

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS JASA TRANSPORTASI**

**MEREK GO-CAR**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa-Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Unika Soegijapranata Semarang)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata



**RICKY HENDARTO TJIPTOPRAJTNO**

**16.D1.0038**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIKA SOEGIJAPRANATA**

**2020**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

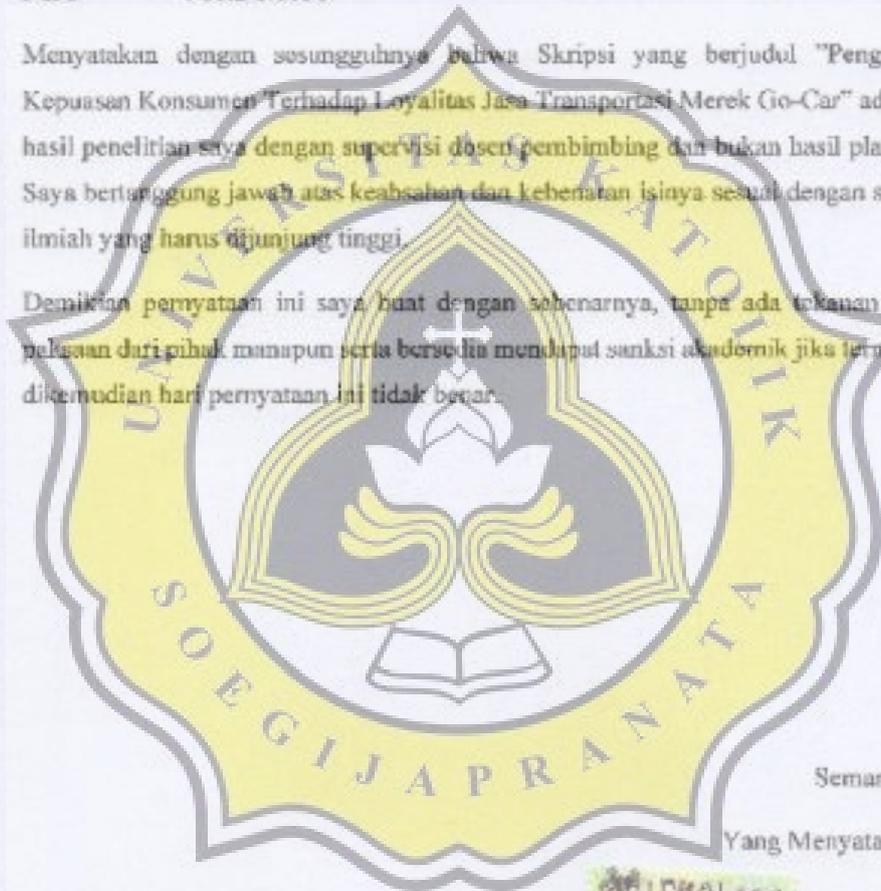
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ricky Hendarto Tjiptoprajitno

NIM : 16.D1.0038

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Jasa Transportasi Merek Go-Car" adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.



Semarang,

Yang Menyatakan,

Ricky Hendarto T.

16.D1.0038

## HALAMAN PENGESAHAN



### HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Jasa Transportasi Merek Go-Car (Studi Kasus Pada Mahasiswa-Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang)

Diajukan oleh : Ricky Hendarto T  
NIM : 16.D1.0038  
Tanggal disetujui : 23 Oktober 2020  
Telah setuju oleh  
Pembimbing : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.  
Penguji 1 : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.  
Penguji 2 : Mg. Westri Kekafih S. S.E., M.E.  
Penguji 3 : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.  
Ketua Program Studi : Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.  
Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.D1.0038](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.D1.0038)

## KATA PENGANTAR

### KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Jasa Transportasi Merek Go-Car”. Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini bisa selesai dengan baik, terkhusus kepada:

1. Orang tua dan adik yang telah membantu dalam doa maupun memberikan semangat dan dukungan sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
2. Ibu Dr. Retno Yustini W., M.Si yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan motivasi maupun arahan dalam membimbing penulis sehingga proposal dapat selesai dengan baik.
3. Bapak Drs. Theodrus Sudimin, MS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata yang telah memberikan bekal ilmu serta motivasi dalam kelancaran studi penulis.
5. Sahabat dan teman-teman kuliah yang selalu memberikan semangat tanpa henti.
6. Teman-teman *Driver Online* yang telah memberikan gambaran tentang merek Go-Car.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna dikarenakan pengalaman dan pengetahuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan supaya dapat menjadi lebih baik kedepannya.

