PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA GRAB DI KOTA PALEMBANG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN ANGKATAN 2022 UNIVERSITAS TRIDINANTI)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen

Diajukan Oleh :

MUHAMMAD ZULKARNAIN WIJAYA

NPM. 2201110190

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2026

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	: MUHAMMAD ZULKARNAIN WIJAYA
Nomor Pokok Mahasiswa	: 2201110190
Jurusan/Prog. Studi	: Manajemen
Jenjang Pendidikan	: Strata I
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi	: Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)

Pembimbing Skripsi

Tanggal 27-7-2026 Pembimbing I : **Dr. Djatmiko Noviantoro, S.E., M.Si**
NIDN : 0110117204

Tanggal 27-7-2026 Pembimbing II : **Liliana, S.E., M.Si**
NIDN : 0214066501

Mengetahui,

Dekan
Tanggal 27-7-2026

Dr.Hj.Msy.Mikial,SE.,M.Si,Ak,CA,CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi Manajemen
Tanggal 27-7-2026

Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si
NIDN. 0226028303

041/PS/DFEB/26

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	: MUHAMMAD ZULKARNAIN WIJAYA
Nomor Pokok Mahasiswa	: 2201110190
Jurusan/Prog. Studi	: Manajemen
Jenjang Pendidikan	: Strata I
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi	: Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)

Penguji Skripsi

Tanggal 27-7-2026 Ketua Penguji : **Dr. Djatmiko Noviantoro, S.E., M.Si**
NIDN : 0110117204

Tanggal 27-7-2026 Penguji I : **Liliana, S.E., M.Si**
NIDN : 0214066501

Tanggal 27-7-2026 Penguji II : **Yunidar Erlina, S.E., M.Si**
NIDN : 0202076102

Mengesahkan,

Dekan
Tanggal 27-7-2026

Dr. H. Msy. Mikial, SE., M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi Manajemen
Tanggal 27-7-2026

Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si
NIDN. 0226028303

041/PS/DFEB/26

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Be yourself and achieve your future"
"Jadilah dirimu sendiri dan raih masa depanmu"

(Zulkarnain)

Kupersembahkan Kepada

- **Ayah dan ibu Tercinta**
- **Kakak dan Adik**
- **Diri sendiri terhebat**
- **Keluarga besarku**
- **Dosen pembimbingku**
- **Sahabat-sahabatku**
- **Almamaterku**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Muhammad Zulkarnain Wijaya
Nomor Pokok/NIM	: 2201110190
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Jurusan	: Manajemen

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)" Telah ditulis sungguh-sungguh.

Apabila dikemudian hari dibuktikan pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Juli 2026

Muhammad Zulkarnain Wijaya

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-nya, penelitian dapat menyelesaikan proposal penelitian yang **berjudul "Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)"** tepat pada waktunya.

Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1. Pada konsentrasi Manajemen Pemasaran di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

Pada kesempatan ini, saya hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga proposal penelitian ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini peneliti tunjukkan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M.S selaku Rektor Universitas Tridinanti.

2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

3. Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

4. Bapak Dr. Djatmiko Noviantoro, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I Proposal Skripsi yang telah meluangkan waktu membimbing dan mengarahkan proposal ini agar dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.

5. Ibu Liliana, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II Proposal skripsi yang telah meluangkan waktu membimbing dan mengarahkan proposal ini agar dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.

6. Ibu Dr. Sari Sakarina, SE., MM selaku Dosen Pembimbing akademik.

7. Bapak dan ibu dosen berserta staf karyawan fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Tridinanti yang telah banyak memberi pengajaran dan ilmu pengetahuan

8. Pimpinan dan Staf karyawan staf karyawan fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Tridinantiyang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dan membantu dalam memberikan data yang diperlukan

9. Kepada teman-teman seangkatan saya yang sudah memberi semangat akhimya kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini jauh dari kata sempurna untuk itu penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dan kesalahan. Saya berharap proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat dimasa yang akan datang.

Palembang

Muhammad Zulkarnain Wijaya

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI ii

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN iii

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

ABSTRAK xiii

RIWAYAT HIDUP xv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 8

1.4 Manfaat Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10

2.1 Kajian Teori 10

2.1.1 Keputusan Penggunaan 10

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Penggunaan 10

2.1.1.2 Tingkatan Dalam Pengambilan Keputusan Penggunaan 11

2.1.1.3 Tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan 12

2.1.1.4 Dimensi Keputusan Penggunaan 14

2.1.1.5 Indikator Keputusan Penggunaan 14

2.1.2 Harga 16
2.1.2.1 Pengertian Harga 16
2.1.2.2 Tujuan Penetapan Harga 17
2.1.2.3 Dimensi dan Indikator Harga 18
2.1.3 Citra Merek 20
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek 20
2.1.3.2 Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek 21
2.1.3.3 Dimensi dan Indikator Citra Merek 22
2.1.4 Kualitas Layanan 24
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Layanan 24
2.1.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Layanan 25
2.1.4.3 Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan 26
2.2 Penelitian Terdahulu 28
2.3 Kerangka Berpikir 39
2.4 Hipotesis 40
BAB III METODE PENELITIAN 42
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian 42
3.1.1 Tempat Penelitian 42
3.1.2 Waktu Penelitian 42
3.2 Sumber Data Teknik Pengumpulan Data 43
3.2.1 Sumber Data 43
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data 44
3.3 Populasi, Sampel Dan Sampling 45
3.3.1 Populasi 45
3.3.2 Sampel 45
3.3.3 Sampling 47

3.4 Rancangan Penelitian 48
3.5 Variabel Dan Definisi Operasional 50
3.5.1 Variabel.....50
3.5.2 Definisi Operasional Variabel 51
3.6 Insrument Penelitian.....58
3.6.1 Uji Validitas 59
3.6.2 Uji Realibilitas.....59
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....60
3.6.3.1 Uji Normalitas 60
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas 61
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....62
3.7 Teknik Analisis Data.....62
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda 63
3.7.2 Analisis Korelasi.....65
3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)..... 66
3.8 Uji Hipotesis 66
3.8.1 Uji Secara Simultan (Uji F).....67
3.8.2 Uji Secara Parsial (Uji t).....68
3.9 Sistematika Penulisan.....70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 72
4.1 Hasil Penelitian 72
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan Grab 72
4.1.1.1 Sejarah singkat Grab.....73
4.1.1.2 Visi Dan Misi Grab 74
4.1.1.3 Stuktur Grab Dan Uraian Tugas Dan Wewenang.....75

4.1.2 Analisis Deskriptif 77
4.1.2.1 Karakteristik Responden 77
4.1.2.2 Hasil Uji Validitas..... 78
4.1.2.3 Hasil Uji Realibilitas 83
4.1.3. Uji Asumsi Klasik..... 84
4.1.3.1 Hasil Uji Normalitas 84
4.1.3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas 86
4.1.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas 87
4.1.4 Uji Statistik.....88
4.1.4.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 88
4.1.4.2 Hasil Koefisien Korelasi 89
4.1.4.3 Hasil Koefisein Determinasi (Uji R^2) 90
4.1.5 Uji Hipotesis Statistik 91
4.1.5.1 Hasil Secara Simultan (Uji F) 91
4.1.5.2 Hasil Secara Parsial (Uji t) 92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 98
5.1 Kesimpulan 98
5.2 Saran..... 99
DAFTAR PUSTAKA..... 100
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Lain Yang Relevan 28
Tabel 3.1.Waktu Penelitian 42
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel 51
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian 58
Tabel 3.4 Analisis Korelasi 65
Tabel 4.1 Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 77
Tabel 4.2 Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 78
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Harga (X_1) 79
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_2) 80
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X_3) 81
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y) 82
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas 83
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas 84
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas 87
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 88
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Korelasi 90
Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2) 91
Tabel 4.13 Hasil Secara Simultan (Uji F) 92
Tabel 4.14 Hasil Secara Parsial (Uji t) 93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Transportasi Online Di Indonesia..... 3

Gambar 2.3 Kerangka Berpikir..... 39

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Grab 75

Gambar 4.2 Hasil Normalitas P-Plot..... 85

Gambar 4.3 Hasil Heteroskedastisitas 86

ABSTRAK

Muhammad Zulkarnain Wijaya, Pengaruh Harga, Citra merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti) (Dibawah bimbingan Bapak Dr. Djatmiko Noviantoro, S.E., M,Si dan Ibu Liliana, S.E., M.Si)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, citra merek, dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan jasa Grab pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti Palembang yang berjumlah 205 mahasiswa. Dalam Penelitian ini sampel sebanyak 67 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode survei, di mana data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji t (parsial), dan uji F (simultan) dengan bantuan program SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan harga, citra merek, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa Grab dengan nilai F hitung sebesar 117.286 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Secara parsial, variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa Grab dengan nilai t hitung sebesar 4.703 dengan signifikansi 0,000. Variabel citra merek juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa Grab dengan nilai t hitung sebesar 9.732 dengan signifikansi sebesar 0,000. Variabel kualitas layanan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa Grab dengan nilai t hitung sebesar 3.698 dengan signifikansi 0,000.

