi 21 indikator. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dengan 68 orang sebagai sampel menggunakan teknik purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda.

Hasil analisis menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan dan parsial variabel kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Grab di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

**Kata Kunci : adalah kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) dan kepuasan pelanggan**



Abstract

*Ayutin Habsari / 212015109/2019. The Influence of Service Quality on Grab's Customer Satisfaction at Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Palembang/Marketing Management*

*The problem of this study was whether there was an influence of service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) on Grab's customer satisfaction at the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Palembang. The objective of this study was to find out the influence of service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) on Grab's customer satisfaction at the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Palembang. This research was an associative study which is to find out the relationship between two or more variables where the variables were interrelated. The intended variables were service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy), and customer satisfaction variables which were overall developed into 21 indicators. The population of this study was students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Palembang with 68 people as samples by using purposive sampling technique. The data used was primary data while the data collection technique was a questionnaire. The analysis technique used was Multiple Linear Regression. The results of the analysis showed that there was an influence simultaneously and partially of service quality variables (tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy) on Grab's customer satisfaction at the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Palembang*

**Keywords** : *service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy) and customer satisfaction*

PERNYATAAN

NO. 408/2019

VII/2019

Tanggal

Lembaga

Universitas Muhammadiyah Palembang





# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PRAKATA

**Assalamu'alaikum. Wr. Wb.**

Alhamdulillah dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas nikmat kesehatan, rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan penulisan penelitian ini.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan variabel yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan Grab di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, terdapat 21 indikator dengan 68 sampel. Pada tehnik analisis penulis menggunakan tehnik regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi.21.0.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada ayahanda dan Ibunda tercinta. Mereka adalah orang yang telah banyak berjasa dan menyayangi penulis dengan tulus. “*Wahai Tuhanku, kasihilah keduanya, sebagaimana mereka mengasihi aku sejak kecil*”.

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kelemahan yang terdapat didalamnya baik isi ataupun penyajian, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan serta informasi yang didapatkan penulis.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak DR.Abid Djazuli,S.E.,MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, SE., MM., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE.,M.Si. Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Diah Isnaini, SE.,M.Si Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE.,M.Si. selaku Pembimbing 1 dan Ibu Mardiana Puspasari, Se.,M.Si selaku Pembimbing II yang telah sabar mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat di selesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah memberikan izin penulis melakukan penelitian dan membantu memberikan saran kepada penulis.
7. Keluarga Besar ku tercinta yang telah memberikan do'a serta dukungannya kepada penulis selama menempuh pendidikan.
8. Teman-teman tercinta semasa kuliah, keluarga besar paket 04, teman-teman konsenterasi pemasaran, keluarga KKN posko 201, serta teman-teman seperjuangan disaat bimbingan terimakasih atas dukungan dan bantuannya.



9. Sahabat tercinta Agis, Wulan, Laras , Nina, Nuri, terimakasih atas kebersamaannya selama ini terkhusus untuk Agis yang selalu menemani, dukung dan memberi semangat.
10. Orang tercinta yang selalu mendukung dan menemani setiap proses penulisan hingga selesai

Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat, bagi Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang pada khususnya dan untuk semua pihak yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang pada umumnya. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan dalam penulisan penelitian ini. Semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT, Aamiin.

**Wassalamu'alaikumWr. Wb.**

**Palembang, juli 2019**

**Penulis**

**( AyutinHabsari )**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN DEPAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>11</b>
<b>DAN HIPOTESIS</b>	
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Sebelumnya .....	19
C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis.....	22
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi Penelitian.....	24
C. Operasionalisasi Variabel.....	24
D. Populasi Dan Sampel .....	26
E. Data Yang Diperlukan.....	27
F. Metode Pengumpulan Data .....	28
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	29

<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Hasil Penelitian .....	36
B. Tabulasi Hasil Penelitian .....	48
C. Pembahasan Hasil Penelitian Dan Perbedaan Penelitian.....	73
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>82</b>
A. Simpulan .....	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	85
Lampiran .....	86



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin cepat dan kemajuan perekonomian yang lebih makmur, perubahan social budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih, sarana transportasi serta komunikasipun semakin maju dan mudah sehingga membuat aktivitas manusia semakin cepat dan praktis. Di era modern ini teknologi dan komunikasi berkembang dengan sangat pesat dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, kedua hal tersebut sangat penting untuk mempermudah pekerjaan. Manusia saat ini mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk melakukan aktivitas tersebut memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang/alat bantu untuk mempermudah dalam melakukan aktivitasnya.