Semarang, 23 Oktober 2020

Penulis



Ricky Hendarto Tjiptoprajitno

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

### HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ricky Hendarto Tjiptoprajitno

NIM : 16.D1.0038

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi yang berjudul :

"Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Jasa Transportasi Merek Go-Car". Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan dan memublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 23 Oktober 2020

Yang Menyatakan



Ricky Hendarto Tjiptoprajitno

## ABSTRAK

Oleh:

Ricky Hendarto Tjiptoprajitno

NIM : 16.D1.0038

Program Studi Manajemen

Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Jasa Transportasi Merek Go-Car (Studi Kasus Pada Mahasiswa-Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Go-Car, loyalitas merek Go-Car serta pengaruh kepuasan konsumen secara simultan dan parsial terhadap loyalitas merek Go-Car di Semarang. Indikator kepuasan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran. Penelitian ini menggunakan teknik penelitian metode kuantitatif dan metode pengumpulan data adalah kuesioner. Sampel yang digunakan adalah 90 responden dengan menggunakan *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji regresi linear berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari analisis deskriptif, kepuasan konsumen pada produk, harga, lokasi, promosi, orang, dan proses memiliki tingkat kepuasan konsumen Go-Car yang tinggi. Kepuasan konsumen pada bukti-bukti fisik memiliki tingkat kepuasan konsumen Go-Car yang sedang. Secara menyeluruh, tingkat kepuasan konsumen Go-Car tinggi. Loyalitas merek Go-Car berada dalam kategori tinggi. Kepuasan konsumen pada produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti-bukti fisik berpengaruh secara positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas merek Go-Car. Kepuasan konsumen pada produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek Go-Car. Sedangkan kepuasan konsumen pada harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti-bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek Go-Car.

Kata kunci : kepuasan konsumen, bauran pemasaran, loyalitas.

## **ABSTRACT**

*By:*

Ricky Hendarto Tjiptoprajitno

NIM : 16.D1.0038

*Management Program*

The Effect of Customer Satisfaction on Loyalty of Go-Car Brand Transportation Services (Case Study of Students the Faculty Economics and Business Unika Soegijapranata Semarang)

This study targeted to determine the level of Go-Car's customer satisfaction, Go-Car's brand loyalty and the effect of customer satisfaction simultaneously and partially on Go-Car brand loyalty in Semarang. The consumer satisfaction indicator used in this study is marketing mix. This research used quantitative methods research techniques and the data collection method is a questionnaire. The sample used was 90 respondents using purposive sampling. The data analysis used are descriptive analysis, multiple linear regression test, t test, f test and the coefficient of determination.

The results of this study indicate that from the descriptive analysis, customer satisfaction on product, price, location, promotion, peoples, and the process have a high level of Go-Car customer satisfaction. Consumer satisfaction on physical evidence has a moderate level of Go-Car consumer satisfaction. Overall, Go-Car customer satisfaction's level is high. Go-Car brand loyalty is in the high category. Consumer satisfaction on products, prices, locations, promotions, people, processes and physical evidence have a positive and significant effect together on Go-Car brand loyalty. Consumer satisfaction on the product has a positive and significant effect on Go-Car brand loyalty. And the other things , consumer satisfaction on price, location, promotion, people, process and physical evidence didn't have a significant effect on Go-Car brand loyalty.

**Keywords:** customer satisfaction, marketing mix, loyalty.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
KATA PENGANTAR .....	IV
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	V
ABSTRAK .....	VI
ABSTRACT.....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR / DIAGRAM.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	4
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Pengertian Merek dan Loyalitas Merek .....	5
2.1.1 Manfaat Merek.....	5
2.1.2 Fungsi Loyalitas Merek .....	7
2.2 Kepuasan Konsumen .....	7
2.3 Bauran Pemasaran .....	8
2.3.1 Produk ( <i>Product</i> ) .....	8
2.3.2 Harga ( <i>Price</i> ) .....	8
2.3.3 Lokasi dan Saluran Distribusi ( <i>Place</i> ).....	9
2.3.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	9
2.3.5 Orang ( <i>People</i> ).....	10
2.3.6 Proses ( <i>Process</i> ).....	11

2.3.7 Bukti – Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ).....	11
2.4 Penelitian Terdahulu.....	11
2.5 KERANGKA PIKIR PENELITIAN.....	14
2.6 HIPOTESIS PENELITIAN.....	16
2.7 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL .....	16
BAB III .....	21
METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Objek dan Lokasi Penelitian.....	21
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	21
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.3.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	23
3.4 Alat Analisis Data.....	26
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	26
3.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	27
3.4.3 Uji F.....	28
3.4.4 Uji t.....	29
3.4.5 Koefisien Determinasi .....	29
BAB IV .....	31
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	31
4.1 Karakteristik Responden .....	31
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi dan Tahun Angkatan.....	31
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Bulanan .....	32
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Rekomendasi Menggunakan Layanan Go-Car.....	33
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan Layanan Go-Car .....	33
4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	34
4.2.1 Deskripsi Loyalitas Merek.....	34
4.2.2 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Produk.....	35
4.2.3 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Harga .....	36
4.2.4 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Lokasi .....	37

4.2.5 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Promosi.....	38
4.2.6 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Orang .....	38
4.2.7 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Proses.....	39
4.2.8 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Bukti-bukti Fisik.....	40
4.2.9 Rekapitulasi Skor Rata-Rata Deskriptif Variabel.....	41
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
4.3.1 Uji t.....	42
4.3.2 Uji F.....	44
4.4. Uji Koefisien Determinasi.....	45
4.5 Pembahasan Hipotesis.....	45
4.5.1 Hipotesis 1.....	45
4.5.2 Hipotesis 2.....	46
4.5.3 Hipotesis 3.....	46
4.5.4 Hipotesis 4.....	47
4.5.5 Hipotesis 5.....	48
4.5.6 Hipotesis 6.....	48
4.5.7 Hipotesis 7.....	49
BAB V.....	50
PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	56

## DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2. Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel Terikat .....	17
3. Tabel 2.3 Definisi Operasional Variabel Bebas .....	17
4. Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	24
5. Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	26
6. Tabel 4.1 Hasil Tabulasi Silang Program Studi dan Tahun Angkatan	31
7. Tabel 4.2 Pendapatan/ uang Saku Bulanan.....	32
8. Tabel 4.3 Rekomendasi Menggunakan Layanan Go-Car .....	33
9. Tabel 4.4 Tujuan Menggunakan Go-Car .....	33
10. Tabel 4.5 Deskripsi Loyalitas Merek .....	34
11. Tabel 4.6 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Produk.....	35
12. Tabel 4.7 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Harga.....	36
13. Tabel 4.8 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Lokasi.....	37
14. Tabel 4.9 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Promosi .....	38
15. Tabel 4.10 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Orang .....	38
16. Tabel 4.11 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Proses .....	39
17. Tabel 4.12 Deskripsi Kepuasan Konsumen Pada Bukti Fisik.....	40
18. Tabel 4.13 Rekapitulasi Skor Rata-Rata Deskriptif Variabel .....	41
19. Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Pengaruh Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen .....	42
20. Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	44
21. Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	45

## DAFTAR GAMBAR / DIAGRAM

1. Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian ..... 15



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner .....	56
2. Data Responden .....	62
3. Analisis Data .....	71
4. Plagiarisme .....	88