Kata Kunci: Harga, Citra Merek, Kualitas Layanan, Keputusan Penggunaan, Grab.

ABSTRACT

Muhammad Zulkarnain Wijaya, The Influence of Price, Brand Image, and Service Quality on the Decision to Use Grab Services in Palembang City (Case Study on Management Program Students Class of 2022 at Tridinanti University) (Under the guidance of Mr. Dr. Djatmiko Noviantoro, S.E., M,Si and Mrs. Liliana, S.E., M.Si)

This study aims to understand and analyze the influence of price, brand image, and service quality on the decision to use Grab services among Management Study Program students of the 2022 class at Tridinanti University Palembang. The research method used is quantitative. The population in this study is 205 students from the Management Study Program, class of 2022 at Tridinanti University Palembang. In this study, the sample consisted of 67 respondents. Data collection was carried out through a survey method, where primary data was gathered by distributing questionnaires. Data analysis involved validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test (R^2), t-test (partial), and F-test (simultaneous) with the help of SPSS version 26.

The research results show that, simultaneously, price, brand image, and service quality significantly affect the decision to use Grab services, with an F-value of 117.286 and a significance value of 0.000 < 0.05. Partially, the price variable significantly affects the decision to use Grab services with a t-value of 4.703 and a significance of 0.000. The brand image variable also significantly affects the decision to use Grab services with a t-value of 9.732 and a significance of 0.000. The service quality variable also significantly affects the decision to use Grab services with a t-value of 3.698 and a significance of 0.000.

Keywords: Price, Brand Image, Service Quality, Usage Decisions, Grab.

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Zulkarnain Wijaya dilahirkan di Palembang 19 Januari 2002 dari ayah Amin Tuah dan ibu Yulianti. Anak ke 2 dari 3 bersaudara. Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2014 di SD Negeri 133 Palembang. Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2017 di SMP Negeri 46 Palembang. Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2020 di SMK Muhammadiyah 1 Palembang. Selanjutnya saya menjadi Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Progam Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, Juli 2026

Muhammad Zulkarnain Wijaya

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor transportasi. Kemajuan digital mendorong terciptanya berbagai inovasi layanan berbasis aplikasi yang menawarkan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi bagi masyarakat. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen dalam mengakses dan menggunakan jasa, di mana konsumen saat ini lebih mengutamakan kemudahan akses serta pengalaman dalam menggunakan layanan.

Salah satu bentuk nyata dari perkembangan tersebut adalah hadirnya layanan transportasi online *(ride-hailing)* yang berkembang pesat di Indonesia. Perusahaan seperti Grab menjadi salah satu penyedia layanan yang mampu memenuhi kebutuhan mobilitas masyarakat secara fleksibel dan praktis. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pemesanan transportasi secara cepat melalui aplikasi, sehingga lebih efisien dibandingkan dengan transportasi konvensional.

Di Kota Palembang, penggunaan jasa transportasi online terus mengalami peningkatan seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna internet dan perangkat smartphone. Kelompok mahasiswa merupakan salah satu pengguna dominan karena memiliki karakteristik yang dekat dengan teknologi digital. Menurut Leon

G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk (2010), generasi muda cenderung lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi serta memiliki kecenderungan tinggi dalam memanfaatkan layanan berbasis digital.

Mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2022 Universitas Tridinanti termasuk dalam kategori pengguna aktif layanan transportasi online. Tingginya mobilitas, keterbatasan sarana transportasi pribadi, serta kebutuhan akan efisiensi waktu dan biaya menjadi faktor pendorong utama penggunaan layanan tersebut. Meskipun demikian, dalam menentukan keputusan penggunaan jasa, mahasiswa tidak hanya mempertimbangkan kemudahan, tetapi juga berbagai faktor lain yang mempengaruhi persepsi dan preferensi mereka.

Walaupun penggunaan layanan transportasi online Grab di kalangan mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2022 Universitas Tridinanti Palembang mengalami peningkatan, masih terdapat beberapa permasalahan yang dirasakan pengguna, seperti perubahan tarif yang tidak menentu *(dynamic pricing)*, kualitas pelayanan pengemudi yang belum konsisten, serta adanya perbedaan pandangan mahasiswa terhadap citra merek Grab. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa Grab tidak semata-mata didasarkan pada kebutuhan transportasi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor harga, citra merek, kualitas layanan, dan tingkat kepuasan konsumen.

Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah semakin tingginya penggunaan layanan Grab di kalangan mahasiswa Universitas Tridinanti Palembang, tetapi masih ditemukan berbagai keluhan terkait harga, kualitas

pelayanan, serta persepsi terhadap merek yang turut memengaruhi keputusan dalam menggunakan jasa tersebut.