Perkembangan zaman yang makin pesat, semakin hari manusia semakin kreatif dan inovatif menciptakan bisnis baru, terutama bisnis yang menyediakan jasa transportasi. Karena manusia pada zaman sekarang membutuhkan transportasi yang cepat, nyaman, aman dan mudah ditemukan. Didaerah perkotaan Indonesia seperti kota Palembang yang penduduknya lumayan padat, dan masyarakat banyak yang menggunakan kendaraan pribadi sehingga memicu terjadinya kemacetan. Membuat masyarakat yang

menggunakan transportasi umum menjadi jenuh ketika menghadapi kondisi kemacetan yang terjadi.

Permasalahan transportasi yang beremunculan, semakin banyak pula bisnis sektor jasa transportasi yang berpeluang untuk berbisnis, seperti bisnis dalam skala besar taxi, bus sampai skala kecil becak motor, angkot ataupun ojek pangkalan. Untuk memenuhi kebutuhan akan jasa transportasi tersebut, perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang tidak hanya baik dan berkualitas tetapi juga inovatif. Sehingga perusahaan jasa transportasi membuat inovasi yang mempermudah masyarakat serta mempersingkat waktu perjalanan, yaitu dengan menghadirkan ojek online di tengah-tengah masyarakat..

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan pelanggan dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Fandy Tjiptono (2015:78) Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi konsumen yang membandingkan harapan pembelian dan persepsi kinerja setelah pembelian. Indikator kepuasan pelanggan dapat digambarkan seperti kondisi kendaraan yang bagus, harga yang terjangkau, ketepatan pencarian lokasi, pelayanan yang cepat, komunikasi yang baik antara driver dengan pelanggan dan pengertian dengan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal untuk memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman, dkk., yang dikutip Rambat Lupiyoadi (2011:182) kualitas pelayanan mencakup beberapa aspek yang meliputi: kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (*tangible*) dapat diukur melalui kelengkapan atribut kendaraan, harga yang terjangkau, kondisi kendaraan bagus. Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya memuaskan (*reliability*) dapat diukur melalui ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk setiap pelanggan, ketepatan pencarian lokasi. Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsiveness*) dapat diukur melalui pelayanan yang cepat, penyampaian informasi yang jelas, kesediaan mengatasi masalah. Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan (*assurance*) dapat diukur melalui keamanan yang terjamin, sopan santun serta



ramah dengan pelanggan, komunikasi yang baik antara driver dengan pelanggan. Memberikan perhatian yang tulus atau bersifat pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen (*empathy*) dapat diukur melalui pengertian dengan pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan serta waktu yang fleksibel.

Rambat Lupiyoadi dan Hamdani (2009: 65), juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun pelayanan/jasa adalah suatu barang yang tidak berwujud, namun pelayanan dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seseorang. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena terjadinya interaksi antara konsumen dengan pihak perusahaan. Sesuai dengan konsep kepuasan konsumen, bahwa kepuasan konsumen dapat tercapai bila kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen. Jadi, baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sangatlah mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan

yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut kemulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek online di Indonesia yang dikenal dengan nama Go-Jek, Grab, UBER, dan Anterin. Semua memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda, namun dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi online berbasis Android dan IOS. Grab telah dipercaya oleh pelanggannya dalam membantu aktifitasnya sehari-hari. Sebagai perusahaan yang sedang berkembang pesat, Grab sering kali meningkatkan pelayanan dengan cara memberikan promosi potongan harga dengan terdapat beberapa kode promo jika konsumennya hendak memesan layanan jasa transportasi tersebut lewat aplikasinya dan Grab juga menawarkan metode pembayaran non-tunai dimana memberikan kebebasan bagi konsumennya dalam memilih metode pembayaran dapat menggunakan cash ataupun pembayaran non-tunai dengan GrabPay.

Seperti yang kita tahu, metode pembayaran Grab non-tunai saat ini menggunakan OVO, yang sebelumnya memiliki metode pembayaran sendiri yaitu Grab Pay, namun sepertinya tidak lolos mendapatkan izin untuk menjadi uang elektronik sendiri oleh BI sehingga saat ini menggandeng OVO. Dengan menggunakan OVO kita akan semakin mudah melakukan pembayaran layanan Grab. Seperti GrabBike, GrabCar, GrabFood, ataupun GrabExpress. Dengan menggunakan OVO kita tidak perlu ribet menggunakan uang tunai. Dengan OVO semuanya jadi praktis. Selain itu, pembayaran Grab menggunakan OVO biasanya mendapatkan tarif promo tertentu sehingga jauh lebih murah daripada menggunakan uang cash. OVO juga memberikan royalti pada pengguna setianya yang disebut OVO Points. OVO Points ini bisa digunakan untuk bertransaksi layaknya OVO Cash (saldo utama OVO) seperti pembelian di merchant dan lain-lain. Nominal yang tampil di OVO Points adalah sama seperti rupiah. Bedanya, OVO Points tidak dapat ditransfer. Hanya bisa digunakan untuk transaksi sendiri. Sedangkan OVO Cash (saldo utama) bisa. Dan menggunakan OVO Cash untuk berbelanja biasanya akan mendapat cashback dan masuk ke OVO Points yang nantinya bisa kita pakai lagi. Untuk pembayar Grab, secara default menggunakan OVO Cash. Jadi saldo OVO Cash kitalah yang akan dipakai untuk pembayaran Grab jika akun Grab kita sudah kita hubungkan dengan OVO.

