

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN CITRA GO-JEK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT GO-JEK INDONESIA DI  
KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana**



**Diajukan Oleh :**

**THOMAS AQUINO YUDA KRISTIANDIKA**

**NPM. 17.01.11.00.32**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**PALEMBANG**

**2021**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN CITRA GO-JEK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT GO-JEK INDONESIA DI  
KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana**



**Diajukan Oleh :**

**THOMAS AQUINO YUDA KRISTIANDIKA**

**NPM. 17.01.11.00.32**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**PALEMBANG**

**2021**

UNIVERSITAS TRIDINANTI

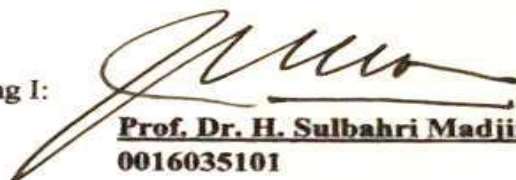
FAKULTAS EKONOMI

PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : THOMAS AQUINO YUDA KRISTIANDIKA  
Nomor Pokok/NIM : 17.01.11.00.32  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN  
CITRA GO-JEK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PT GO-JEK INDONESIA DI KOTA  
PALEMBANG

Pembimbing Skripsi :  
Tanggal 5 Mei 2021 Pembimbing I:



Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., M.M.  
0016035101

Tanggal 5 Mei 2021 Pembimbing II:



Herman Efrizal, SE., M.M.  
0202066602

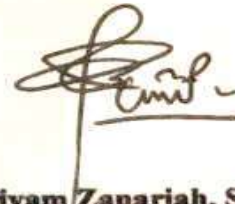
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi  
Manajemen


Dr. Msy Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi



Mariyam Zanariah, SE, M.M  
NIDN : 0222096301

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

**“Aku Bukan Orang Baik Namun Bukan Berarti Aku Tidak Sayang Kepada Bapak dan Ibuku”**

### **Kupersembahkan kepada :**

- Bapak & Ibu tersayang
- Adikku tercinta
- Always is the best in my heart  
Theresia Febriana Dwi Astuti  
yang support dan memberi semangat
- Sahabat seperjuanganku
- Para Pendidik yang ku Hormati
- Almamaterku

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

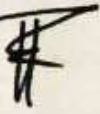
Nama : THOMAS AQUINO YUDA KRISTIANDIKA  
Nomor Pokok : 17.01.11.00.32  
Angkatan : 2017  
Fakultas : Ekonomi  
Program Study : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1 (S1)  
Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Citra Go-jek Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Go-jek Indonesia Di Kota Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, 8 April 2021

Penulis,



  
Thomas Aquino Yuda Kristiandika

## KATA PENGANTAR

Segala syukur dan pujian hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Selanjutnya skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Tridinanti Palembang, ini diberi Judul : “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Citra Go-jek Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Go-jek Indonesia Di Kota Palembang”.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak yang telah mendukung peneliti hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, dalam kesempatan kali ini peneliti ingin menghaturkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr.Msy.Mikial, SE,M.Si.Ak,CA,CSRS Dekan Fakultas Tridinanti Palembang
2. Ibu Mariyam Zanariah,SE,MM ,Ketua program studi manajemen
3. Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., M.M. Selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengoreksi, dan memotivasi penulis sehingga skripsi dapat di selesaikan.

4. Bapak Herman Efrizal, SE., M.M. Selaku pembimbing anggota yang telah meluangkan waktu dan berusaha keras memberi bimbingan serta mengarahkan guna penyelesaian skripsi.
5. Bapak dan ibu seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
6. Kepada orang tua yang senantiasa memberikan doa dan semangat.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, penulis menyambut baik kritik serta saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan. Amin.

