

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,
DAN CITRA MEREK, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
LAYANAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GOJEK PADA
GENERASI Z DI SURABAYA**

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

RIFKI NAGIB

22012010454/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2026

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA
MEREK, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAYANAN JASA
TRANSPORTASI ONLINE GOJEK PADA GENERASI Z DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

**Rifki Nagib
22012010454/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2026

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAYANAN JASA
TRANSPORTASI *ONLINE* GOJEK PADA GENERASI Z DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

RIFKI NAGIB

22012010454/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 21 Agustus 2026

Dosen Pembimbing



Rizky Dermawan, S.E., M.M.
NIP. 197210042001121001

Tim Penguji
Ketua



Sulastrir Irbayuni, S.E., M.M.
NIP. 196206161989032001

Anggota



Drs. Zawawi, SE, MM, M.Pd
NIPPPK. 197006252021211003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rifki Nagib
NPM : 22012010454
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah 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, 17 Juli 2026
Yang Membuat pernyataan



Rifki Nagib
NPM. 22012010454

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Jasa Transportasi Online Gojek pada Generasi Z di Surabaya”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi yang penulis tempuh di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Selama proses penyusunan proposal skripsi ini, penulis menyadari bahwa kelancaran dan penyelesaiannya tidak terlepas dari adanya bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa memberikan kesehatan lahir dan batin, sehingga penulis mampu melaksanakan penelitian hingga tahap akhir serta menyusun proposal skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jawa Timur dan Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN Veteran Jawa Timur

4. Bapak Rizki Dermawan , SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi sehingga penyusunan proposal skripsi ini dapat diselesaikan dengan maksimal.
5. Kedua orang tua penulis beserta keluarga tercinta, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi yang tiada henti, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh rekan mahasiswa Program Studi Manajemen UPN dan teman-teman SMA penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulis dengan memberikan dukungan, semangat, serta kebersamaan yang berarti.
7. Kepada Kota Surabaya dan seluruh kisah yang terukir di dalamnya, tempat penulis menempuh perkuliahan di tanah perantauan. Kota ini bukan sekadar tempat singgah, tetapi telah menjadi ruang yang aman dan nyaman bagi penulis.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.2 Kualitas Pelayanan.....	20
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
2.2.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	21
2.2.3 Persepsi Harga.....	23
2.2.3.1 Pengertian Persepsi Harga.....	23
2.2.3.2 Indikator Persepsi Harga.....	24
2.2.4 Citra Merek.....	25
2.2.4.1 Pengertian Citra Merek.....	25
2.2.4.2 Indikator Citra Merek.....	27
2.2.5 Kepuasan Pelanggan.....	28
2.2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	28
2.2.5.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	29
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	31
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	31
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
2.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
2.4 Kerangka Konseptual.....	34
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Definisi Operasional dan pengukuran Variabel.....	36
3.1.1 Skala Pengukuran Variabel.....	41

3.2 Teknik Pengumpulan Sampel	42
3.2.1 Populasi.....	42
3.2.2 Sampel.....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.1 Jenis Data	44
3.3.1.1 Data Primer.....	44
3.3.1.2 Data Sekunder	45
3.3.2 Sumber Data.....	45
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	46
3.4.1 Teknik Analisis Data.....	46
3.4.2 Cara Kerja PLS	48
3.4.3 Model Indikator Formatif dan Reflektif.....	48
3.4.4 Langkah-Langkah PLS.....	50
3.4.5 Asumsi PLS.....	58
3.4.6 Uji Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	60
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	61
4.2.1 Karakteristik Responden	61
4.2.2 Deskripsi Variabel dan Indikator Penelitian	63
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data	73
4.3.1 Interpretasi Hasil Olah Data PLS.....	73
4.3.1.1 Analisis Model PLS.....	73
4.3.1.2 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	74
4.3.1.3 Inner Model	79
4.3.1.4 Pengujian Hipotesis	82
4.4 Pembahasan	84
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	84
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	87
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	89
BAB V.....	92
KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei.....	5
Tabel 1.2 Perbandingan Tarif Transportasi Online di Surabaya	8
Tabel 3.1 Skala Likert.	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	63
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Variabel Persepsi Harga (X2) Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Variabel Citra Merek (X3).....	69
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	71
Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	74
Tabel 4.8 Cross Loadings	75
Tabel 4.9 Average Variance Extracted (AVE).....	76
Tabel 4.10 Latent Variable Correlations	77
Tabel 4.11 Composite Reliability	78
Tabel 4.12 R-Square.....	79
Tabel 4.13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values).....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Index Jasa Transportasi Online.....	3
Gambar 1.2 Total Unduhan Aplikasi Transportasi Online.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 3. 1 Model Indikator Formatif.....	49
Gambar 3. 2 Model Indikator Reflektif.....	50
Gambar 3. 3 Diagram Jalur PLS.....	52
Gambar 4. 1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square	73
Gambar 4. 2 Inner Model dengan nilai signifikasi T-Statistic.....	85

=

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAYANAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE* GOJEK PADA GENERASI Z DI SURABAYA

Oleh:

RIFKI NAGIB
22012010454/FEB/EM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan transportasi online Gojek pada Generasi Z di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 112 responden Generasi Z yang merupakan pengguna Gojek di Surabaya. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan citra merek sebagai variabel yang paling dominan. Ketiga variabel independen mampu menjelaskan sebesar 69,2% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada satu wilayah dan satu penyedia layanan, sehingga hasil penelitian perlu diuji kembali dalam konteks yang lebih luas. Temuan penelitian ini menegaskan pentingnya bagi Gojek untuk terus mempertahankan kualitas pelayanan, menetapkan harga yang wajar, serta memperkuat citra merek guna menjaga kepuasan pelanggan Generasi Z di Surabaya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Persepsi Harga; Citra Merek