

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PENGGUNAAN  
APLIKASI GOJEK DI AREA BOGOR**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS – TUGAS DAN MEMENUHI  
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
MANAJEMEN**

**OLEH :**

**NENG LATIFAH**

**NPM : S1-0218.198**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

**2023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

---

**PENGESAHAN SKRIPSI**

JUDUL : PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM  
PENGUNAAN APLIKASI GOJEK DI AREA BOGOR

OLEH : NENG LATIFAH

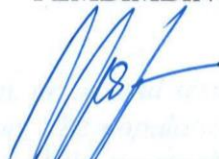
NPM : S1-0218.198

PEMBIMBING I



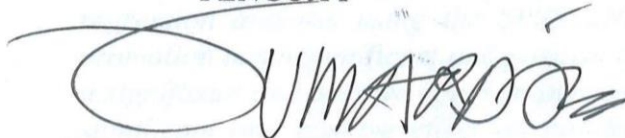
(Caslam, S.E., MMA)

PEMBIMBING II



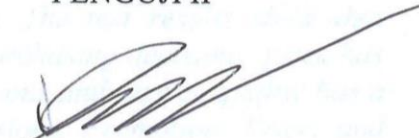
(Darwin Marasi Purba. S.E., M.Ak)

PENGUJI I



(Sumardjono, SE, MM)

PENGUJI II



(Dimas Ari D, S.Pi., M.Sc)

REKTOR

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

( Dr. ISMULYANA DJAN, S.E., M.M. )

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dalam Penggunaan Aplikasi Gojek. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelanggan gojek kota Bogor. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi liner berganda dengan menggunakan program SPSS 226. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian. Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci : Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of promotion, price, and service quality on purchasing decisions in using the Gojek application. The population used in this study is GoJek customers in the city of Bogor. This research is a causal associative research using a quantitative approach, the sample used is 100 respondents. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis using the SPSS 226 program. The test results show that promotion has a significant and positive effect on purchasing decisions, price has a significant and positive effect on purchasing decisions and service quality has a significant and positive effect on purchasing decisions. Promotion, Price, and Service Quality simultaneously influence Purchase Decision.*

**Keywords: Promotion, Price, Service Quality and Purchase Decision**

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT bahwa pada akhirnya Skripsi dengan judul “**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PENGGUNAAN APLIKASI GOJEK** ”. ini telah peneliti selesaikan sesuai dengan rencana yang telah kami tentukan sebelumnya.

Peneliti menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang peneliti miliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak agar penyajian tulisan di masa yang akan datang bisa jauh lebih baik lagi.

Skripsi ini tersusun atas bantuan dan bimbingan berbagai pihak, karenanya perkenankanlah peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE., MM., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom., selaku Wakil Rektor II dan Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Bapak Caslam, SE., MMA., selaku dosen Pembimbing I dan Bapak Darwin Marasi Purba, SE., M.Ak., selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan tentang teknik penulisan skripsi ini.

4. Kedua orang tua ku tercinta Bapak Ado Sudiharjo (Alm) dan Ibu Nyai Fatimah yang tidak pernah lupa selalu mendoakan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Para Dosen Universitas Binaniaga Indonesia yang jasanya cukup besar dalam membimbing peneliti selama studi di Universitas Binaniaga Indonesia.
6. Rekan-Rekan mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia yang telah membantu dan mendorong kami dalam penyelesaian skripsi.
7. Seluruh pihak yang telah mendukung serta membantu dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung semoga Allah SWT memberikan pahala atas kebaikannya.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Bogor, Februari, 2023

Peneliti

## DAFTAR ISI

|                                    |      |
|------------------------------------|------|
| LEMBAR PENGESAHAN                  |      |
| ABSTRAK .....                      | iii  |
| KATA PENGANTAR .....               | iv   |
| DAFTAR ISI.....                    | vi   |
| DAFTAR TABEL.....                  | viii |
| DAFTAR GAMBAR.....                 | x    |
| DAFTAR LAMPIRAN .....              | xi   |
| BAB I PENDAHULUAN.....             | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah .....    | 1    |
| B. Identifikasi Masalah.....       | 7    |
| C. Batasan Masalah.....            | 8    |
| D. Rumusan Masalah.....            | 8    |
| E. Tujuan Penelitian.....          | 9    |
| F. Manfaat Penelitian.....         | 9    |
| G. Sistematika Penulisan.....      | 11   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....       | 13   |
| A. Promosi .....                   | 13   |
| B. Harga .....                     | 20   |
| C. Kualitas Pelayanan .....        | 23   |
| D. Keputusan Pembelian .....       | 25   |
| E. Penelitian Terdahulu .....      | 31   |
| F. Kerangka Pemikiran .....        | 35   |
| G. Hipotesis .....                 | 38   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....    | 40   |
| A. Metode Penelitian .....         | 40   |
| B. Variabel dan Pengukurannya..... | 41   |
| C. Populasi dan Sampel .....       | 48   |
| D. Metode Pengumpulan Data .....   | 49   |
| E. Teknik Analisis Data .....      | 51   |

