

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPI
HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA BISNIS JASA TRANSPORTASI
*GRAB ONLINE***

(Survei pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

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

Oleh :

SULTHAN MAHFUDH AL-GHIFARI

20210510420



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BISNIS JASA TRANSPORTASI *GRAB* ONLINE

(Survey pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

SULTHAN MAHFUDH AL-GHIFARI

20210510420

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 19 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

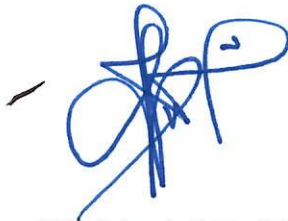
Susunan Dewan Penguji,

Penguji I,



Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M. S
NIP. 196110221986031002

Penguji II,



Wachjuni, S.E., M.M
NIK. 410106710221

Penguji III,



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M
NIK. 410106910232

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BISNIS JASA TRANSPORTASI *GRAB* ONLINE

(Survey pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)

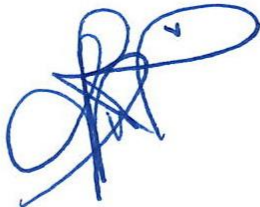
Disusun Oleh :

SULTHAN MAHFUDH AL-GHIFARI

20210510420

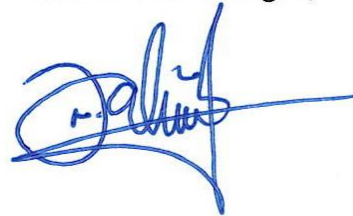
DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Dosen Pembimbing I,



Wachjuni, S.E., M.M
NIK. 410106710221

Dosen Pembimbing II,



Nurul Siti Jahidah, S.P., M.E.
NIK. 410110940258

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy
NIK. 41038091296

MOTTO DAN PESEMBAHAN

MOTTO

“Kebahagiaan sejati datang ketika hati mampu bersyukur,
bahkan dalam kesederhanaan.”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini adalah persembahan kecil sebagai tanda bukti kepada orang tua, dan keluarga yang selalu memberikan semangat, do'a dan selalu support untuk menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, untuk almamaterku Universitas Kuningan.

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sulthan Mahfudh Al-Ghifari

NIM : 20210510420

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepi Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Transportasi Grab Online (Survei Pada Mahasiswa Di Kabupaten Kuningan).” beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Sulthan Mahfudh Al-Ghifari

20210510420

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BISNIS JASA
TRANSPORTASI *GRAB ONLINE***

(Survey pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)

**Sulthan Mahfudh Al-Ghifari (20210510420) Pembimbing I : Wachjuni, S.E.,
M.M Pembimbing II : Nurul Siti Jahidah, S.P., M.E**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bisnis Jasa Transportasi *Grab Online*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan kuisioner dengan pengukuran skala interval sebagai instrumennya. Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa PTS di Kabupaten Kuningan. Sampel yang diambil sebanyak 160 responden dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling*. Kemudian dilakukan analisis kuantitatif melalui uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Data hasil penelitian diolah menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi secara simultan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan pelanggan (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (3) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (4) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Promosi, Kepuasan Pelanggan

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND
PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION IN GRAB ONLINE
TRANSPORTATION SERVICE BUSINESS
(A Survey on University Students in Kuningan Regency)***

***Sulthan Mahfudh Al-Ghifari (20210510420) Supervisor I : Mrs. Wachjuni,
S.E., M.M Supervisor II : Nurul Siti Jahidah, S.P., M.E.***

ABSTRACT

This research aimed to determine the influence of service quality on customer satisfaction, price perception on customer satisfaction, promotion on customer satisfaction, and the influence of service quality, price perception, and promotion on customer satisfaction in the Grab online transportation service business. This type of research was descriptive quantitative. The research used a questionnaire with interval scale measurements as its instrument. The population in this research consisted of private university students in Kuningan Regency. The sample consisted of 160 respondents selected using a non-probability sampling technique. Quantitative analysis was then conducted through instrument tests, classical assumption tests, and hypothesis testing. The analytical technique used was multiple linear regression analysis. The research data were processed using SPSS 25. The results of this study showed that: (1) Service quality, price perception, and promotion simultaneously had an influence on customer satisfaction, (2) Service quality had a positive and significant influence on customer satisfaction, (3) Price perception had a positive and significant influence on customer satisfaction, (4) Promotion had a positive and significant influence on customer satisfaction.

Keywords : Service Quality, Price Perception, Promotion, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BISNIS JASA TRANSPORTASI GRAB ONLINE (Survei pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)”**.

Adapun penyusunan Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Kuningan.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyusunan penyelesaian Skripsi ini. Peneliti menyadari Skripsi ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Kuningan, Juni 2025

Penulis

Sulthan Mahfudh Al-Ghifari

20210510420

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para keluarganya, para sahabatnya, dan kepada kita selaku umatnya yang Insya Allah patuh akan ajarannya, Aamiin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan rasa kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak berikut ini :

1. Terima kasih yang paling tulus saya persembahkan kepada Ayahanda tercinta, Bapak Uu Nursamsu, dan Ibunda tersayang, Ibu Nia Kurniasih. Kalian adalah pilar kekuatan, sumber inspirasi, dan mata air kasih sayang yang tak pernah kering. Setiap tetes keringat, setiap doa yang kalian panjatkan, dan setiap dukungan moral serta materiil yang tiada batas, telah menjadi bahan bakar utama bagi saya untuk terus melangkah. Kalian mengajari saya arti kegigihan dan ketulusan, dan pencapaian ini adalah persembahan kecil untuk membalas semua kebaikan kalian.
2. Kepada kakak saya, Zulfa Nebilah Tsuroya, dan adik saya, Fakhira Aulia Ramadhani, terima kasih atas dukungan, semangat, dan doa yang selalu menyertai, menjadi penyemangat di kala lelah.
3. Terima kasih kepada seluruh keluarga besar, terutama Ibu Hj. Tarlim dan Bapak Hj. Odon, atas doa dan dukungan yang tak pernah putus, memberikan kehangatan di setiap kesempatan.
4. Ibu Wachjuni, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, kesabarannya untuk membimbing dan membina penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Nurul Siti Jahidah, S.P., M.E. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, kesabarannya untuk membimbing dan membina penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
7. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
9. Ibu Enung Nurhayati, S.E., M.Si., Ak., C.A. selaku Wakil Dekan I, serta Bapak Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
10. Seluruh Dosen dan Staff Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
11. Kepada seluruh anggota tim Pragos, terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan canda tawa yang selalu menghiasi hari-hari perkuliahan. Kalian adalah keluarga kedua yang selalu ada dalam suka maupun duka. Secara khusus, kepada teman-teman dekat saya: Silfiya, Esha, Arif, dan Ikhsan, terima kasih atas persahabatan sejati, dukungan moral, dan motivasi yang tak pernah putus. Kalian adalah pendengar yang baik dan pemberi semangat yang luar biasa.
12. Teman-teman Manajemen 4 I terima kasih atas kebersamaan, kolaborasi, dan kenangan indah yang tercipta selama masa perkuliahan.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan Taufik-Nya pada kita semua dan skripsi ini dapat bermanfaat bukan hanya bagi penulis, tapi juga untuk seluruh pembaca.

Kuningan, Mei 2025

Penulis

Sulthan Mahfudh Al-Ghifari

20210510420

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	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	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS14	
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	15
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	18

2.1.4 Persepsi Harga	22
2.1.5 Promosi	25
2.1.6 Hubungan Antar Variabel	29
2.1.7 Penelitian Terdahulu	34
2.2 Kerangka Berpikir	40
2.3 Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	43
3.2 Operasionalisasi Variabel	44
3.3 Populasi dan Sampel	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel	48
3.4 Jenis dan Sumber Data	49
3.4.1 Jenis Data	49
3.4.2 Sumber Data	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data	49
3.6 Uji Instrumen	50
3.6.1 Uji Validitas	50
3.6.2 Uji Reliabilitas	53
3.7 Teknik Uji Analisis	55
3.7.1 Analisis Deskriptif	55
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	57
3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda	58
3.7.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
3.7.5 Uji Hipotesis	59

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	62
4.1 Hasil Penelitian.....	62
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden	64
4.1.3 Teknik Analisis Data	68
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda	79
4.1.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	81
4.1.7 Uji Hipotesis	82
4.2 Pembahasan	83
4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	83
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	84
4.2.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	86
4.2.4 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN	1

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra-survey Kepuasan Pelanggan	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 3. 2 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	51
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	51
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Promosi	52
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	53
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	54
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga.....	54
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	55
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	55
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan dalam Sebulan	66
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi	67
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan.....	68
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Persepsi Harga	71
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Promosi	73
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	75
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	80
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	81
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	82
Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Parsial)	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Transportasi Online Tahun 2020-2024.....	3
Gambar 1. 2 Survey Data Perguruan tinggi di Kabupaten Kuningan	5
Gambar 1. 3 Pertanyaan kuisioner teradap Mahasiswa Kabupaten Kuningan	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 3. 1 Skala Pengukuran Interval	50
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Grab	63
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	66
Gambar 4. 4 Diagram Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	67
Gambar 4. 5 Diagram Responden Berdasarkan Perguruan Asal Tinggi.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I (Administrasi Penelitian)

- Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
- Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Transkrip Aktivitas Mahasiswa (TAK)

LAMPIRAN II (Surat Pengantar Kuesioner dan Kuesioner)

- Surat Pengantar Kuesioner
- Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN III (Hasil Kuesioner)

- Data Identitas Responden
- Data Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X1)
- Data Hasil Kuesioner Variabel Persepsi Harga (X2)
- Data Hasil Kuesioner Variabel Promosi (X3)
- Data Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

LAMPIRAN IV (Output Hasil Perhitungan SPSS)

- Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)
- Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2)
- Hasil Analisis Deskriptif Variabel Promo (X3)
- Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
- Hasil Validitas Kualitas Pelayanan (X1)
- Hasil Validitas Persepsi Harga (X2)
- Hasil Validitas Promosi (X3)
- Hasil Reliabilitas Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi
- Hasil Uji Normalitas
- Hasil Uji Multikolinieritas
- Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Hasil Analisa Regresi Linear Berganda
- Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Hasil Uji Hipotesis (Uji f dan t)

LAMPIRAN V

- Tabel R
- Tabel F
- Tabel T

LAMPIRAN VI

- Daftar Riwayat Hidup