Palembang, April 2021

Peneliti,

Thomas Aquino Yuda Kristiandika

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PALGIAT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Pengertian Kualitas Layanan .....	15
2.1.2 Pengertian Harga .....	20
2.1.3 Pengertian Citra .....	26
2.1.4 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	32
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	35
2.3 Kerangka Berfikir .....	37
2.4 Hipotesis.....	38



### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Tempat Dan Waktu Penelitian .....	40
3.1.1	Tempat Penelitian .....	40
3.1.2	Waktu Penelitian .....	40
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.2.1	Sumber Data .....	41
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.3	Populasi, Sample dan Teknik Sampling .....	43
3.3.1	Populasi .....	43
3.3.2	Sampel.....	44
3.4	Teknik Sampling .....	45
3.5	Rancangan Penelitian .....	46
3.6	Variabel dan Devinisi Operasional Variabel .....	46
3.6.1	Variabel Penelitian .....	46
3.6.2	Devinisi Operasional Variabel .....	47
3.7	Instrumen Penelitian.....	48
3.8	Uji Instrumen .....	52
3.9	Teknik Analisis Data .....	53
3.9.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
3.9.2	Analisis Koefisien Korelasi.....	54
3.9.3	Analisis Koefisien Determinasi.....	55
3.10	Uji Hipotesis Penelitian .....	56
3.10.1	Uji Statistik f (Uji Secara Simultan) .....	56
3.10.2	Uji Statistik t (Uji Secara Parsial) .....	56
3.11	Langkah Kerja.....	57

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambar Umum Perusahaan .....	59
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	59
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	59
4.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	60

4.1.3.1	Struktur Organisasi .....	60
4.1.3.2	Uraian Tugas .....	62
4.2	Pembahasan .....	65
4.2.1	Deskripsi Profil Responden .....	65
4.2.2	Jumlah Responden Berdasarkan Umur .....	66
4.2.3	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
4.2.4	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan .....	67
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....	68
4.3.1	Uji Validitas .....	68
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	72
4.4	Teknik Analisis Data.....	74
4.4.1	Analisi Linier Berganda .....	74
4.4.2	Koefisien Korelasi .....	76
4.4.3	Koefisien Determinasi .....	77
4.5	Uji Hipotesis Penelitian .....	78
4.5.1	Uji Simultan ( Uji F ) .....	78
4.5.2	Uji Parsial ( Uji t ) .....	80

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	83
5.2	Saran .....	84

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
-----------------------------	-----------

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Tarif Ojek Online .....	7
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian .....	41
Tabel 3.2 Operasional Variabel .....	49
Tabel 3.3 Skala Likert .....	51
Tabel 3.4 Interpretasi Nilai .....	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	67
Tabel 4.4 Hasil Uji Kualitas Layanan (X1) .....	69
Tabel 4.5 Hasil Uji Harga (X2) .....	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Citra Gojek (X3) .....	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Loyalitas Pelanggan (Y) .....	72
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	73
Tabel 4.9 Hasil uji Analisa Linier Bergand.....	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefesien Korelasi .....	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefesien Korelasi .....	78
Tabel 4.12 Hasil Uji F .....	79
Tabel 4.12 Hasil Uji T .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambael 2.1 Kerangka Berfikir.....	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	61

## ABSTRAK

**THOMAS AQUINO YUDA KRISTIANDIKA, Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Citra Go-jek Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Go-jek Indonesia Di Kota Palembang, (Di bawah bimbingan Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., M.M dan Bapak Herman Efrizal, SE., M.M.).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Citra Gojek Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Gojek Indonesia Di Kota Palembang. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dari penumpang Go-Jek di Kota Palembang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program komputer Statistical Product and Service Solution ( SPSS) versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Citra Gojek Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kota Palembang. Dengan signifikan  $F$  sebesar  $0,000 < 0,005$ . Persamaan regresi linier berganda  $Y = 46.810 + 1.584 X_1 + 1.038 X_2 + 1.243 X_3 + e$  Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kota Palembang,  $0,000 < 0,005$ . Terdapat Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kota Palembang. dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,005$ . Terdapat Pengaruh Citra Gojek Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kota Palembang dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,005$ .

***Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, Kualitas Layanan, Harga, Dan Citra Gojek***

## **RIWAYAT HIDUP**

THOMAS AQUINO YUDA KRISTIANDIKA, dilahir di Mardiharjo, pada tanggal 30 Januari 1999. Merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak F.X Sunaryo dan Ibu S. Siti Maryatun.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2011 di sd xaverius tugumulyo , sekolah menengah pertama diselesaikan pada tahun 2014 di SMP Xaverius Tugumulyo, sekolah Menengah Kejuruan diselesaikan pada tahun 2017 SMK Xaverius Palembang. Selulus sekolah saya langsung bergabung pada suatu perusahaan alat berat di kota Palembang. pada tahun 2017 juga saya melanjutkan pendidikan ke program studi Strata 1 Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang hingga 2021.

Palembang, April 2021

Thomas Aquino Yuda Kristiandika

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi tingkat persaingan dalam bidang usaha di Indonesia semakin ketat karena setiap perusahaan selalu bersaing untuk dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Adanya persaingan ini, setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan pelanggan. Ketika menjalankan usaha, strategi perusahaan merupakan kunci berhasilnya penjualan suatu produk. Kunci keberhasilan perusahaan tergantung pada pelanggan yang membeli produk dan keberhasilan pemasaran. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar tujuan perusahaan dapat tercapai dan bertahan dalam persaingan.

Indonesia merupakan Negara berkembang dengan pertumbuhan penduduk yang tinggi. Beberapa provinsi di Indonesia terus mengalami peningkatan jumlah penduduk setiap tahunnya. Peningkatan pertumbuhan penduduk yang tinggi tentu dapat menimbulkan beberapa masalah sehingga harus dibarengi dengan peningkatan pelayanan umum diseluruh bidang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekarang ini, termasuk kebutuhan akan transportasi. Permasalahan yang sering muncul di daerah yang memiliki jumlah penduduk yang padat seperti Provinsi Sumatera Selatan, khususnya Kota Palembang adalah masalah kemacetan. Aktifitas masyarakat yang tinggal di Palembang relatif lebih tinggi dibandingkan wilayah lain di Provinsi Sumatera Selatan. Hal ini dikarenakan

Palembang merupakan Ibu Kota Provinsi sehingga Kota Palembang menjadi pusat pendidikan, pusat perdagangan, dan pemerintahan. Penduduk Kota Palembang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi dan untuk mengatasi masalah tersebut masyarakat membutuhkan transportasi yang cepat, aman, serta nyaman.

Jasa transportasi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, saat ini transportasi umum sudah dapat diakses melalui internet. Transportasi merupakan kegiatan memindahkan penumpang dan barang dari suatu tempat ke tempat lain, dimana di dalamnya terdapat unsur pergerakan (*movement*) (Desga, 2016). Transportasi sendiri terdiri dari tiga macam yaitu : jalur darat, jalur laut dan jalur udara. Perkembangan ini memudahkan masyarakat dalam memanfaatkan pelayanan jasa transportasi umum. Masyarakat kini dapat menggunakan jasa transportasi umum dimana dan kapan pun mereka inginkan. Kini masyarakat yang tinggal di Daerah Perkotaan sudah mulai beralih menggunakan jasa transportasi umum.

Jasa transportasi *online* adalah industri yang populer sekarang ini. Keberadaan transportasi *online* membuat orang yang ingin memesan dan menggunakan jasa transportasi umum seperti ojek dan taksi tidak perlu lagi pergi ke pangkalan ojek atau terminal, cukup hanya melalui aplikasi di smartphome. Cara pemesanan ini sangat disukai karena lebih mudah dan praktis. Saat ini ada banyak pilihan jasa transportasi online di Indonesia seperti Gojek, Grab, dan Uber.



