

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERIKLANAN DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI ONLINE**

**(Studi Kasus Pada Pengguna *Goride* Taman Wisma Asri
Bekasi)**

SKRIPSI

**BELLA ANISA
2114000452**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERIKLANAN DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI ONLINE**

**(Studi Kasus Pada Pengguna *Goride* Taman Wisma Asri
Bekasi)**

SKRIPSI

**BELLA ANISA
2114000452**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERIKLANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI ONLINE

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) 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 di 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, 4 September 2019



BELLA ANISA NPM
2114000452

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERIKLANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI ONLINE

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Asep Saefurrahman dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, September 2019

Pembimbing,



Asep Saefurrahman, SE, ME

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, MSc


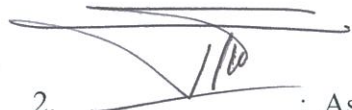

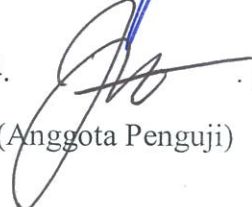
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERIKLANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI ONLINE

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal September 2019 dengan nilai

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Drs. Sumitro, MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Asep Saefurahman, SE, ME
(Pembimbing)
3.  ; Rama Chandra, SE., ME
(Anggota Penguji)
4.  ; Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Tuhan YME berkat karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, 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. Asep Saefurahman,SE,ME selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
3. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen
4. Rama Chandra, SE., ME dan Drs. Yusuf Suardi M.Si.,MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
5. Kedua orang tua tercinta, yang selama ini tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, cinta, doa dan dukungannya.
6. Teman-teman seperjuangan skripsi.
7. Teman-teman Manajemen E , seperjuangan belajar dari Semester 1.

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

Jakarta, September 2019

BELLA ANISA

NPM 2114000452

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Bella Anisa
NPM : 2114000452
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 Royalti- Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERIKLANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI ONLINE

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 : September 2019

Yang menyatakan,

Bella Anisa

<p>Bella anisa NPM : 2114000452 Program Studi S-1 Manajemen</p>	<p>Dosen Pembimbing: Asep Saefurahman,SE,ME</p>
<p style="text-align: center;">PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERIKLANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI ONLINE</p>	
<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Persepsi Harga, Periklanan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna Jasa Transportasi <i>Online</i> Gojek di Taman Wisma Asri Bekasi 1.</p> <p>Sejalan dengan penelitian ini, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, artinya sampel dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 responden. Teknik pengumpulan data berdasarkan pada data primer. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari responden atau konsumen pengguna Jasa Transportasi <i>Online</i> Gojek di Taman Wisma Asri Bekasi 1.</p> <p>Berdasarkan hasil penelitian, hasil uji signifikansi pengaruh simultan dengan uji F, Persepsi Harga, Periklanan dan Kualitas Pelayanan, secara bersama-sama atau simultan, berpengaruh signifikan (secara statistika) terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna Jasa Transportasi <i>Online</i> Gojek di Taman Wisma Asri Bekasi 1. Berdasarkan hasil uji pengaruh parsial dengan uji t, variabel bebas Persepsi Harga dan Periklanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna Jasa Transportasi <i>Online</i> Gojek di Taman Wisma Asri Bekasi 1, sedangkan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan kearah positif terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna Jasa Transportasi <i>Online</i> Gojek di Taman Wisma Asri Bekasi 1.</p>	
<p style="text-align: center;">Kata Kunci:Keputusan pembelian, Harga, Periklanan dan Kualitas Pelayanan</p>	

