

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN *GO – FOOD* PADA PT. GOJEK**



Diajukan Oleh :

**ROY SALENGO
NPM. 1601110167**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2020

UNIVERSITAS TRIDINANTI
 FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ROY SALENGO
 Nomor Pokok/NIRM : 16.01.11.0167
 Jurusan/ Program Studi : Ekonomi/Manajemen
 Jenjang Pendidikan : Strata 1
 Mata Kuliah Pokok : Manajemen Sumber Daya Manusia
 Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
 HARGA TERHADAP KEPUASAN
 KONSUMEN GO - FOOD PADA PT. GOJEK

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 15-05-2020 Pembimbing I: Dr. Djatmiko Noviantoro, SE, M.Si
 NIDN : 0110117204

Tanggal 19-05-2020 Pembimbing II: Boyda, SE, M.Si
 NIDN : 0226128701

Mengetahui :
 Dekan Fakultas Ekonomi
 Tanggal : 15 - 05 - 2020



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

412 / PS / DFE / 20

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Roy Salengo
Nomor Pokok : 1601110167
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

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

Palembang, 20 Maret 2020



Roy Salengo

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- ❖ *Dalam Kesulitan Pasti Ada Kemudahan*
- ❖ *Senyum adalah Sedekah Terindah*
- ❖ *“Jangan Pernah Menunggu. Waktunya tidak pernah tepat.”*
 - *Napoleon Hill*

KUPERSEMBAHKAN KEPADA :

- ❖ **Kedua Orang Tua Tercinta**
- ❖ **Seluruh Keluarga Besar**
- ❖ **Teman – Teman di Universitas Tridinanti Palembang**
- ❖ **Almamaterku, Universitas Tridinanti Palembang**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Go – Food Pada PT. GOJEK”

Penulis membuat skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Tridianti Palembang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah,MP. Selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial,SE,M.Si,Ak.CA.CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah S.E.,MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridianti Palembang.
4. Bapak Dr. Djatmiko Noviantoro,SE,M.Si selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengoreksi, dan memotivasi penulis sehingga skripsi dapat diselesaikan.
5. Ibu Royda,SE,M.Si selaku Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu dan berusaha keras memberi bimbingan serta mengarahkan guna penyelesaian skripsi.
6. Kepada seluruh Staff tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang yang sudah memberikan bantuan.
7. Kepada seluruh Konsumen Go-Food di Universitas Tridianti Palembang yang telah memberikan kesempatan penulisan untuk melakukan penelitian.
8. Kepada Orang Tua dan Seluruh Keluarga yang senantiasa memberikan doa dan semangat.

9. Kepada Afni Shintia dan Mutiara Wahyuni P yang sudah bersedia menjadi tutor dalam penyusunan skripsi ini.
10. Kepada Keluarga Kogap, Diki, Khalid, Wowok, dan Nanda (Kecik), beserta sahabat – sahabat seperjuangan dalam penyusunan skripsi yang selalu memberi dukungan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
11. Berbagai pihak yang tidak bisa kami tuliskan satu persatu namun berkontribusi membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penulis ini jauh dari sempurna, untuk itu penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan. Penulis sangat berharap semoga tulisan ini bermanfaat bagi perkembangan dan kemajuan pendidikan kita semua.

Palembang, ²⁰ Maret 2020

Penulis,



Roy Salengo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis	9
2.1.1 Definisi Manajemen.....	9
2.1.2 Definisi Pemasaran.....	10
2.1.3 Manajemen Pemasaran	11
2.1.4 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	11
2.2 Kepuasan Pelanggan	12

2.2.1	Definisi Kepuasan Pelanggan	12
2.2.2	Indikator Kepuasan Pelanggan	14
2.2.3	Pengukur Kepuasan Pelanggan	15
2.3	Kualitas Pelayanan	18
2.3.1	Definisi Kualitas Pelayanan	18
2.3.2	Perspektif Kualitas Pelayanan	19
2.3.3	Dimensi Kualitas Pelayanan	20
2.4	Definisi Harga	22
2.4.1	Indikator Harga	23
2.5	Penelitian Terdahulu	24
2.6	Kerangka Berpikir	26
2.7	Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	27
3.2.1	Sumber Data	27
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	28
3.3	Populasi, Sampel dan Sampling	29
3.3.1	Populasi	29
3.3.2	Sampel.....	29
3.3.3	Sampling	30
3.4	Rancangan Penelitian	31
3.5	Variabel dan Definisi Operasional	31

3.5.1	Variabel Penelitian	31
3.5.2	Definisi Operasional	32
3.6	Pengukuran dan Instrumen Penelitian	35
3.6.1	Pengukuran	35
3.6.2	Instrumen Penelitian	35
3.7	Teknik Analisis Data	37
3.8	Uji Asumsi Klasik	38
3.9	Uji Normalitas	38
3.10	Uji Regresi Linear Berganda.....	38
3.11	Uji Hipotesis.....	39
3.11.1	Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	39
3.11.2	Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F).....	40
3.11.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	42
4.1.1	Sejarah Singkat PT. Gojek Indonesia	42
4.1.2	Visi dan Misi PT. Gojek Indonesia.....	43
4.1.3	Struktur Organisasi PT. Gojek Indonesia	44
4.2	Pembahasan	48
4.3	Uji Instrumen	49
4.3.1	Uji Reliabilitas	50
4.4	Analisis Data	52

4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	52
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda	55
4.4.3 Koefisien Korelasi	57
4.4.4 Koefisien Determinasi	58
4.5 Pengujian Hipotesis.....	59
4.5.1 Uji Simultan (Uji F)	59
4.5.2 Uji Parsial (Uji t)	60
4.6 Analisis Hubungan Antar Variabel	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Tingkat Kepuasan Pelanggan Gojek	5
Tabel 1.2 Penilaian Terhadap Kepuasan Pelangan Gojek	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	35
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.5 Uji Multikolinieritas.....	54
Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Korelasi	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji t (Uji Parsial)	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	12
Gambar 2.2 Kerangka Pemikir.....	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Gojek	44
Gambar 4.2 Uji Normalitas	52

ABSTRAK

Roy Salengo, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* Pada PT. Gojek, (Di bawah bimbingan Bapak Dr.Djatismiko Noviantoro,SE,M.Si dan Ibu Royda,SE,M.Si).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan **Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* Pada PT. Gojek**. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini sebanyak 78 orang responden. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Adapun data primer diperoleh penulis dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan uji hipotesis dilakukan dengan uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS Ver.24 pada uji F diperoleh F hitung sebesar ($10,086 > 3,12$) diketahui bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama – sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* Pada PT. Gojek.

Berdasarkan uji t atau uji secara parsial berpengaruh secara signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* Pada PT. Gojek dengan t hitung 3,104 dengan signifikansi 0,003.

Secara parsial Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan t hitung – 4.954 dengan signifikansi 0,000.

Disarankan untuk lebih meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Konsumen untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen.

RIWAYAT HIDUP

Roy Salengo, dilahirkan di Palembang tanggal 2 Maret 1996 dari bapak yang bernama Sukanto dan Ibu yang bernama Indrawati. Merupakan anak ke 3 (tiga) dari 3 (tiga) bersaudara. Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2008 di SD Negeri 132 Palembang. Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2011 di SMP Negeri 46 Palembang. Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2014 di STM Utama Bakti Palembang. Pada tahun 2016 melanjutkan pendidikan ke Program Studi Strata I Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin cepat dan kemajuan dalam pendidikan, perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih, dapat memudahkan aktivitas manusia. Hal tersebut sejalan dengan istilah revolusi industri 4.0 dimana salah satu cirinya yaitu kemajuan teknologi dan era digitalisasi.

Kemajuan teknologi dan digitalisasi dapat terjadi di berbagai sektor salah satunya pada bisnis *online shop* atau jual-beli secara *online*, tidak hanya melalui situs *website* seperti sebelum-sebelumnya, saat ini seseorang dapat berbelanja melalui media sosial seperti aplikasi instagram dan juga aplikasi jual-beli online yang bisa di download melalui *smartphone*. Melihat tingginya daya kreativitas generasi muda diharapkan mampu meningkatkan pendapatan perkapita negara Indonesia, bisa dikatakan bisnis secara online untuk saat ini termasuk bisnis yang cukup menjanjikan asalkan memiliki daya saing yang cukup.

Memiliki daya saing yang cukup akan sangat berpengaruh dalam menumbuh kembangkan usaha bisnis *online*. Selain pihak pebisnis yang dimudahkan dengan perkembangan teknologi, tentunya konsumen juga dimudahkan dalam melakukan kegiatan konsumsinya. Kemudahan dalam bertransaksi membuat konsumen tertarik melakukan transaksi, tidak hanya dalam

bidang penjualan barang saja, dalam bidang jasa pun saat ini sudah bisa dilakukan secara *online*, sebagai contoh yakni aplikasi Gojek yang disediakan untuk ojek *online*.

Perusahaan transportasi *online* yaitu PT. Gojek Indonesia yang didirikan pada tanggal 13 Oktober 2010, merupakan sebuah perusahaan swasta penyedia jasa berbasis teknologi yang bermitra dengan pengendara ojek di beberapa kota di Indonesia, diantaranya Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Bali, Surabaya dan Medan. Sistem manajemen dan operasional Gojek adalah dengan memadukan teknologi modern *startup*. Setiap *driver* Gojek menggunakan *smartphone* dengan aplikasi dan GPS yang selalu aktif, ketika pelanggan memesan jasa melalui aplikasi Gojek, dalam posisi radius 3 km, panggilan tersebut akan menggetarkan *smartphone driver* yang tersambung sampai pada akhirnya pemesanan tersebut dipenuhi.

Gojek adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi ojek, yang bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Gojek merupakan perusahaan yang berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek. Karena efektifitas tujuan perusahaan ini yang bermitra kepada pengendara ojek yang berpengalaman semakin baik dan meningkatnya peminat pelanggan sehingga Gojek dikembangkan di kota-kota besar lainnya seperti khususnya daerah Jabodetabek, Bandung, Medan, Surabaya, Bali dan kota-kota lainnya.

Kemudahan yang ditawarkan oleh PT. Gojek Indonesia dalam memenuhi kebutuhan transportasi memberikan dampak yang signifikan di beberapa wilayah

di Indonesia. Beberapa efek positif yang diberikan Gojek pada masyarakat adalah biaya transportasi yang cenderung hemat, efisiensi waktu perjalanan, pemesanan yang mudah dan praktis, keamanan yang terjaga saat menjadi penumpang, dan mendapat pelayanan yang sopan. Efek positif tersebut sangat diapresiasi oleh masyarakat, bahkan dalam kesempatan saat di wawancara oleh stasiun televisi, Presiden Republik Indonesia mendukung Gojek untuk beroperasi dan memberikan manfaat bagi pengguna aplikasi tersebut (Fazri, S. 2015:11).

Selain dengan harga yang sangat terjangkau dan pemesanan yang mudah, PT. Gojek Indonesia juga memberikan layanan lain selain *Go-Ride* (jasa antar penumpang), yaitu *Go-Send* (jasa antar barang), *Go-Food* (jasa pemesanan pengiriman makanan), *Go-Mart* (jasa pembelian barang yang dibutuhkan konsumen), *Go-Box* (jasa pemesanan mobil pick-up untuk membawa banyak barang), *Go-Clean* (jasa pembersihan rumah), *Go-Glam* (jasa kecantikan), dan *Go-Massage* (jasa pemijatan). Layanan yang ditawarkan oleh PT. Gojek Indonesia diminati oleh banyak masyarakat, hal tersebut dibuktikan dengan jumlah pengunduh aplikasi Gojek yang sudah mencapai 5,5 juta app download, dan pihak Gojek memiliki target pada tahun 2016 aplikasi Gojek diunduh sebanyak sepuluh juta kali.

PT. Gojek Indonesia terus mengembangkan bisnis dan layanannya dengan menghadirkan fitur-fitur terbaru. Kali ini sektor atau bidang yang ditarget adalah jasa pesan-antar makanan (*Go-Food*). *Go-Food* diluncurkan di Indonesia pada bulan Maret 2015, kini sudah memiliki 100 ribu merchant di 50 kota. Dari

100 ribu *merchant* itu 20% diantaranya tempat yang paling banyak di order merupakan *franchise* makanan.

Go-Food merupakan layanan pemesanan antar-jemput makanan online dari aplikasi gojek. Layanan *Go-Food* dibuat untuk mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhan untuk memesan makanan tanpa harus datang langsung ke tempat penjual makanan yang diinginkan. Layanan *Go-Food* sangat menunjang khususnya di kota-kota besar. Banyak di kalangan mahasiswa/i serta pekerja yang menghabiskan waktu dalam menjalankan aktivitasnya sehingga malas untuk keluar membeli makanan dan menggunakan layanan *Go-Food* di ojek *online*.

Konsumen merupakan satu-satunya yang dapat menilai baik tidaknya kualitas pelayanan. Konsumen menilai pelayanan tersebut dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan. Bila konsumen merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan mengakibatkan konsumen tersebut akan kembali lagi untuk mengadakan pembelian ulang (*rebuying*), dengan kata lain perusahaan yang dapat memuaskan konsumen akan memiliki konsumen yang loyal.

Usaha untuk membuat konsumen tetap loyal terhadap layanan *Go-Food* maka perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa terpuaskan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan sebab apabila perusahaan memiliki seorang pelanggan yang puas akan layanannya, maka hal itu dapat menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan.

Peneliti telah melakukan *survey* terhadap Konsumen *Go-Food* dan menyatakan bahwa kualitas pelayanan *Go-Food* terkait dengan keluhan pelanggan yang telah dijelaskan di atas dapat dikatakan belum begitu bagus untuk itu perusahaan Gojek. Hal ini mengharuskan perusahaan memperbaiki kinerja *driver* khususnya di layanan *Go-Food* agar konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan. Menurut Rifaldillah, H., (2016:5) adapun data mengenai kepuasan konsumen Gojek dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1.1 Persentase Tingkat Kepuasan Pelanggan Gojek

Rating (Bintang)	Kategori	Frekuensi (F)	Persentase (%)
	Tingkat Kepuasan Pelanggan Gojek		
5	Sangat Puas	1,647,977	59.91 %
4	Puas	409,876	14.90%
3	Cukup Puas	234,252	8.25%
2	Tidak Puas	134,252	4.88%
1	Sangat Tidak Puas	324, 252	11.80%
Jumlah		2,750,898	100.00%

(Sumber : PT. Gojek Indonesia)

Ditinjau dari tabel tingkat kepuasan pelanggan Gojek di atas pada persentase *rating* 4 dan 5 memiliki jumlah persentase yaitu 74.81%, hal tersebut

menunjukkan bahwa persentase tersebut masuk dalam kategori cukup baik dengan *grade* 60 – 80. Berikut adalah tabel penilaian terhadap kepuasan pelanggan Gojek:

Tabel 1.2 Penilaian Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek

Nilai	Keterangan
80 – 100	Baik
60 -80	Cukup Baik
40 -60	Kurang Baik
20 – 40	Tidak Baik
0 – 20	Buruk

(Sumber:Peneliti)

Ketidakpuasan ini nantinya akan berakibat pada berkurangnya pengguna Gojek. Jika pengguna Gojek tidak puas maka tidak akan mengalami peningkatan pelanggan untuk menggunakan jasa Gojek tersebut. Berdasarkan pengalaman serta perbincangan dengan orang-orang yang merupakan pelanggan Gojek, ada hal-hal yang tentu saja mereka keluhkan dari pelayanan *driverGo-Food* di aplikasi Gojek, dimana keluhan konsumen didominasi oleh beberapa kritik yakni *driverGo-Food* di Gojek tidak menggunakan atribut lengkap dari PT. Gojek, tarif makanan di *Go-Food* tidak sesuai estimasi dan sering berubah-ubah, waktu pengantaran makanan yang lama dan terkadang *driver Go-Food* tidak memberikan uang kembalian selisih Rp.1000 - 5.000.

Ditinjau dari latar belakang di atas, maka dilakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* pada PT. Gojek”**.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang ditinjau dari latar belakang di atas antara lain sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan *Go-Food*?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan *Go-Food*?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan *Go-Food*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, adapun tujuan dari penelitian tersebut antara lain:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan *Go-Food*.
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan *Go-Food*.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan *Go-Food*.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada perusahaan untuk semakin meningkatkan pelayanan kepada pelanggan *Go-Food*.

2. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran jasa serta mampu menerapkan ilmu dan teori-teori telah diperoleh.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian serupa dan sebagai informasi yang berguna bagi penelitian - penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Fazri, & Sawitri. (2015). *Hubungan Antara Motivasi Kerja dengan Pengambilan Keputusan Alih Profesi dari Karyawan Menjadi driver Gojek*.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- H.M. Syahirman Yusi & Umiyati Idris. 2009. *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Citrabooks Indonesia.
- Hilman Rifaldillah, Iwan Krisnadi. 2016. *Analisis Faktor yang Menyebabkan Ketidakpuasan pada Bisnis On Demand Service Mobile Platform di Indonesia*. Fakultas Teknik, Universitas Mercu Buana.
- Mardikawati, W & Farida, N. 2013. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 2(1).
- Priangani, A. 2013. Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, Vol.2 No.4 Juli 2013. ISSN: 2089-5917
- Rahayu, B. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Dosen Kewirausahaan dan Agribisnis di Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rangkuti, F. 2008. *The Power of Brands*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Saladin, D. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Pt. Linda Karya.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sanjaya, U., & Klemens, W. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Penonton Untuk Menonton Film. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vo. 18. No. 1. ISSN: 1410-9875.
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Parametrik*. Jakarta : PT Elex Komputindo.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Swasta, Basu & Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Syamsuddin. 2017. Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Jurnal Idaarah*, Vol. I, No. 1, Juni 2017
- Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Tjiptono, F. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, F. 2008. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset