

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN *BRAND*
AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
OJEK ONLINE MAXIM DI JAKARTA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIE INDONESIA JAKARTA)**

SKRIPSI

**SAFITRI AYUNING TYAS
21190000259**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2023**

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN OJEK ONLINE MAXIM DI JAKARTA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIE INDONESIA JAKARTA)

SKRIPSI

SAFITRI AYUNING TYAS
21190000259



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN OJEK ONLINE MAXIM DI JAKARTA

(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIE INDONESIA JAKARTA)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Strata I Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 30 April 2023



Safitri Avuning Tyas
21190000259

PERSETUJUAN PEMBIMBING


Skripsi dengan Judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN OJEK ONLINE MAXIM DI JAKARTA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIE INDONESIA JAKARTA)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Engkur, S.IP, ME dan diketahui oleh kepala Program Studi Strata 1 Manajemen serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

Jakarta, 30 April 2023

Pembimbing



Dr. Engkur, S.IP, ME

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Dr. Faris Faruqi, S.E. M.E.


HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi dengan Judul:


**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN OJEK ONLINE MAXIM DI JAKARTA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIE INDONESIA JAKARTA)**


telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Akuntansi/Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada hari Rabu, 26 Juli 2023, dengan nilai A-.

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Dr. Faris Faruqi, S.E. M.E.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  : Dr. Engkur, S.IP. ME
(Pembimbing)

3.  : Drs. Sumitro, M.Sc
(Anggota Penguji)

 : Ir. Othman Syamsuar, ME
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Dr. Engkur, S.IP, ME selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc. selaku dosen penguji 1 yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME selaku dosen penguji 2 yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
4. Dr. Faris Faruqi, S.E., M.E. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
6. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama perkuliahan dan selama saya menyelesaikan studi.
7. Ibu Warsini dan Bapak Samingin (Alm) serta Ibu Sukatini R.W dan Bapak Umar Harahap (Alm) selaku orang tua peneliti yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral, dan doa untuk peneliti.
8. Saudara dan Saudari dan keluarga lainnya yang memberikan doa, dukungan, semangat serta motivasi kepada peneliti.
9. Ananda Nursyahfitri, Andi Prabowo dan Dinda Indriyani yang selalu siap sedia membantu dan menemani dalam suka dan duka selama berkuliah dan dalam menyusun rangkaian skripsi ini.

10. Seluruh teman-teman seperjuangan Manajemen E angkatan tahun 2019 reguler pagi yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih telah meluangkan waktu, pikiran dan dukungannya selama masa perkuliahan.
11. Musisi Taylor Swift yang memberikan semangat kepada peneliti melalui sebuah karya berupa lagu.
12. Seluruh responden di STEI Inndonesia, Jakarta yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih sudah membantu peneliti dalam mengisi kuesioner, sehingga dapat bisa melanjutkan penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 30 April 2023



Safitri Ayuning Tyas
21190000259

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Safitri Ayuning Tyas
NIM : 21190000259
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN OJEK ONLINE MAXIM DI JAKARTA**
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIE INDONESIA JAKARTA)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal: 30 April 2023

Yang menvatakan. ttd



Safitri Ayuning Tyas

Safitri Ayuning Tyas

21190000259

Program S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :

Dr. Engkur, S.IP, ME

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN OJEK ONLINE MAXIM DI
JAKARTA**

(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIE INDONESIA JAKARTA)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terjadi pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Penggunaan Ojek Online Maxim pada mahasiswa STIE Indonesia Jakarta.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif pendekatan kuantitatif, yang diukur dengan SPSS 24.00. populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa/i STIE Indonesia pada prodi S1 Manajemen dan Akuntansi pada tahun angkatan 2019 hingga 2022. Sampel ditentukan berdasarkan metode *Non-probability* dengan pendekatan *purposive sampling*. Penelitian menggunakan metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan determinasi parsial dan simultan.

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap keputusan penggunaan pada ojek online Maxim., Harga tidak berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap keputusan penggunaan ojek online Maxim., dan *Brand Awareness* berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap keputusan pembelian terhadap keputusan penggunaan ojek online Maxim.

Kata Kunci : Ojek Online, Maxim, Kualitas Pelayanan, Harga, Brand Awareness, Keputusan Penggunaan

Safitri Ayuning Tyas

21190000259

Program S-1 Manajemen

Advisor :

Dr. Engkur, S.IP, ME

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE AND BRAND AWARENESS ON
THE DECISION TO USE MAXIM ONLINE OJEK IN JAKARTA***

(CASE STUDY ON STIE INDONESIA STUDENTS, JAKARTA)

ABSTRACT

This study aims to examine whether there is an influence of Service Quality, Price and Brand Awareness on the Decision to Use Maxim Online Ojek for STIE Indonesia Jakarta students.

This study uses a quantitative approach associative research, as measured by SPSS 24.00. The population of this study were STIE Indonesia students in undergraduate study programs in the 2019 to 2022 class. The sample was determined based on the non-probability method with a purposive sampling approach. Research using data processing method in this study using partial and simultaneous determination.

The results of the study prove that Service Quality has a partially positive effect on the decision to use Maxim's online motorcycle taxi. Price has no partial positive effect on the decision to use Maxim's online motorcycle taxi, and Brand Awareness has a partial positive effect on purchasing decisions on decisions to use motorcycle taxis. Maxim online.

Keywords: Online Ojek, Maxim, Quality of Service, Price, Brand Awareness, Decision to Use

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
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 KAJIAN PUSTAKA.....	2
2.1 Landasan Teori.....	2
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Hipotesis Penelitian.....	15
2.4 Kerangka Konseptual	15
BAB III METODE PENELITIAN	9
3.1 Strategi Penelitian	9
3.2 Populasi dan Sampel	9
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	18
3.4 Operasional Variabel.....	19
3.5 Metode Analisis Data	25
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Gambaran Umum	28
4.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	31
4.3 Uji Instrumen.....	35
4.4 Uji Hipotesis.....	37

4.5 Pembahasan Hasil Uji Penelitian	40
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	31
5.1 Simpulan.....	31
5.2 Saran.....	42
5.3 Keterbatasan Penelitian	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44
DAFTAR LAMPIRAN.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Peningkatan Kendaraan	2
Tabel 2. 1 Jumlah Mahasiswa STIE Jakarta per Tahun Angkatan.....	17
Tabel 2. 2 Indikator Variabel	20
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Prodi Jurusan	30
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	31
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden.....	31
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel	35
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reabilitas	36
Tabel 4. 7 Hasil Uji t	37
Tabel 4. 8 Hasil Uji F	38
Tabel 4. 9 Hasil KD Parsial X ₁ terhadap Y.....	38
Tabel 4. 10 Hasil KD Parsial X ₂ terhadap Y	39
Tabel 4. 11 Hasil KD Parsial X ₃ terhadap Y	39
Tabel 4. 12 Hasil KD Secara Simultan.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Tingkat Kemacetan Kota Besar di Dunia (<i>katadata.co.id</i>)	1
Gambar 4. 1 Diagram Skala Likert Kualitas Pelayanan data diolah (2023).....	32
Gambar 4. 2 Diagram Skala Likert Harga data diolah (2023).....	33
Gambar 4. 3 Diagram Skala Likert <i>Brand Awareness</i> data diolah (2023)	33
Gambar 4. 4 Diagram Skala Likert Keputusan Penggunaan data diolah (2023).....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Kuesioner Penelitian.....	49
Lampiran 2. Surat Izin Riset	50
Lampiran 3. Tabulasi Kuesioner Kualitas Pelayanan (X ₁).....	56
Lampiran 4. Tabulasi Kuesioner Harga (X ₂).....	59
Lampiran 5. Tabulasi Kuesioner <i>Brand Awareness</i> (X ₃)	62
Lampiran 6. Tabulasi Responden Keputusan Penggunaan (Y).....	65
Lampiran 7. Output Data Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X ₁)	68
Lampiran 8. Output Analisis Deskriptif Variabel Harga (X ₂).....	69
Lampiran 9. Output Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i> (X ₃)	70
Lampiran 10. Output Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Penggunaan (Y)	70
Lampiran 11. Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi (X ₁)	71
Lampiran 12. Output SPSS Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Harga (X ₂)	72
Lampiran 13. Output SPSS Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (X ₃).....	73
Lampiran 14. Output SPSS Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Keputusan Penggunaan (Y)	74
Lampiran 15. Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	76