<p>Bella anisa</p> <p>NPM : 2114000452</p> <p>Study Program S-1 Manajemen</p>	<p>Supervisor:</p> <p>Asep Saefurahman,SE,ME</p>
<p><i>THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, ADVERTISING AND SERVICE QUALITY ON INTEREST IN BUYING CONSUMERS GOJEK</i></p>	
<p><i>ABSTRACT</i></p> <p><i>This study aims to determine whether the variables of price perception, advertising and service quality influence simultaneously or partially on interest in buying consumers for online transportation Goride.</i></p> <p><i>In line with this study, this research was conducted using purposive sampling method, meaning that the sample in this study was chosen based on certain criteria. The sample in this study 80 respondents. Data collection techniques are based on primary data. In this study, primary data was obtained from the respondents or muslim consumers for online transportation Goride in Park of Wisma Asri Residence South Bekasi.</i></p> <p><i>Based on the results of the study, the results of the significance test simultaneous effect with the F, price perception, advertising and service quality test, together or simultaneously, have a significant (statistically) effect on interest in buying consumers for online transportation Goride in Park of Wisma Asri Residence South Bekasi. Based on the results of the partial effect test with the t test, the independent variable service quality have a positive and significant effect on interest in buying consumers for online transportation Goride in Park of Wisma Asri Residence South Bekasi, but price perception and advertising is not significant effect on interest in buying consumers for online transportation Goride in Park of Wisma Asri Residence South Bekasi.</i></p>	
<p><i>Keywords: Interest in Buying Consumers, Price Perception, Advertising and Service Quality</i></p>	

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	5
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Perilaku Konsumen	9
2.2.2. Bauran Pemasaran	10
2.2.3. Harga	12
2.2.4. Periklanan.....	15

	Halaman
2.2.5. Kualitas Pelayanan	18
2.2.6. Keputusan Pembelian	20
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian	19
2.3.1. Hubungan Harga dan Keputusan Pembelian.....	23
2.3.2. Hubungan Periklanan dan Keputusan Pembelian	23
2.3.3. Hubungan Pelayanan dan Keputusan Pembelian.....	24
2.4. Pengembangan Hipotesis	25
2.5. Kerangka Konseptual	25
 BAB III METODA PENELITIAN	 27
3.1. Strategi Penelitian	28
3.2. Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi penelitian	28
3.2.2 Sampel penelitian	25
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	29
3.3.1 Jenis data	29
3.3.2 Metoda pengumpulan data	29
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	30
3.5. Metoda Analisis Data.....	22
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 38
4.1. Deskripsi Perusahaan	38
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.2. Analisis Data	41
4.2.1 Uji Validasi	41
4.2.2 Uji Realibilitas	45
4.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
4.4. Pengujian Hipotesis.....	50

	Halaman
4.4.1 Uji t.....	50
4.4.2 Uji F (Uji Secara Simultan.....	51
4.5. Koefisien Determinasi (R^2).....	52
4.6. Pembahasan.....	53
4.5.1 Pengaruh Harga dan Keputusan Pembelian.....	53
4.5.2 Pengaruh Periklanan dan Keputusan Pembelian.....	53
4.5.3 Pengaruh Pelayanan dan Keputusan Pembelian	54
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	 56
5.1. Kesimpulan	56
5.2. Keterbatasan.....	56
5.3. Saran.....	57
 DAFTAR REFERENSI	 58
 DAFTAR LAMPIRAN	 61

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 3.2. Instrumen Skala Likert	32
Tabel 3.3. Uji Kualitas Data	33
Tabel 4.1. Rincian Kuesioner	38
Tabel 4.2. Profil Responden.....	39
Tabel 4.3. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	39
Tabel 4.4 Uji Validitas X1	46
Tabel 4.5. Uji Validitas X2.....	47
Tabel 4.6. Uji Validitas X3	48
Tabel 4.7. Uji Validitas Y	48
Tabel 4.8. Uji Realibilitas X1	48
Tabel 4.9. Uji Realibilitas X2	48
Tabel 4.10. Uji Realibilitas X3	48
Tabel 4.11. Uji Realibilitas Y	48
Tabel 4.12. Regresi Linier Berganda	49
Tabel 4.13. Uji t	51
Tabel 4.14. Uji F.....	53
Tabel 4.15. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Responden X1	63
Lampiran 2. Data Responden X2	77
Lampiran 3. Data Responden X3	82
Lampiran 4. Data Responden Y	83
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	84
Lampiran 6. Surat Riset Penelitian	84