

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *TRUST* DAN *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA TRANSPORTASI *ONLINE GRAB*
DI KOTA METRO**

SKRIPSI



oleh:

DINO

NPM. 16610137

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2021**



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *TRUST* DAN *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA TRANSPORTASI *ONLINE GRAB*
DI KOTA METRO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Metro



oleh:

DINO

NPM. 16610137

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2021**

ABSTRAK

Dino. 2021. Pengaruh *E-Service Quality*, *Trust* dan *Customer Perceived Value* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Transportasi Online Grab di Kota Metro. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) H. Suryadi, S.E., M.M., Pembimbing (II) Nani Septiana, S.E., M.M.

Kata Kunci: *e-service quality*, *trust*, *customer perceived value*, *customer satisfaction*

Ditengah ketatnya persaingan bisnis jasa layanan transportasi online, menjadi krusial bagi Grab untuk dapat mewujudkan *customer satisfaction* (kepuasan konsumen). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* diantaranya adalah *e-service quality*, *trust* dan *customer perceived value*.

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, *trust* dan *customer perceived value* terhadap *customer satisfaction* pada model transportasi Grab di Kota Metro. Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan objek penelitian adalah *e-service quality*, *trust*, *customer perceived value* dan *customer satisfaction*. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengguna transportasi *online* Grab di Kota Metro dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan studi kepustakaan. Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* pada transportasi *online* Grab di Kota Metro, terdapat pengaruh positif dan signifikan *trust* terhadap *customer satisfaction* pada transportasi *online* Grab di Kota Metro, dan terdapat pengaruh positif dan signifikan *trust* terhadap *customer satisfaction* pada transportasi *online* Grab di Kota Metro. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan *e-service quality*, *trust* dan *customer perceived value* secara simultan terhadap *customer satisfaction* pada transportasi *online* Grab di Kota Metro.

ABSTRACT

Dino. 2021. The Influence of E-Service Quality, Trust and Customer Perceived Value on Customer Satisfaction at Grab Online Transportation in Kota Metro. Faculty of Economy. Muhammadiyah University Metro. Advisor (I) (I) H. Suryadi, S.E., M.M.,, Advisor (II) Nani Septiana, S.E., M.M.

Key words: e-service quality, trust, customer perceived value, customer satisfaction

Amid intense competition online transportation service business, it becomes crucial to Grab in order to realize customer satisfaction. There are several factors that influence customer satisfaction, Which is e-service quality, trust and customer perceived value.

The purpose of research to determine the influence of e-service quality, trust and customer perceived value on customer satisfaction with the Grab transportation model in Kota Metro. The type of research is quantitative with the object of research is e-service quality, trust, customer perceived value, customer satisfaction. The population of this research is all transport users online Grab in Metro City with a total sample of 97 respondents. The technique of collecting data using questionnaires and literature study. Analyzer uses multiple linear regression analysis.

The results showed that partially there is a positive and significant influence of e-service quality on customer satisfaction on Grab online transportation in Kota Metro, there is a positive and significant influence of trust on customer satisfaction on Grab online transportation in Kota Metro, and there is a positive and significant influence of trust on customer satisfaction on Grab online transportation in Kota Metro. Simultaneously there is a positive and significant influence of e-service quality, trust and customer perceived value simultaneously on customer satisfaction on Grab online transportation in Kota Metro.

HALAMAN PERSETUJUAN

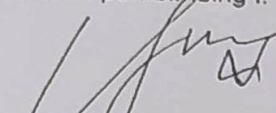
PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *TRUST* DAN *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA TRANSPORTASI
ONLINE GRAB

DI KOTA METRO

DINO

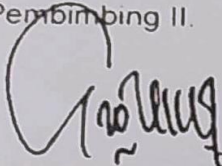
NPM. 16610137

Dosen pembimbing I.



H. Suryadi, S.E., M.M.
NIDN.0229115901

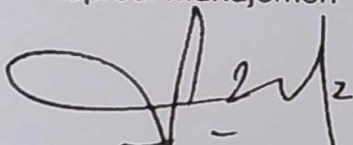
Pembimbing II.



