

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GOJEK MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur)**

SKRIPSI



Oleh:

Nibrosun Nabil
20042010058

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GOJEK MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur)**

Disusun Oleh:

**Nibrosun Nabil
20042010058**

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING**

**Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NIP. 197011012021211004**

**Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**Dr. Catur Suratnoall, M.Si
NIP. 196804182021211006**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GOJEK MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur)**


Disusun Oleh:

NIBROSUN NABIL
20042010058

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 05 Maret 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Dr. Jolok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NIP. 197011012021211004

TIM PENGUJI

1. Ketua

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris


Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB
NIP. 198910302020121007

3. Anggota


Dr. Jolok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NIP. 197011012021211004

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nibrosun Nabil

NIM : 20042010058

Fakultas : Ilmu Sosial dan ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 5 Maret 2024
Yang Menyatakan



Nibrosun Nabil
20042010058

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur)”.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Jajok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, mendukung, serta memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada pihak yang memberikan dukungan, diantaranya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, MM, MA. Selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua Orang Tua, Adik, Keluarga, dan Saudara-saudara tercinta yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh teman-teman dekat penulis terutama M. Alfian Fitroni, Amalia Wahyuningtyas, Dini Aristanti Prihatini, dan seluruh teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menghaturkan permohonan maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap pembaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan skripsi ini, sehingga dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Pemasaran	15
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2.2.1.3 Konsep Pemasaran	17
2.2.1.4 Tujuan Manajemen Pemasaran	19
2.2.2 Jasa.....	20
2.2.2.1 Pengertian Jasa.....	20
2.2.2.2 Karakteristik Jasa	21
2.2.2.3 Pemasaran Jasa.....	22
2.2.2.4 Bauran Pemasaran Jasa	23
2.2.3 Kualitas Pelayanan	24

2.2.3.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	24
2.2.3.2	Indikator Kualitas Pelayanan.....	25
2.2.4	Kepuasan Pelanggan.....	26
2.2.4.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	26
2.2.4.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	27
2.2.4.3	Indikator Kepuasan Pelanggan	28
2.2.5	Loyalitas Pelanggan.....	29
2.2.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	29
2.2.5.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	30
2.2.5.3	Indikator Loyalitas Pelanggan	30
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	31
2.3.1	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2.3.2	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.3.3	Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	32
2.3.4	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	32
2.4	Kerangka Berpikir	33
2.5	Hipotesis.....	34
BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	Jenis Penelitian	35
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
3.2.1	Definisi Operasional	35
3.2.1.1	Variabel Bebas (X).....	36
3.2.1.2	Variabel Terikat (Y).....	37
3.2.1.3	Variabel Intervening (Z)	38
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	39
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	40
3.3.1	Populasi.....	40
3.3.2	Sampel.....	40
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data	42

3.4.1	Jenis Data	42
3.4.2	Sumber Data	42
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data	43
3.5	Teknik Analisis Data	43
3.5.1	Analisis Data	43
3.5.1.1	Uji Validitas	43
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	44
3.5.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	44
3.5.2.1	Analisis SEM-PLS (Structural Equation Model - Partial Least Square)	45
3.5.2.2	Membangun Model Analisis Jalur	45
3.5.2.3	Evaluasi Model Persamaan Struktural (SEM-PLS)	47
3.5.2.4	Uji Hipotesis	50
3.6	Jadwal Penelitian	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Hasil	52
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	52
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan Gojek	52
4.1.1.2	Visi dan Misi Perusahaan Gojek.....	53
4.1.1.3	Logo Perusahaan.....	54
4.1.1.4	Struktur Organisasi Perusahaan Gojek.....	55
4.1.1.5	Fitur Layanan Gojek.....	58
4.1.2	Penyajian Data.....	62
4.1.2.1	Deskriptif Karakteristik Responden.....	62
4.1.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	67
4.1.3	Analisis dan Uji Hipotesis.....	80
4.1.3.1	Analisis Model Partial Least square (PLS)	80
4.1.3.2	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	80
4.1.3.3	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	85
4.1.3.4	Uji Hipotesis Direct Effect dan Indirect Effect.....	86
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	89

4.2.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	89
4.2.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	90
4.2.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	91
4.2.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	92
4.2.5	Matriks Hasil Penelitian.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		101
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran	101
DAFTAR PUSTAKA		103
LAMPIRAN		106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Peringkat Top Brand Transportasi Online di Indonesia Tahun 2018 - 2023.....	3
Gambar 1. 3 Persentase Mahasiswa FISIP UPNVJT Pengguna Jasa Transportasi Online 2020	6
Gambar 1. 4 Persentase Mahasiswa FISIP UPNVJT Pengguna Jasa Transportasi Online 2023	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 3. 1 Model Dasar Teori dan Hipotesis.....	46
Gambar 3. 2 Diagram Jalur	46
Gambar 4. 1 Logo PT. Gojek Indonesia.....	54
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan Gojek	55
Gambar 4. 3 Model Struktural (Inner Model).....	85
Gambar 4. 1 Logo PT. Gojek Indonesia.....	54
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan Gojek	55
Gambar 4. 3 Model Struktural (Inner Model).....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rule of Thumb Evaluasi Model Pengukuran.....	48
Tabel 3. 2 Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural.....	49
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	64
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	64
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya Pengeluaran Per Bulan	65
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Jasa	65
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Jasa Gojek yang Sering Digunakan	66
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	67
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	73
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	76
Tabel 4. 11 Outer Loading	81
Tabel 4. 12 Average Variance Extracted (AVE).....	82
Tabel 4. 13 Cross Loading.....	83
Tabel 4. 14 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	84
Tabel 4. 15 Hasil Uji R-Square	86
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis Direct Effect (Path Coefficients)	87
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Indirect Effect.....	88
Tabel 4. 18 Matriks Hasil Penelitian	94

ABSTRAK

NIBROSUN NABIL, 20042010058, PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GOJEK MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online Gojek melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur dari semua angkatan yang pernah menggunakan jasa transportasi online Gojek. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan cara teknik purposive sampling dengan kriteria mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur dari semua Angkatan yang merupakan pelanggan jasa transportasi online Gojek dan pernah menggunakan jasa transportasi online Gojek lebih dari 2 kali. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu SEM-*Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *software SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

NIBROSUN NABIL, 20042010058, THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY OF GOJEK ONLINE TRANSPORTATION SERVICES THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE (Study of FISIP UPN Veteran East Java Students)

This research aims to understand and analyze the influence of service quality on customer loyalty in Gojek's online transportation service through customer satisfaction as an intervening variable. The population in this study consists of all active students from the Faculty of Social and Political Sciences at UPN Veteran East Java, from all batches who have used Gojek's online transportation service. The sample size for this study is 100 respondents, selected using purposive sampling technique with the criteria of active students from the Faculty of Social and Political Sciences at UPN Veteran East Java, from all batches, who are customers of Gojek's online transportation service and have used it more than twice. The data analysis technique employed in this study is Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS), utilizing SmartPLS 4.0 software. The results indicate that service quality significantly influences customer satisfaction, service quality does not significantly affect customer loyalty, customer satisfaction significantly influences customer loyalty, and service quality significantly influences customer loyalty through customer satisfaction in Gojek's online transportation service.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty, Customer Loyalty