Grafik 1.1

Perkembangan Transportasi Online di Indonesia

Sumber: APJII (2025), GoodStats (2025),

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2025 mencapai 229,4 juta jiwa dengan tingkat penetrasi sebesar 80,66% dari total penduduk Indonesia. Meningkatnya penggunaan internet tersebut turut mendorong perkembangan berbagai layanan berbasis digital, termasuk layanan transportasi online seperti Grab.

Saat ini, transportasi online telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern, terutama di daerah perkotaan. Kemudahan dalam mengakses aplikasi, efisiensi waktu, tarif yang relatif terjangkau, serta beragam promo yang ditawarkan menjadi alasan utama masyarakat memilih layanan transportasi online. Data menunjukkan bahwa sekitar 41,1% masyarakat Indonesia menggunakan

platform transportasi online setidaknya sekali dalam satu bulan. Hal ini menunjukkan bahwa layanan transportasi online memiliki peran yang cukup besar dalam menunjang mobilitas masyarakat sehari-hari.

Di samping itu, tingginya penggunaan smartphone dan internet menyebabkan persaingan antar perusahaan transportasi online semakin kompetitif. Perusahaan seperti Grab terus berupaya meningkatkan kualitas layanan, memperkuat citra merek, serta menawarkan harga yang bersaing guna mempertahankan keputusan penggunaan konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa faktor harga, citra merek, dan kualitas layanan merupakan aspek penting yang dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa transportasi online, khususnya mahasiswa sebagai kelompok pengguna aktif teknologi digital.

Mahasiswa termasuk salah satu kelompok yang cukup sering menggunakan transportasi online karena memiliki tingkat mobilitas yang tinggi serta kebutuhan akan layanan transportasi yang praktis dan efisien. Oleh sebab itu, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan jasa Grab menjadi penting untuk dilakukan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa adalah harga. Harga merupakan unsur penting dalam bauran pemasaran yang berkaitan langsung dengan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018), harga merupakan sejumlah nilai yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Dalam konteks mahasiswa, harga menjadi faktor yang sensitif karena keterbatasan kemampuan finansial. Fenomena tarif dinamis yang diterapkan dalam layanan transportasi online

seringkali menimbulkan persepsi yang beragam, sehingga dapat mempengaruhi keputusan penggunaan jasa.

Selain harga, citra merek juga menjadi faktor yang tidak kalah penting. Citra merek mencerminkan persepsi dan keyakinan konsumen terhadap suatu merek berdasarkan pengalaman dan informasi yang diperoleh. Menurut Kevin Lane Keller (2016), citra merek merupakan sekumpulan asosiasi yang tertanam dalam benak konsumen terhadap suatu merek. Merek yang memiliki citra positif cenderung lebih dipercaya dan dipilih oleh konsumen dalam pengambilan keputusan.

Faktor lainnya adalah kualitas layanan, yang merupakan aspek utama dalam industri jasa. Kualitas layanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen. Menurut A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry (1988), kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Dalam konteks transportasi online, kualitas layanan tercermin dari ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan, serta sikap pengemudi.

Keputusan penggunaan jasa merupakan hasil akhir dari proses evaluasi konsumen terhadap berbagai alternatif yang tersedia. Menurut Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk (2010), keputusan pembelian merupakan proses pemilihan dari beberapa alternatif berdasarkan pertimbangan tertentu.

Meskipun secara teoritis harga, citra merek, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya ketidakkonsistenan. Beberapa penelitian menemukan bahwa harga

memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa, sementara penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda. Hal yang sama juga terjadi pada variabel citra merek dan kualitas layanan, sehingga menunjukkan adanya research gap yang perlu diteliti lebih lanjut.

Selain itu, terdapat permasalahan empiris yang ditemukan di lapangan, di mana pengguna layanan Grab masih mengeluhkan fluktuasi harga, ketidakkonsistenan kualitas layanan, serta pengalaman penggunaan yang mempengaruhi persepsi terhadap merek. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan jasa bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Pemilihan variabel harga, citra merek, dan kualitas layanan dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa ketiga variabel tersebut merupakan faktor utama dalam mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya dalam industri jasa. Ketiga variabel ini juga sering digunakan dalam penelitian sebelumnya, namun masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda.

