

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK
LOYALITAS PELANGGAN PADA JASA GOJEK DI YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND PRICE PERCEPTIONS
ON CUSTOMER SATISFACTION IN ESTABLISHING CUSTOMER LOY-
ALITY ON GOJEK SERVICES IN YOGYAKARTA***

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh :

NANDA FITRIA RAMADHANI

20180410444

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Nanda Fitria Ramadhani

NIM : 20180410444

Jurusan : Manajemen dan Bisnis

Kampus : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN PADA JASA GOJEK DI YOGYAKARTA**" tidak terdapat suatu karya yang pernah diajukan dalam memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi. Dalam sepengetahuan penulis, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang sudah pernah atau mungkin diterbitkan oleh penulis lain, kecuali yang secara penulisan menjadi acuan dalam naskah dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Yogyakarta, 14 Desember 2021



Nanda Fitria Ramadhani

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmaniranim, Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan hidayahnya sehingga sampai saat ini penulis diberikan iman, kesehatan dan anugerah yang sangat luar biasa. Sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Gojek Di Yogyakarta” dengan lancar. Tidak lupa shalawat serta salam saya kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengumpulkan hati umatnya dalam naungan cahaya islam sehingga kita dapat merasakan indahnya keislaman pada saat ini. Syukur Alhamdulillah, saya persembahkan karya tulis saya ini kepada pihak yang berpengaruh dalam perjalanan saya yaitu:

1. Orangtuaku, yaitu Alm. Ayahanda Darsono dan Ibunda Ngatini yang selalu memberikan kasih sayang dan do'a yang tiada henti-hentinya serta selalu memberi semangat dan dukungan penuh dalam segala hal. Serta kakak saya (Deni, Indra) dan juga adik saya Febyan yang selalu memberikan kebahagiaan-kebahagiaan kecil yang menjadi semangat tersendiri bagi saya.
2. Dosen pembimbing seminar proposal dan skripsi bapak Sutrisno Wibowo, SE., M.M. Terima kasih sudah menjadi dosen terbaik bagi saya sejak semester 3 dan Terima kasih atas bimbingan, kesabaran, waktu, ilmu yang senantiasa diberikan kepada saya.
3. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Manajemen (HIMAMA) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang selalu bersedia memberikan ruang pendapat saya untuk kelancaran perkuliahan

selama ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas ilmu berorganisasi yang diberikan.

4. Sahabat dan teman-temanku, yang selalu memberikan semangat serta mengajarkan saya arti sebuah usaha serta kesabaran dalam kehidupan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin, Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan hidayahnya sehingga sampai saat ini penulis diberikan iman, kesehatan dan anugerah yang sangat luar biasa. Sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Gojek Di Yogyakarta” dengan lancar. Tidak lupa shalawat serta salam saya kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengumpulkan hati umatnya dalam naungan cahaya islam sehingga kita dapat merasakan indahnya keislaman pada saat ini. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan dan do'a dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini saya mengucapkan Terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., CA., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberi bimbingan untuk para mahasiswa Manajemen.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing saya dengan baik dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Mbak Frifalia, mas Hudzai dan juga mas Faras yang sudah mau meluangkan waktu diantara kesibukannya untuk membagikan ilmunya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-satu tetapi sangat banyak terima kasih atas makna kehidupan yang dapat saya pelajari dalam bentuk dukungan, bantuan, perilaku dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang dalam bentuk apapun itu penulis akan terima untuk pembelajaran kedepan. Namun demikian, merupakan harapan bagi penulis bila karya tulis ini dapat menjadi suatu karya yang bermanfaat.

Yogyakarta, 14 Desember 2021



Nanda Fitria Ramadhani

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	ii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	viii
<i>ABSTRAC</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. <i>E-Service Quality</i>	10
2. Persepsi Harga	13
3. Kepuasan Pelanggan	16
4. Loyalitas Pelanggan	19
B. Hasil Penelitian Terdahulu	20
C. Pengembangan Hipotesis Penelitian	25
1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Konsumen	25
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	26
3. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	26
4. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	27
5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	28
6. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable intervening	29

7. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable intervening.....	30
D. Model Penelitian	30
BAB III	32
METODE PENELITIAN.....	32
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	32
B. Jenis Data.....	32
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data	34
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
F. Uji Kualitas Instrumen	38
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	39
BAB IV	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Dan Objek/Subjek Penelitian	43
1. Gambaran Objek Penelitian.....	43
2. Hasil Pengumpulan Data	45
3. Deskripsi Responden.....	45
B. Uji Kualitas Instrumen	47
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	49
C. Statistik Deskriptif	50
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	53
1. Pembahasan Model Berdasarkan Teori.....	53
2. Menyusun Diagram Alur (Path Diagram).....	54
3. Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural	54
4. Input Matriks dan Estimasi Model.....	55
5. Identifikasi Model Struktural	60
6. Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	61
7. Interpretasi dan model Modifikasi Model	63
E. Pengujian Hipotesis.....	64
F. Pembahasan	68
BAB V	75
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	75
A. Simpulan	75
B. Keterbatasan Penelitian.....	76
C. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Skala Likert	35
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Eksogen	36
Tabel 3. 3 Indikator Variabel Endogen.....	37
Tabel 3. 4 Indikator Variabel Mediasi	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel E-Service Quality (X1).....	50
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2).....	51
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	52
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	52
Tabel 4. 10 Perhitungan <i>Bollen-Stine Bootstrap</i>	57
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian <i>Outliers</i>	58
Tabel 4. 12 <i>Notes For Model</i>	61
Tabel 4. 13 Menilai <i>Goodness of Fit</i>	62
Tabel 4. 14 Hubungan antar variabel.....	64
Tabel 4. 15 <i>Standardized Direct Effects</i>	67
Tabel 4. 16 <i>Standardized Indirect Effects</i>	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna transportasi online 2020	4
Gambar 2. 1 Metode Penelitian.....	31
Gambar 4. 1 Diagram Alur	54
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	55
Gambar 4. 3 Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i>	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 2 : Karakteristik Responden.....	87
Lampiran 3 : Uji Validitas	88
Lampiran 4 : Uji Reliabilitas	89
Lampiran 5 : Statistik Deskriptif	91
Lampiran 6 : Model Penelitian Struktural.....	93
Lampiran 7 : Uji Normalitas.....	94
Lampiran 8 : Uji <i>Outlier</i>	95
Lampiran 9 : <i>Degree Of Freedom</i>	98
Lampiran 10 : Model Fit	99
Lampiran 11 : Uji Hipotesis	100
Lampiran 12 : Uji Media si.....	101
Lampiran 13 : Turnitin	102