PT. Go-Jek adalah salah satu transportasi berbasis internet di Indonesia. Menurut (Ahmadi dan Hermawan, 2013), Internet adalah komunikasi jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin. Kehadiran Go-Jek sebagai bentuk implikasi dari perkembangan teknologi dan meluasnya penggunaan internet dan smartphone di tengah masyarakat. Adanya aplikasi dan roda bisnis dalam bidang transportasi nampaknya sudah mengubah cara masyarakat menggunakan transportasi dari cara konvensional ke arah transportasi berbasis internet. Transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan pada zaman sekarang, karena dengan adanya transportasi dapat mengaktifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti bekerja, bersekolah, bepergian ataupun aktifitas lainnya.

Perusahaan Go-Jek pertama kali didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 di Jakarta sebagai perusahaan transportasi roda dua. Nadiem memiliki inovasi munculnya Go-Jek karena Nadiem melihat permasalahan utama pengemudi ojek adalah waktu yang tidak produktif cukup besar, seperti pada saat menunggu penumpang yang datang dan pengemudi ojek harus bergantian dengan pengemudi ojek lainnya untuk melayani pelanggan yang ingin menggunakan jasa ojek tersebut. Go-Jek merupakan sebuah perusahaan teknologi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja diberbagai sektor informal di Indonesia. Kegiatan Go-Jek bertumpu pada tiga pokok yaitu kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Go-Jek bergerak di bidang jasa layanan transportasi sebagai perantara yang menghubungkan antara para pengendara ojek dengan pelanggan.

Pada awalnya ojek menggunakan pangkalan atau wilayah di persimpangan maupun di dalam gang – gang, bahkan pengemudi ojek dari wilayah yang berbeda tidak dapat sembarangan dalam mengambil penumpang maupun mangkal di suatu wilayah tanpa ijin terlebih dahulu dengan sesama pengemudi ojek di wilayah tersebut, bahkan tak jarang hal ini dapat menimbulkan keributan bahkan tak jarang terjadi pertikaian antara sesama pengendara ojek itu sendiri. Dan bahkan pernah terjadi keributan sesama pengemudi ojek berkelahi sampai menimbulkan korban jiwa.

Kini Go-jek hadir sebagai solusi dari banyaknya masalah yang ada, salah satu yang paling disoroti oleh masyarakat adalah kondisi angkutan umum yang saat ini dirasa kurang nyaman bagi sebagian masyarakat serta melihat sulitnya penyedia layanan ojek untuk mendapatkan penumpang dan sulitnya penumpang yang ingin menggunakan jasa ojek. Ini merupakan salah satu solusi yang mempertemukan penyedia jasa ojek dengan masyarakat atau konsumen yang membutuhkan jasa transportasi. Di sisi lain tarif yang ditawarkan juga menjadi penentu dan selalu berubah – ubah bahkan ojek yang satu dengan yang lain dengan rute yang sama memiliki tarif yang berbeda pula bahkan tak jarang juga penumpang dengan pengemudi melakukan negosiasi atau tawar menawar samapai dengan menemukan hasil yang disepakati bersama.

Pada mulanya Go-jek hanyalah sebuah *call center* yang dikerjakan oleh tim manajemen dengan jumlah orang yang terbatas di wilayah Jakarta. Go-jek pada awalnya belum dapat melakukan pemesanan secara *online* atau lebih tepatnya belum memiliki sebuah aplikasi. Go-jek hanya melayani konsumen

