

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA
APLIKASI GRAB DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh

MUHAMMAD NUSHRON HAOIQI
NPM. 21042010137

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA
APLIKASI GRAB DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

MUHAMMAD NUSHRON HAOIOI
NPM. 21042010137

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

**Menyutui,
Pembimbing Utama**


Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB.
NPT. 21219920526338

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


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA
APLIKASI GRAB DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

MUHAMMAD NUSHRON HAOIOI
NPM. 21042010137

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 16 Juli 2025

Pembimbing Utama


Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338

Tim Penguji

1. Ketua


Dra. Siti Nings Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

2. Sekretaris


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si
NIP. 196112241989031007

3. Anggota


Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338

Mengetahui,
DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Nushron Haqiqi
NPM : 21042010137
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 18 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Muhammad Nushron Haqiqi
21042010137

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah senantiasa penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Grab di Surabaya” sebagai bentuk persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana di Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Penulis sangat mengetahui terdapat banyak kekurangan dalam segi teknik maupun penyusunan, untuk itu penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang dapat membangun dan menyempurnakan proposal skripsi ini.

Dalam proses penyelesaiannya penulis banyak menemukan kesulitan dan hambatan, namun syukur Alhamdulillah semuanya dapat penulis lewati dengan baik karena adanya bantuan dari berbagai pihak dan dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih 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, S.Sos., M.M., M.A selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
3. Ibu Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB. selaku Dosen Pembimbing penulis yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan penjelasan kepada penulis dengan penuh perhatian serta kesabaran.

4. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan do'a dan nasihat untuk kelancaran penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terimakasih telah memberikan dukungan dan semangat bagi penulis dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini.

Semoga bantuan dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan ridho dan balasan yang berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga dengan adanya penulisan proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, baik bagi penulis sendiri maupun pembaca.

Surabaya, Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Pemasaran.....	19
2.2.2 Jasa	26
2.2.3 <i>E-Service Quality</i>	29
2.2.4 Persepsi Harga	35
2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....	41
2.3 Kerangka Berpikir	45
2.4 Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	50
3.2.1 Definisi Operasional	50
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	51

3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	52
3.3.1	Populasi	52
3.3.2	Sampel	53
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	54
3.4	Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.1	Sumber Data	55
3.4.2	Pengumpulan Data.....	56
3.5	Teknik Analisis Data.....	57
3.5.1	Uji Instrumen Penelitian.....	57
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	58
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
3.6	Uji Hipotesis	63
3.6.1	Uji Simultan (Uji F).....	63
3.6.2	Uji Koefisien Determinasi	65
3.6.3	Uji Parsial (Uji t)	65
3.6.4	Uji Variabel Dominan	66
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	67
4.1.2	Logo Perusahaan	68
4.1.3	Visi dan Misi.....	68
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	70
4.2.1	Deskriptif Karakteristik Responden	70
4.2.2	Deskriptif Variabel Penelitian.....	74
4.3	Hasil Uji Instrumen Data.....	88
4.3.1	Uji Validitas	88
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	91
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	92
4.4.1	Uji Normalitas	92
4.4.2	Uji Multikolinearitas	93
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	95

4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	96
4.5 Hasil Uji Hipotesis	97
4.5.1 Uji F (Uji Simultan).....	97
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi	99
4.5.3 Uji t (Uji Parsial)	100
4.5.4 Uji Variabel Dominan	103
4.6 Pembahasan	104
4.6.1 <i>E -Service Quality</i> Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	104
4.6.2 Persepsi Harga Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	105
4.6.3 <i>E-Service Quality</i> dan Persepsi Harga Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Alasan Masyarakat Indonesia Memilih Transportasi Online.....	3
Gambar 1. 2	Data pengguna aplikasi ojek online di surabaya.....	7
Gambar 2. 1	Kerangka Berpikir	47
Gambar 4. 1	Logo Grab.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Jenis E-Service	5
Tabel 1. 2	Perbedaan Tarif Ojek Motor Tiap Aplikasi Transportasi Online	10
Tabel 2. 1	Pembanding Variabel Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1	Point Skala Likert	52
Tabel 4. 1	Hasil Kuesioner Menurut jenis Kelamin Responden.....	70
Tabel 4. 2	Hasil Kuesioner Menurut Usia Responden.....	71
Tabel 4. 3	Hasil Kuesioner Menurut Domisili Responden.....	72
Tabel 4. 4	Hasil Kuesioner Menurut Profesi Responden.....	73
Tabel 4. 5	Analisis Deskripsi Variabel E-Service Quality (X1)	74
Tabel 4. 6	Analisis Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X2)	79
Tabel 4. 7	Analisis Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	83
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas	88
Tabel 4. 9	Hasil Uji Reliabilitas.....	91
Tabel 4. 10	Hasil Uji Normalitas	93
Tabel 4. 11	Hasil Uji Multikolinearitas	94
Tabel 4. 12	Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
Tabel 4. 13	Hasil Regresi Linier Berganda.....	96
Tabel 4. 14	Hasil Uji F (Simultan)	98
Tabel 4. 15	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	100
Tabel 4. 16	Hasil Uji t (Parsial)	102
Tabel 4. 17	Hasil Uji Variabel Dominan.....	103

ABSTRAK

Muhammad Nushron Haqiqi, 21042010137, Pengaruh *E-service Quality* dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Grab di Surabaya

Pembimbing : Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB.

Persaingan dalam industri transportasi online di Indonesia semakin ketat, khususnya antara Grab dan Gojek, sehingga mendorong perusahaan untuk memperkuat loyalitas pelanggan melalui peningkatan kualitas layanan dan strategi penetapan harga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna Grab di Surabaya. Pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal digunakan dalam penelitian ini. Sebanyak 157 responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria penggunaan Grab secara aktif. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert 4 poin dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ($\beta = 1,058$; sig. = 0,000), sementara persepsi harga berpengaruh negatif dan signifikan ($\beta = -0,165$; sig. = 0,004). Koefisien determinasi sebesar 88,5% menunjukkan pengaruh simultan yang kuat dari kedua variabel. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan digital dan penerapan kebijakan harga yang adil sangat penting untuk mempertahankan basis pelanggan Grab di tengah meningkatnya persaingan pasar.

Kata Kunci: *E-service Quality*, persepsi harga, loyalitas pelanggan, transportasi online, Grab.

ABSTRACT

Muhammad Nushron Haqiqi, 21042010137, The Effect Of E-service Quality and Price Perception on Customer Loyalty: a Study on Grab Users in Surabaya.

Advisor: Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB.

Competition in Indonesia's online transportation industry is intensifying, particularly between Grab and Gojek, compelling companies to strengthen customer loyalty through improved service quality and pricing strategies. This study aims to analyze the effect of eservice quality and price perception on the customer loyalty of Grab users in Surabaya. A quantitative approach with a causal associative method was employed. A total of 157 respondents were selected using purposive sampling based on criteria of active Grab usage. Data were collected through a 4-point Likert scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25. The results show that e-service quality has a positive and significant effect on customer loyalty ($\beta = 1.058$; sig. 0.000), while price perception has a negative and significant effect ($\beta = -0.165$; sig. 0.004). The determination coefficient of 88.5% indicates a strong simultaneous influence of both variables. These findings suggest that improving digital service quality and ensuring fair pricing policies are critical for maintaining Grab's customer base amid increasing competition.

Keywords: E-service quality, price perception, customer loyalty, online transportation, Grab.