Selain itu lewat aplikasi Grab pelanggan dapat menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran kemudian akan tampil tarif yang perlu



dibayar untuk layanan tersebut. Tarif yang ditetapkan juga berbeda dengan tarif taksi pada umumnya yang terlampau lebih mahal. Dengan ditampilkannya tarif langsung saat memesan maka pelanggan akan lebih mudah dan tahu berapa biaya yang harus disiapkan. Biaya perjalanan pada layanan Grab juga tidak akan pernah berubah meskipun perjalanan menuju tempat yang hendak dituju melewati jalanan yang macet, konsumen hanya perlu membayar biaya sesuai dengan yang tertera di aplikasi ketika melakukan pemesanan.

Melihat hal tersebut peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan pada pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, sebuah perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima atau dirasakan pelanggan sesuai hingga melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggannya. Semakin banyaknya ojek online berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga dan banyaknya alternatif pilihan jasa ojek online. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan ojek online khususnya Grab harus bisa menciptakan kepuasan pelanggan.

Konsumen adalah satu-satunya yang dapat menilai baik buruknya suatu kualitas pelayanan. Konsumen dapat menilai apakah pelayanan yang

telah diterima sesuai dengan pelayanan yang diharapkan. Layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan menentukan konsumen untuk kembali lagi dan menggunakan layanan, atau dengan kata lain perusahaan dapat memuaskan konsumen sehingga menciptakan loyalitas konsumen.

Terkait mengenai kepuasan konsumen telah dilakukan pra-riset terhadap 30 pengguna pelayanan transportasi online Grab di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dengan hasil survey sebagai berikut :

Tabel I.1  
Tanggapan Pelanggan Terhadap Grab

No	Indikator	Ya	Tidak
1	Cara pemesanannya lebih mudah untuk dilakukan	25 orang	5 orang
2	Keamanan berkendara selalu jadi prioritas utama	21 orang	9 orang
3	Kecepatannya sampai tujuan selalu tepat waktu	18 orang	12 orang
4	Harganya terjangkau sehingga pelanggan lebih efisien	25 orang	5 orang

Sumber: Hasil Wawancara, April 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa alasan konsumen menggunakan jasa Grab karena cara pemesanannya lebih mudah untuk

dilakukan, 25 orang (83%) setuju dan 5 orang (17%) tidak setuju, keamanan saat berkendara selalu diutamakan 21 orang (70%) setuju dan 9 orang (30%) tidak setuju,, kecepatan sampai ke tujuan 18 orang (60%) setuju dan (40%) tidak setuju, harga yang terjangkau sehingga pelanggan bisa lebih efisien 25 orang (83%) setuju dan (17%) tidak setuju.

Berdasarkan uraian di atas, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Grab Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Grab Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Bagi Penulis

Penelitian bermanfaat menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari perkuliahan yang telah diterima dan di praktekkan kedalam penelitian yang sebenarnya.

##### 2. Bagi Pelanggan

Sebagai bahan pertimbangan bagi pelanggan dalam memilih jasa yang dilihat dari segi kinerja sehingga dapat sesuai dengan dengan apa yang diharapkan.

##### 3. Bagi almamater

Penelitian dapat bermanfaat untuk menjadikan referensi bagi peneliti yang akan meneliti tentang kualitas pelayanan Grab tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

Danang Sunyoto.2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Cetakan Kedua. Jakarta:Buku Seru

Erna Nia Damayanti. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Ojek Online Grab Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan GrabBike. Unisba. 4(2)

Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI

Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI

Harun Al Rasyid. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan PemanfaatanTeknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Ecodemica*,1(2)

Kotler, P. dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Ketiga Belas, Diterjemahkan Oleh Bob Sabran,MM, Jakarta:Erlangga

Rambat Lupiyoadi. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta:Salemba Empat

Riduwan, (2014). *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: alfabeta

Rambat Lupiyoadi. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta:Salemba Empat

M Iqbal Hasan. 2012. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Edisi Kedua. Jakarta: Bumi Aksara

Sugiyono. 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta