PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAB

(Survei Pada Pengguna Grab di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun Oleh:

WIDI OKTAVIANA

20220510561

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAB

(Survei Pada Pengguna Grab diKuningan)

Oleh:

WIDI OKTAVIANA

20220510561

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 20 Juni 2026 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penguji :

Penguji I	Penguji II	Penguji III
Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy	**Winda Oktaviani, S.E., M.M**	**Faishal Rahimi, S.E., M.M**
NIK. 41038091296	**NIK. 410108880250**	**NIK. 410110920236**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAB
(Survei Pada Pengguna Grab diKuningan)

Oleh :

WIDI OKTAVIANA
20220510561

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juni 2026

Pembimbing I	Pembimbing II
Prof. Dr. H Dikdik Harjadi, S. E., M. Si	**Faishal Rahimi, S.E., M.M**
NIK. 41038971055	**NIK. 410110920236**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,	Kepala Program Studi Manajemen,
Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si.	**Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M**
NIK. 41038971054	**NIK. 410104930220**

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widi Oktaviana

NIM : 20220510561

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab (Survei Pada Pengguna Grab di Kabupaten Kuningan)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi sepenuhnya merupakan hasil karya yang saya susun sendiri dan bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain. Seluruh sumber referensi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan penulisan karya ilmiah yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi atau pelanggaran etika akademik dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Kuningan, Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Widi Oktaviana

20220510561

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Tidak apa-apa lelah, asalkan jangan menyerah."

- Fiersa Besari

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah SWT, karena hanya atas izin dan ridha-Nya, saya persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang paling berharga bagi saya, Semoga segala kebaikan, perhatian, dan pengorbanan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang terbaik.

ABSTRAK

Widi Oktaviana (20220510561) "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab (Survei Pada Pengguna Grab di Kabupaten Kuningan) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. Dibimbing oleh Pembimbing I : Prof. Dr. H Dikdik Harjadi, S. E., M. Si dan Pembimbing II : Faishal Rahimi, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Grab di Kabupaten Kuningan. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan (X1), citra merek (X2), dan promosi (X3), sedangkan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden pengguna Grab di Kabupaten Kuningan. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra merek berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, promosi menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan serta strategi promosi yang menarik agar kepuasan pelanggan pengguna Grab di Kabupaten Kuningan tetap meningkat.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Promosi, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Widi Oktaviana (20220510561), "The Influence of Service Quality, Brand Image, and Promotion on Grab Customer Satisfaction (Survey on Grab Users in Kuningan Regency)" Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Kuningan. Supervised by Advisor I: Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si and Advisor II: Faishal Rahimi, S.E., M.M.

This study aimed to determine the influence of service quality, brand image, and promotion on customer satisfaction among Grab users in Kuningan Regency. The independent variables in this study consisted of service quality (X1), brand image (X2), and promotion (X3), while the dependent variable was customer satisfaction (Y). The research method used was descriptive and verificative methods with a quantitative approach. Data collection techniques were carried out through the distribution of questionnaires to 150 Grab users in Kuningan Regency. The sampling technique used purposive sampling. The data analysis methods included validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, t-tests, and F-tests using SPSS version 25.

The results of the study showed that service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction, brand image had a positive but insignificant effect on customer satisfaction, and promotion had a positive and significant effect on customer satisfaction. In addition, promotion became the variable that had the most dominant influence on customer satisfaction. Therefore, the company was expected to maintain and improve service quality as well as attractive promotional strategies in order to increase customer satisfaction among Grab users in Kuningan Regency.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Promotion, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal usulan penelitian skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab**" dengan baik.

Penyusunan proposal ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen. Dalam proses penyusunan proposal ini, penulis menyadari bahwa banyak tantangan yang dihadapi. Namun, berkat dukungan, arahan, serta bimbingan dari berbagai pihak, proposal ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penyusunan proposal ini.
2. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
3. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada penulis.
4. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan saling membantu dalam proses penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan dan penyempurnaan penelitian ini ke depannya. Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, akademisi, maupun pihak-pihak yang berkepentingan di bidang Pemasaran.

Kuningan, Februari 2026

Widi Oktaviana

20220510561

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulisan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya restu dan ridha dari Allah SWT. Pada kesempatan ini izinkan penulis untuk mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Yth. :

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, kakak saya dan seluruh keluarga saya yang telah menemani saya selama 22 tahun lamanya hidup dalam suka dan duka. Terima kasih atas semua kasih sayang yang telah diberikan oleh kedua orang tua saya, dan terima kasih karena selalu menyelipkan do'a di setiap langkah perjalanan yang saya lewati. Tak lupa rasa terima kasih saya ucapkan untuk diri saya sendiri yang sudah kuat selama ini. Lihatlah ke depan, perjalanan masih panjang.
2. Prof. Dr. H Dikdik Harjadi, S. E., M. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Faishal Rahimi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., ME.Sy selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Kuningan.
6. Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si, selaku Rektor Universitas Kuningan.
7. Seluruh bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu serta pembelajaran berharga kepada penulis selama menjalankan studi.
8. Untuk teman-teman seperjuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih karena sudah menemani dikala penyusunan skripsi ini dan

membuat kehidupan saya sebagai mahasiswa selama kurang lebih empat tahun di Universitas lebih berwarna.

9. Untuk keluarga besar kelas Manajemen 4J terima kasih karena telah bersama-sama selama kurang lebih empat tahun. Tahun 2022 kita berani memulai, maka di tahun 2026 kita harus berani menyelesaikannya.
10. Tak lupa setiap waktu saya selalu berterima kasih kepada Allah SWT, karena telah memberikan nikmat serta ridha-Nya dan telah mempermudah segalanya. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah ikut serta membantu dalam penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

***ABSTRACT* ..... ii**

KATA PENGANTAR iii

UCAPAN TERIMA KASIH iv

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.3 Tujuan Penelitian 6

1.4 Manfaat Penelitian 7

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS . 8

2.1 Landasan Teori 8

2.1.1 Expectation Confirmation Theory (ECT) 8

2.1.2 Manajemen Pemasaran 8

2.1.3 Kepuasan Pelanggan 9

2.1.4 Kualitas Pelayanan 15

2.1.5 Citra Merek 22
2.1.6 Promosi 26
2.2 Hubungan Antar Variabel 32
2.2.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan 32
2.2.2 Hubungan Kualitas Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan 33
2.2.3 Hubungan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan 34
2.3 Penelitian Terdahulu 35
2.4 Kerangka Berpikir 37
2.5 Hipotesis 39
BAB III METODE PENELITIAN 41
3.1 Metode Penelitian yang digunakan 41
3.2 Operasionalisasi Variabel 41
3.3 Populasi dan Sampel 43
3.3.1 Populasi 43
3.3.2 Sampel 44
3.4 Jenis Sumber Data 45
3.4.1 Jenis Data 45
3.4.2 Sumber Data 45
3.5 Teknik Pengumpulan Data 46
3.6 Hasil Uji Instrumen 47
3.6.1 Uji Validitas 47
3.6.2 Uji Reliabilitas 51
3.7 Teknik Analisa Data 53
3.7.1 Analisis Deskriptif 53
3.7.2 Uji Asumsi Klasik 55

3.7.3 Analisis Regresi Berganda 56
3.7.4 Koefisien Determinasi 57
3.7.5 Pengujian Hipotesis 57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 59
4.1 Hasil Penelitian 59
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 59
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden 60
4.1.3 Teknik Analisis Data 64
4.1.3.1 Teknik Analisis Deskriptif 64
4.1.4 Uji Asumsi Klasik 74
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda 77
4.1.6 Koefisien Determinasi R^2 78
4.1.7 Pengujian Hipotesis 79
4.2 Pembahasan 81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 86
DAFTAR PUSTAKA 88
LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Kuesioner Pra Survey pada Grab 5
Table 2.1 Penelitian Terdahulu 35
Tabel 3. 1 Operasional Variabel 42
Tabel 3. 2 Skala Likert 46
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) 48
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1) 49
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2) 50
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3) 51
Tabel 3. 7 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi 52
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel 52
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 61
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia 62
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... 62
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 63
Tabel 4. 5 Deskriptif Statistik Kepuasan Pelanggan (Y)..... 65
Tabel 4. 6 Deskriptif Statistik Kualitas Pelayanan (X1) 67
Tabel 4. 7 Deskriptif Statistik Citra Merek (X2) 69
Tabel 4. 8 Deskriptif Statistik Promosi (X3) 71
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas 74
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas 75
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas 76
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 77
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 78
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Uji Simultan) 79
Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Uji Parsial)..... 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Tingkat Kepuasan Pelanggan Sumber : goodstats.id 1
Gambar 1.2 Data Tingkat Kepuasan Pelanggan Sumber : Goodstats.id..... 2
Gambar 1.3 Data Tingkat Kepuasan Pelanggan Sumber : Survei surV by Lokadata ... 3
Gambar 1.4 Ulasan review pelanggan Sumber : Aplikasi Grab..... 4
Gambar 1.5 Ulasan review pelanggan Sumber : Aplikasi Grab 4
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian 39
Gambar 4. 1 Logo Grab.....60
Gambar 4. 2 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan(Y)……..…….. 66
Gambar 4. 3 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....69
Gambar 4. 4 Deskriptif Variabel Citra Merek (X2).....71
Gambar 4. 5 Deskriptif Variabel Promosi (X3).....73

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : Surat Penelitian
LAMPIRAN B : Instrumen Penelitian
LAMPIRAN C : Data Penelitian
LAMPIRAN D : Output Hasil Olah Data SPSS Versi 25
LAMPIRAN E : Tabel Taraf Signifikan