Nani Septiana, S.E., M.M
NIDN.0220098901

Mengetahui,

Kaprodi Manajemen



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH E-SERVICE QUALITY, TRUST DAN CUSTOMER PERCEIVED
VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA TRANSPORTASI
ONLINE GRAB DI KOTA METRO

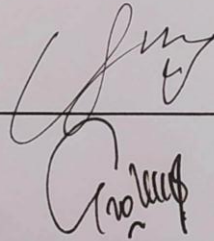
DINO
NPM. 16610137

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada

Hari : Rabu
Tanggal : 24 Februari 2021
Tempat Ujian : Ruang sidang FE UM Metro

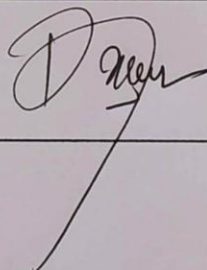
Tim Penguji

H. Suryadi, S.E., M.M.
NIDN. 0229115901



Ketua Penguji

Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901



Sekretaris

Yateno, S.E., M.M.
NIDN. 0225046502

Penguji Utama

Mengetahui
Dekan



Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dino
NPM : 16610137
Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality*, *Trust* dan *Customer Perceived Value* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Transportasi *Online* Grab di Kota Metro” adalah benar hasil karya tulisan saya sendiri dan tidak merupakan plagiat dari karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.

Semua sumber data dan informasi yang saya gunakan dan saya peroleh dalam skripsi saya ini telah saya nyatakan dengan jelas dan benar apa adanya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh universitas.





UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 1889/II.3.AU/F/UPI-UK/2021

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : DINO
NPM : 16610137
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

PENGARUH E-SERVICE QUALITY, TRUST DAN CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA TRANSPORTASI ONLINE GRAB

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 15 Maret 2021
Kepala Unit,



Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Jajar Dewantara No.116
Kec. Metro Timur Kota
Bandung, Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
Email: upipi@ummetro.ac.id

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”
(Q.S Al-Insyirah 6-7)

“Kegagalan mengajarkan untuk bertindak lebih baik lagi”

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini, sebagai rasa syukur kepada Allah serta untuk:

1. Ayah dan Ibu, atas segala dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti selama ini kepada putranya tercinta.
2. Kakak dan adikku yang selalu menghibur dan memberiku motivasi.
3. Keluarga besarku yang selalu memberikan dukungan untuk keberhasilanku.
4. Teman-teman seperjuangan di Prodi Manajemen angkatan 2016
5. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Metro

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan syukur Penulis kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh *E-Service Quality, Trust* dan *Customer Perceived Value* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Transportasi *Online Grab* di Kota Metro”**.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian proposal ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak, oleh karenanya pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang dalam serta tulus kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Suwanto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Suryadi, S.E., M.M., selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, dan petunjuk dalam penulisan proposal ini.
5. Nani Septiana, S.E., M.M., selaku pembimbing II atas arahan dan koreksi dalam penulisan proposal ini
6. Bapak dan Ibu dosen lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro, yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.
7. Rekan-rekan mahasiswa dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungannya.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna untuk kita semua, amin.

Metro, Februari 2021
Penulis

Dino

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	
HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	
HALAMAN PERSETUJUAN	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
MOTTO	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Ruang Lingkup Penelitian	5
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Kajian Literatur	6
1. Manajemen Pemasaran	6
a. Pengertian Pemasaran	6
b. Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2. <i>E-Service Quality</i>	11
a. Pengertian <i>E-Service Quality</i>	11
b. Dimensi <i>E-Service Quality</i>	12
3. <i>Trust</i>	13
a. Pengertian <i>Trust</i>	13
b. Dimensi <i>Trust</i>	14
4. <i>Customer Perceived Value</i>	15
a. Pengertian <i>Customer Perceived Value</i>	15
b. Dimensi <i>Customer Perceived Value</i>	16
5. <i>Customer Satisfaction</i>	17
a. Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	17
b. Dimensi <i>Customer Satisfaction</i>	18
c. Metode Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i>	21
B. Penelitian Relevan	22
C. Kerangka Pemikiran	24
D. Hipotesis Penelitian	25