melalui via telepon, konsumen melakukan pemesanan menggunakan layanan *call center*, yang kemudian operator mencari pengemudi yang paling dekat dengan para calon penumpang. Yang kemudian operator akan memastikan kedatangan pengemudi dengan menggunakan sistem navigasi. Barulah pada tahun 2015 Go-jek meluncurkan aplikasi *mobile* Go-jek yang berbasis *location-based search* untuk telepon genggam berbasis android dan iOS (*Apple*) yang dapat di unduh di aplikasi *Play Store* maupun *App Store*. Pengguna aplikasi Go-jek cukup memesan ojek melalui aplikasi *mobile* atau melalui perangkat lunak yang memungkinkan setiap pemakai melakukan mobilitas dengan perlengkapan digital seperti telepon genggam atau seluler secara *online* dan nantinya akan dijemput oleh sopir ojek yang merespon pesanan pengguna atau calon penumpang. Go-Jek juga merupakan perusahaan yang memimpin revolusi industri khususnya di bidang transportasi ojek di Indonesia. Perusahaan yang menyediakan layanan berbasis *online* tersebut memberikan layanan utama yaitu Go-Ride melayani pengantaran penumpang.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan jasa transportasi online yang berbasis aplikasi yang terjadi tidak hanya di kalangan masyarakat ibu kota. Go-Jek memperluas wilayah pemasaran diberbagai kota-kota besar khususnya kota Palembang. Pada awal kehadirannya Go-Jek mempunyai banyak kendala dikarenakan adanya beberapa faktor salah satunya kondisi ekonomi kota. Disisi lain di kota Jakarta banyak *driver* Go-Jek yang masih muda dengan armada yang motor yang masih bagus-bagus atau layak di pakai, sedangkan di Palembang dijumpai driver yang sudah lanjut usia atau sudah tua-tua dan memiliki armada yang biasa bahkan ada yang tidak layak jalan atau tidak memenuhi standar.

Selain itu juga masyarakat di Palembang yang kebiasaan masyarakatnya menggunakan angkutan umum ketika bepergian sehari-harinya, dikarenakan dalam hal ini angkutan umum dirasa efisien serta lebih murah dari segi biaya serta kepadatan yang terjadi di Palembang tidak seperti di Jakarta.

Kota Palembang atau yang lebih di kenal sebagai kota Pempek merupakan Ibu kota Provinsi Sumatera Selatan, Indonesia. Palembang merupakan kota terbesar kedua di Sumatera setelah Medan serta menjadi kota tertua di Indonesia yang berumur setidaknya 1337 Tahun jika berdasarkan prasasti Sriwijaya yang dikenal sebagai prasasti Kedudukan Bukit. Kota Palembang juga merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia dan secara geografis terletak antara 2° 52' sampai 3° 5' lintang selatan dan 104° 37' sampai 104° 52' bujur timur dengan ketinggian rata rata 8 meter dari permukaan air laut. Kota Palembang memiliki luas wilayah 400.61 KM<sup>2</sup>, dan dihuni oleh 1.623.099 jiwa penduduk dari segi kondisi hidrologi Kota Palembang terbelah oleh Suangai Musi menjadi dua bagian besar disebut bagian Seberang Ulu dan Seberang Ilir (dilansir dari website kota Palembang yang diakses pada 28 desember 2020 pukul 15.45 WIB).

Dulunya PT Go-Jek Indonesia hanya berfokus pada satu layanan Go-ride saja, namun seiring dengan berjalanya waktu PT Go-Jek Indonesia kini menawarkan banyak layanan lain seperti angkutan dengan menggunakan mobil (Go-Car), jasa pengiriman barang (Go-Send) baik dalam maupun luar kota, jasa pesan antar makanan (Go-Food), jasa pindah barang (Go-Box), jasa bersih – bersih (Go-Clean), jasa pijat (Go-Massage), jasa *top up* pulsa, dan sebagainya yang dapat kita nikmati di aplikasi Go-jek.