Adapun objek penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2022 Universitas Tridinanti di Kota Palembang, yang memiliki karakteristik sebagai pengguna aktif layanan transportasi online. Pemilihan objek ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai perilaku konsumen di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya maka penelitian ini dilakukan dengan judul: **“Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab di Kota**

Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)"

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang mengenai penggunaan jasa Grab di Kota Palembang, serta adanya fenomena fluktuasi harga, citra merek yang beragam, dan kualitas layanan yang tidak konsisten, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab di kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)?
2. Apakah Harga Berpengaruh Secara Parsial terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab di kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)?
3. Apakah Citra Merek Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab di kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)?
4. Apakah Kualitas Layanan Berpengaruh Secara Parsial terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab di kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan jasa Grab di kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)?
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan jasa Grab di kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)?
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan jasa Grab di kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)?
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan jasa Grab di kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)?

1.4 Manfaat Penelitian

1. **Manfaat Teoritis**

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan keputusan penggunaan jasa transportasi online.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Grab dalam meningkatkan strategi penetapan harga, memperkuat citra merek, serta meningkatkan kualitas layanan agar dapat meningkatkan keputusan penggunaan jasa oleh konsumen.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan penggunaan jasa dan pemasaran jasa.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran serta menjadi sarana penerapan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.

DAFTAR PUSTAKA

Azhar, A. A., & Wage, S. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Grab di Kota Batam. *24(2) 1-13*

Bgs, W. G. I. (2021). Citra Merek Dan Promosi Sebagai Variabel Penting Untuk Meningkatkan Keputusan Penggunaan Transportasi Grab Online Di Kabupaten Gianyar. *13(1), 76-87.*

DetikInet. (2025). Survei APJII: Pengguna internet Indonesia 2025 tembus 229 juta jiwa. Diakses dari https://inet.detik.com

Ghozali, I. (2016*). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23 (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*

Indrasari, D. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Mitra Wacana Media.*

Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.*

Mahasani, E. F., & Wahyuningsih, T. H. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan penggunaan GoRide dan GrabBike di Yogyakarta. Cakrawangsa Bisnis: *Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 2(1), 57-68.*

Nainggolan, L. P. S. I., Abdullah, M. A. F., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan GoTransit (Studi Kasus Stasiun Tanah Abang). Score: *Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran, 1(02), 63-72.*

Nurkharisma, E. A., Yani, B. A., & Hamidah, R. A. (2022). Keputusan Penggunaan Jasa GrabFood Ditinjau dari Harga, Promosi, dan Citra Merek. Al-Kharaj: *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 4(5), 1298-1308.*

Nurrahmawati, D. A., Harnani, S., & Ikhsan, N. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Driver, Promosi Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Melalui Aplikasi Grab Pada Kalangan Mahasiswa (Stiekn) Jaya Negara Tamansiswa Di Kota Malang: Indonesia. *Jurnal Manajemen Jayanegara, 13(2), 118-123.*

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.*

Putri, V. N. A. R., & Pradhanawati, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 10(4), 1398-1407.*

Riyadi, N. S., Lestari, S. I. P., & Ambarwati, R. (2024*).* Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online Grabbike.

Robin, R., Sofyan, S., & Kevin, K. (2023). *Pengaruh* Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Aplikasi Maxim. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi), 12(4), 732-737.*

Rokhim, M. F., & Hidayah, N. (2023, August). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan (Studi Empiris Pada Pengguna Grab Di Temanggung). *In UMMagelang Conference Series (pp. 646-656).*

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior (10th ed.). Pearson Education.*

Sudaryono (2016). *Manajemen Pemasaran dan Implementasi CV. ANDI OFSET*

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&. Bandung: Alfabeta.*

Sukadana, I. M., & Sudarnaya, I. K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Perusahaan J&T Express Kubutambahan. *Artha Satya Dharma, 14(2), 25-30.*

Sukaesih, U., Miswan, M., & Pratiwi, S. E. (2023). Kebijakan Potongan Harga Dan Kualitas Layanan Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Grab Food Pada Masa Pandemi Covid-19. *Ecotechnopreneur: Journal Economics, Technology And Entrepreneur, 2(03), 144-159.*

Tiarailsa, S., Kusuma, Y. B., & Prabowo, B. (2022). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grabfood di Surabaya. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS), 4(1), 162-168.*

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.*

Umar, H. (2019). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Raja Grafindo Persada.*

Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2018). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran. Bandung: Alfabeta.*

Wicaksono, M. B., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan m-banking mandiri di Jakarta Selatan. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, 2(1), 1090-1103.*

Yuliastuti, L. M., & Susila, G. P. A. J. (2021*).* Pengaruh citra merek dan electronic word of mouth terhadap keputusan penggunaan pada marketplace lazada di kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 13(1), 22-30.*