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
A.	Desain Penelitian.....	27
B.	Tahapan Penelitian.....	27
	1. Teknik Sampling	27
	2. Tahapan	27
C.	Definisi Operasional Variabel.....	28
D.	Teknik Pengumpulan Data	30
E.	Instrumen Penelitian.....	31
F.	Analisis Data	31
	1. Pengujian Instrumen.....	31
	2. Pengujian Persyaratan Analisis	33
	3. Analisis Regresi Berganda.....	34
	4. Uji Hipotesis.....	35
	5. Hipotesis Statistik	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
	1. Sejarah Singkat PT. Grab	38
	2. Struktur Organisasi	39
	3. Visi dan Misi	40
	4. Fitur Aplikasi Grab	40
	5. Mekanisme Kemitraan Grab	41
B.	Hasil Penelitian	45
	1. Pengujian Instrumen Penelitian	45
	a. Uji Validitas	46
	b. Uji Reliabilitas	49
	2. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	51
	a. Deskripsi Data Variabel <i>E-Service Quality</i> (X_1).....	51
	b. Deskripsi Data Variabel <i>Trust</i> (X_2).....	52
	c. Deskripsi Data Variabel <i>Customer Perceived Value</i> (X_3).....	54
	d. Deskripsi Data Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y).....	55
	3. Pengujian Persyaratan Analisis	56
	a. Uji Normalitas.....	56
	b. Uji Linieritas	58
	c. Uji Homogenitas.....	60
	4. Uji Hipotesis.....	62
	a. Analisis Regresi Linier Berganda	62
	b. Uji Parsial (Uji T)	63
	c. Uji Simultan (Uji F)	64
	d. Uji R^2 Determinasi.....	65
C.	Pembahasan.....	65
	1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Model Transportasi <i>Online</i> Grab Di Kota Metro	65
	2. Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Model Transportasi <i>Online</i> Grab Di Kota Metro ..	67
	3. Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Model Transportasi <i>Online</i> Grab di Kota Metro	68
	4. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> , <i>Trust</i> dan <i>Customer Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Model Transportasi <i>Online</i> Grab di Kota Metro ..	69

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	70
B. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel		hal
1.	Penyedia Jasa Transportasi <i>Online</i> di Indonesia.....	2
2.	Penelitian Relevan	22
3.	Skala Likert	30
4.	Kisi-Kisi Instrumen	31
5.	Hasil Uji Validitas <i>E-Service Quality</i> (X_1)	46
6.	Hasil Uji Validitas <i>Trust</i> (X_2)	47
7.	Hasil Uji Validitas <i>Customer Perceived Value</i> (X_3).....	48
8.	Hasil Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i> (Y)	48
9.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>E-Service Quality</i> (X_1).....	49
10.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Trust</i> (X_2).....	50
11.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Perceived Value</i> (X_3)..	50
12.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y).....	50
13.	Deskripsi Data Hasil Penelitian	51
13.	Deskripsi Data Variabel <i>E-Service Quality</i>	51
14.	Deskripsi Data Variabel <i>Trust</i>	53
15.	Deskripsi Data Variabel <i>Customer Perceived Value</i>	54
16.	Deskripsi Data Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	55
17.	Hasil Uji Normalitas Variabel X_1 terhadap Y	57
18.	Hasil Uji Normalitas Variabel X_2 terhadap Y	57
19.	Hasil Uji Normalitas Variabel X_3 terhadap Y	58
20.	Hasil Uji Linieritas Variabel X_1 terhadap Y	59
21.	Hasil Uji Linieritas Variabel X_2 terhadap Y	59
22.	Hasil Uji Linieritas Variabel X_3 terhadap Y	60
23.	Hasil Uji Homogenitas Varian X_1 terhadap Y	61
24.	Hasil Uji Homogenitas Varian X_2 terhadap Y	61
25.	Hasil Uji Homogenitas Varian X_3 terhadap Y	61
26.	Uji Regresi Linier Berganda.....	62
27.	Hasil Uji F	65
28.	Koefisien Determinasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar	hal
1. Kerangka Pemikiran.....	25
2. Struktur Organisasi Grab	39
3. Histogram Distribusi Skor Variabel <i>E-Service Quality</i>	52
4. Histogram Distribusi Skor Variabel <i>Trust</i>	53
5. Histogram Distribusi Skor Variabel <i>Customer Perceived Value</i>	55
6. Histogram Distribusi Skor Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Surat-Surat Penelitian
2. Kuesioner Penelitian
3. Uji Instrumen Penelitian
4. Hasil Kuesioner Penelitian Setelah Uji Validitas dan Reliabilitas
5. Uji Persyaratan Analisis
6. Uji Hipotesis
7. Tabel-tabel