Perkembangan Go-Jek yang sangat luar biasa kini banyak moda transportasi *online* yang ikut bersaing bersama Go-Jek bahkan ada yang menyediakan layanan yang sama, semakin banyaknya ojek *online* berdampak pula pada semakin ketatnya persaingan. Faktor lain yang menjadi penyebab terjadinya pelanggan Go-Jek lebih memilih transportasi lain adalah karena adanya persaingan harga. Berikut ini adalah perbandingan tarif ojek *online* :

**Tabel 1.1 Perbandingan Tarif Ojek Online**

<b>Karakteristik</b>	<b>Go-Jek (Go-ride)</b>	<b>Grabbike</b>	<b>Uber Motor</b>
Jam Sibuk	Pagi : 06.00–09.00  Sore : 16.00–19.00	Pagi : 06.00-09.00  Sore : 16.00-19.00	Pagi : 06.00 – 09.00  Sore : 16.00 – 19.00
Tarif	- Rp. 2.500 per Km (jarak 0-12km) - Diatas 12 km berubah menjadi Rp. 3.000 per Km.	Tarif grabbike mengalami kenaikan sebesar 10% semenjak 21 agustus 2017 menjadi : - Rp. 1.750 per km untuk 12 km pertama. - Tarif diatas 12	- Biaya dasar perjalanan Rp. 1.000. - Biaya per menit Rp. 100. - Tarif per km diatas 12 km pertama Rp. 1.250 per km. - Tarif per km

		km dikenai tambahan Rp. 3000 per km - Biaya tambahan pada jam sibuk Rp. 2.500	diatas 12 km Rp. 2.000 per Km - Biaya pembatalan Rp.5000
Tarif minimum	- Jam sibuk : Rp. 10.000 - Jam tidak sibuk : Rp. 6.000		

*Sumber : (Ardela, 2017)*

Hal ini yang kemudian membuat konsumen semakin selektif dalam memilih transportasi yang akan mereka gunakan. Mengantisipasi hal tersebut Go-Jek setidaknya harus bisa menciptakan strategi baru guna menarik pelanggan, dikarenakan saat ini banyak perusahaan pesaing yang menawarkan keunggulan dan inovasi kepada para konsumennya.

Salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan keunggulan dalam persaingan yaitu dengan cara memprioritaskan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah pengaruh dalam diri seseorang yang muncul ketika merasa puas dan percaya dengan suatu produk atau jasa yang menjadi kesetiaan pada produk atau jasa tersebut. Menurut (Kotler dan Keller, 2012), loyalitas pelanggan adalah kesediaan pelanggan untuk terus membeli dari suatu perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dan merekomendasikan produk kepada teman dan rekan,

termasuk preferensi keinginan dan niat membeli di masa depan. Pendapat lain menyatakan bahwa loyalitas konsumen adalah pembelian produk secara berulang dari suatu merek produk atau jasa secara konsisten oleh konsumen (Tjiptono, 2011). Menurut (Tjiptono, 2014) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan keakuratan pengiriman mereka, menyeimbangkan keinginan konsumen. Kualitas layanan dapat disimpulkan sebagai suatu manfaat yang dapat dirasakan oleh konsumen dan sifatnya *intangibile* (Stanton dalam Sunyoto 2012).

Harga merupakan salah satu strategi perusahaan untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Harga yang sesuai dengan produknya, akan menimbulkan minat beli konsumen. Banyak konsumen yang mempertimbangkan harga suatu produk pada suatu perusahaan dengan produk perusahaan lainnya. Oleh sebab itu, harga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menurut (Lovelock, dkk, 2012) berpendapat bahwa harga merupakan mekanisme *financial* di mana pendapatan dihasilkan untuk mengimbangi biaya yang dikeluarkan untuk menyediakan layanan serta menciptakan surplus untuk laba. Pada perusahaan Go-Jek, harga yang diterapkan merupakan harga yang cukup rendah dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