|                |                                             |     |
|----------------|---------------------------------------------|-----|
| BAB IV         | HASIL DAN PEMBAHASAN .....                  | 65  |
| A.             | Sejarah Perusahaan .....                    | 65  |
| B.             | Struktur Organisasi .....                   | 68  |
| C.             | Profil Responden .....                      | 68  |
| D.             | Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas ..... | 74  |
| 1.             | Uji Validitas .....                         | 74  |
| 2.             | Uji Reliabilitas .....                      | 79  |
| 3.             | Uji Asumsi Klasik .....                     | 82  |
| E.             | Analisis Deskriptif .....                   | 84  |
| F.             | Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....   | 90  |
| G.             | Uji Partial (Uji) t .....                   | 92  |
| H.             | Uji Hipotesis F .....                       | 94  |
| I.             | Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....       | 96  |
| J.             | Pembahasan .....                            | 97  |
| BAB V          | KESIMPULAN DAN SARAN .....                  | 101 |
| A.             | Kesimpulan .....                            | 101 |
| B.             | Saran .....                                 | 101 |
| DAFTAR PUSTAKA | .....                                       | 104 |

## DAFTAR TABEL

|          |                                                                                  |    |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1  | Perbandingan tarif layanan ojek online gojek, grab dan maxim di Jabodetabek..... | 5  |
| Tabel 2  | Penelitian Terdahulu .....                                                       | 32 |
| Tabel 3  | Operasional Variabel .....                                                       | 46 |
| Tabel 4  | Kriteria Skor Penilaian .....                                                    | 48 |
| Tabel 5  | Tingkat Reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha                         | 54 |
| Tabel 6  | Kekuatan Hubungan korelasi .....                                                 | 59 |
| Tabel 7  | Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....                            | 69 |
| Tabel 8  | Klasifikasi Responden berdasarkan Usia .....                                     | 70 |
| Tabel 9  | Klasifikasi Responden berdasarkan Lama Menggunakan aplikasi .....                | 71 |
| Tabel 10 | Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan .....                                | 72 |
| Tabel 11 | Klasifikasi Responden berdasarkan Pendapatan .....                               | 73 |
| Tabel 12 | Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X1) .....                                  | 75 |
| Tabel 13 | Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2) .....                                    | 76 |
| Tabel 14 | Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3) .....                       | 77 |
| Tabel 15 | Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....                       | 78 |
| Tabel 16 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X1) .....                               | 79 |
| Tabel 17 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2) .....                                 | 80 |
| Tabel 18 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3) .....                    | 81 |
| Tabel 19 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kineja (Y) .....                                 | 81 |



|          |                                                             |    |
|----------|-------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 20 | Hasil Uji Normalitas .....                                  | 82 |
| Tabel 21 | Hasil Uji Multikolinieritas.....                            | 83 |
| Tabel 22 | Hasil Analisis Deskriptif.....                              | 85 |
| Tabel 23 | Kriteria Jawaban Responden.....                             | 86 |
| Tabel 24 | Jawaban responden pada variabel Promosi (X1) .....          | 87 |
| Tabel 25 | Jawaban responden pada variabel Harga (X2) .....            | 88 |
| Tabel 26 | Jawaban responden pada variabel Kualitas Pelayanan (X3) ... | 89 |
| Tabel 27 | Jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian (Y)     | 90 |
| Tabel 28 | Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda) .....           | 91 |
| Tabel 29 | Hasil Uji partial t.....                                    | 92 |
| Tabel 30 | Hasil Uji Hipotesis F.....                                  | 94 |
| Tabel 31 | Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....      | 96 |

## DAFTAR GAMBAR

|           |                                                                    | Halaman |
|-----------|--------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1  | Data Tob Brand Index (TBI).....                                    | 2       |
| Gambar 2  | Kerangka Pemikiran.....                                            | 37      |
| Gambar 3  | Logo Gojek.....                                                    | 67      |
| Gambar 4  | Struktur Organisasi.....                                           | 68      |
| Gambar 5  | Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                    | 69      |
| Gambar 6  | Profil Responden Berdasarkan Usia .....                            | 70      |
| Gambar 7  | Profil Responden Berdasarkan Jenis Lama Menggunakan Aplikasi ..... | 71      |
| Gambar 8  | Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                       | 73      |
| Gambar 9  | Profil Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan.....                 | 74      |
| Gambar 10 | Hasil Uji Heteroskedastisitas - Scatterplot.....                   | 84      |