Meskipun harga yang diterapkan pada Go-Jek relatif murah dan cukup terjangkau di masyarakat, namun perusahaan Go-Jek selalu memberikan kualitas layanan yang baik guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, perusahaan harus memberikan layanan yang berkualitas

pada pelanggan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Kualitas layanan juga menjadi salah satu strategi dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu citra. Saat ini, konsumen sangat sadar akan keberadaan merek karena merek merupakan salah satu acuan citra diri bagi para konsumen. Sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh citra merek tersebut. Menurut (Tjiptono, 2015), Citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap brand tertentu. Citra merek digambarkan sebagai pengamatan dan kepercayaan yang dipengang konsumen, seperti yang dicerminkan, diasosiasikan, atau diingat oleh konsumen. Citra adalah persepsi yang relative konsisten dalam jangka panjang. Citra merek pada perusahaan Go-Jek, sudah dikenal dalam hal yang positif oleh masyarakat, sehingga banyak konsumen yang lebih memilih menggunakan jasa Go-Jek dibandingkan dengan menggunakan jasa dari perusahaan lain.

Berdasarkan dari wawancara dengan beberapa pengguna layanan Go-Jek di kota Palembang didapati beberapa fenomena. Dari beberapa pelanggan menyatakan *driver* Go-jek sering mengalami beberapa kendala saat melakukan tugas, *Driver* sering mengalami kendala ketika keadaan jalan yang padat, sehingga dalam mengantarkan pesanan dan menjemput pelanggan terkesan lama, bahkan beberapa pelanggan yang tidak sabar membatalkan pesanan. Memang tidak dapat dipungkiri bahwa jalanan memiliki jam - jam padat seperti jam berangkat kerja dan jam pulang kerja, walaupun jarak yang dituju dekat namun dengan kondisi yang padat akan mempengaruhi waktu untuk sampai ke tujuan.



Selain itu beberapa pelanggan terkadang melakukan pembatalan pesanan *Go-food* ketika jam makan siang karena antrian yang panjang serta jam istirahat yang mepet. Di restoran atau warung makan pada saat jam makan siang kadangkala terjadi membludaknya pelanggan, sehingga banyak harus rela antri menunggu pelanggan lain yang sudah selesai dilayani. Namun, bagi pelanggan lain yang tidak sabar menunggu, mereka lebih memilih membatalkan order. Bahkan pernah ada kasus yang baru – baru ini viral di media social bahwa *driver* diberi bintang satu karena penumpang tidak mau di panggil Ibu dengan alasan bahwa usia penumpang masih muda dan belum berumah tangga. Penumpang sudah menegur *driver* tersebut namun *driver* tidak menghiraukannya dan masih memanggil penumpang tersebut dengan Ibu. Selain itu dalam beberapa kasus ada juga *driver* yang salah memberikan uang kembalian, kemudian ada juga *driver* *Go-Car* tertidur saat menunggu penumpang di halaman parkir di sebuah mall, dan *driver* *Go-Car* yang dianggap ugal – ugalan dalam berkendara. Disisi lain adanya penumpang yang memperlmasalahkan tarif yang ditawarkan oleh *Go-jek* sering berubah – ubah sesuai dengan jam sibuk, mengingat tidak semua penumpang memiliki pendapatan yang sama. Hal ini tentu saja dapat mengurangi kualitas layanan, harga dan citra *Go-jek* terhadap loyalitas pelanggan *Go-Jek*.

Penelitian ini dilakukan di Provinsi Sumatera Selatan tepatnya di kota Palembang. Dipilihnya kawasan ini sebagai objek penelitian karena persaingan transportasi *online* pada kawasan kota Palembang semakin kompetitif dengan perusahaan jasa transportasi *online* lainnya, dan kita lihat realitanya sekarang masyarakat serta transportasi *online* bisa dikatakan seperti tidak dapat terpisahkan

bukan saja karena dari banyaknya promo tetapi juga karena layanan, tidak heran kadang kala masyarakat yang memiliki kendaraan saja lebih memilih memakai jasa transportasi *online* karena merasa malas membawa kendaraan sendiri serta karena harga yang terjangkau.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Citra Gojek Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Gojek Indonesia di Kota Palembang”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas adapun masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT Go-jek Indonesia di Kota Palembang?
- b. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT Go-jek Indonesia di Kota Palembang?
- c. Apakah citra Go-jek berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT Go-Jek Indonesia di Kota Palembang?
- d. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas layanan, harga dan citra Go-jek terhadap loyalitas pelanggan PT Go-Jek Indonesia di kota Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Mengetahui pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT Go-Jek Indonesia di Kota Palembang.
- b. Mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT Go-Jek Indonesia di Kota Palembang.
- c. Mengetahui pengaruh citra secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT Go-Jek Indonesia di Kota Palembang.
- d. Mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan citra Go-Jek secara simultan terhadap loyalitas pelanggan PT Go-Jek Indonesia di Kota Palembang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa manfaat yaitu :

- a. Bagi Universitas  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber belajar di perpustakaan serta dapat menjadi perbandingan bagi yang akan melakukan penelitian selanjutnya.
- b. Bagi Perusahaan  
Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan, persepsi harga, citra Go-jek terhadap loyalitas pelanggan PT Go-Jek Indonesia di Kota Palembang, sehingga dapat menjadi

masukan bagi perusahaan PT. Go-jek Indonesia untuk mengetahui faktor – faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah serta meningkatkan pengetahuan maupun wawasan dalam membuat atau melakukan penelitian terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra Go-jek terhadap loyalitas pelanggan PT Go-Jek Indonesia di Kota Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. dalam Aris Ananda (2011). *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Spektrum Mitra Utama. Jakarta.
- Abdullah, et al., (2012). *The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Restaurant Services in Khulna Division. Journal Industrial Engineering Letters Vol. 2.*
- Agussalim dan Jan. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen jasa Transportasi Online Go-jek di Manado*. Jurnal EMBA. Vol. 6 No. 4 September 2018: 2318 – 2327.
- Bahrudin, Muhammad & Zuhro, Siti, (2015). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam. Vol. 3, No. 1.
- Darwin, S., & Kunto, Y. S. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia - Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 2, No. 1.
- Desga, W., Feni, M., & Novindah, Y. (2016). *Pemodelan Bangkitan Perjalanan di Nagari Siguntur, Nagari Burung-Burung Belantai dan Nagari Nanggalo Kecamatan Koto XI Tarusakan Kabupaten Pesisir Selatan*. Jurnal Penelitian Transportasi Multimoda. 14 (02): 77-82.
- Fandy, Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran. Edisi 4*: Andi.
- Griffin, (2010). *A First Look at Communication Theory. 8 the dition*. Boston : Mc Graw Hill.Bungin.
- Ishak, Asmai & Luthfi, Zhafiri, (2011). *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas : Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs*. Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 15, No. 1.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management. 14th Ed*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Erlangga*, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2010). *Kotler on Marketing*. Terjemahan: Kotler tentang *Pemasaran*. Tangerang: Karisma Publishing.
- Lovelock, Christopher, Wirtz, J., & Mussry, J. (2012). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi: Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Morissa. (2015). Periklanan: *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Prenada Media Grup.
- Pramudyo, Anung, (2012). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta)*. Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, Vol. 1, No. 1.
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Bisnis, edisi ke dua belas*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitas dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: **Buku Seru**. Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suwandi, S. A., & Suroso, I. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pos Ekspres di Kantor Pos Bondowoso dan Situbondo*. Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen, Vol XIV.
- Tamon, G.J., Mandey, S.L. dan Wenas, R.S., (2019). *Strategi Promosi, Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Honda di Kota Semarang)*. Jurnal EMBA, Vol. 7, No. 1, Januari 2019.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi: Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik. Edisi ke-3*. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).
- Tomida, M., & Satrio, B. (2016). *Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Footwear Yongki Komaladi*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 5, Nomor 7.
- Umar, H., (2018). *The Influence Of Satisfaction and Brand Image On Consumer Loyalty: Study On Cinema Industry In Jakarta Province, Indonesia*. *International Journal Of Advanced Scientific Research & Development* Vol.5, Iss. 01, Ver. I January 2018.