

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA
TRANSPORTASI ONLINE
(Survey Pada Konsumen Grab di Jakarta Timur)**

***THE EFFECT OF SALES PROMOTION AND SERVICE
QUALITY ON ONLINE TRANSPORTATION USER LOYALTY
(Survey on Grab Consumers in East Jakarta)***

Oleh

Ayu Sasti Sucininghati

2019410221

SKRIPSI



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA TRANSPORTASI ONLINE
(Survey Pada Konsumen Grab di Jakarta Timur)**


***THE EFFECT OF SALES PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON
ONLINE TRANSPORTATION USER LOYALTY
(Survey on Grab Consumers in East Jakarta)***


Oleh
Ayu Sasti Sucininghati
2019410221

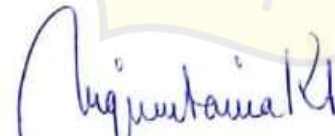
SKRIPSI


Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini


Jakarta, 2025
Pembimbing

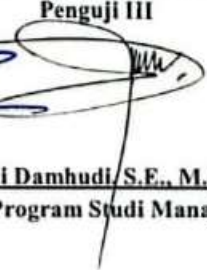

Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E, MM


Dr. Firsan Nova, SE, MM
Penguji I


Dr. Melani Quintania, SE, M.Pd
Penguji II


Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E, MM
Penguji III


Dr. Sukardi, S.E., M.M.,
Dekan Fakultas Ekonomi


Dedi Damhudi, S.E., M.M.,
Ketua Program Studi Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Sasti Sucininghati

NIM 2019410221

Jurusan/ Peminatan : Manajemen/ Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya sendiri murni dari gagasan dan rumusan pemikiran penulis tanpa bantuan pihak lain kecuali dosen pembimbing. Penelitian ini bukan hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 5 Juli 2025



METERAI
TEMPEL
D6ANX168069678

Ayu Sasti Sucininghati

ABSTRAK

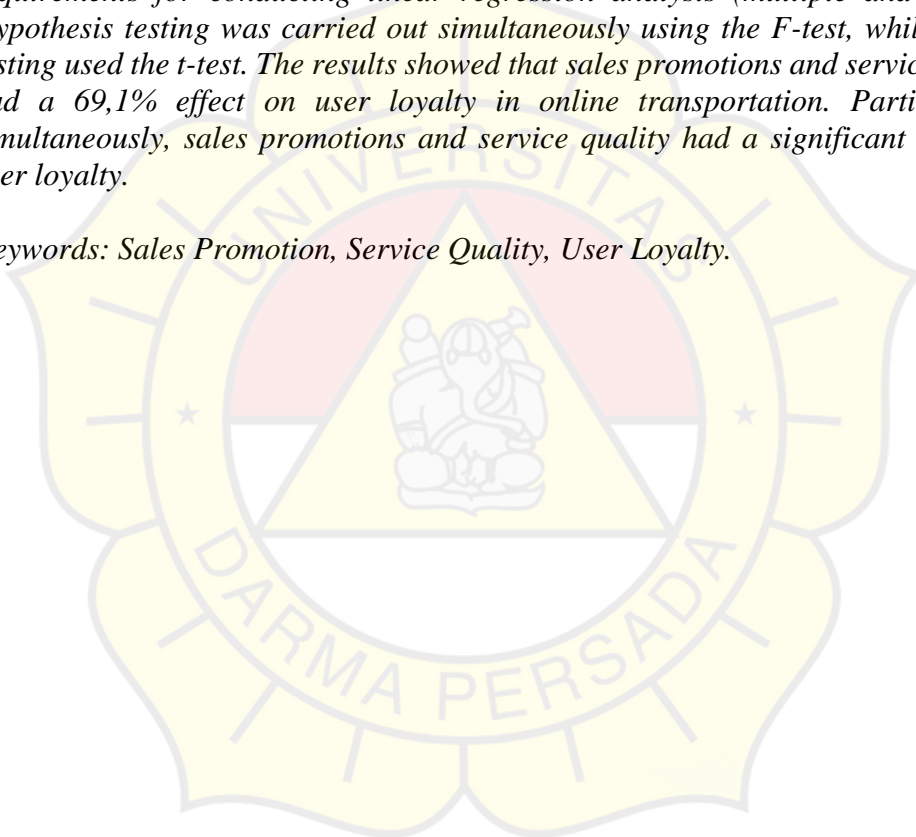
Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna transportasi online survey pada konsumen Grab di Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner pada 100 responden. Sampel diambil menggunakan teknik sampel *non-probability sampling* dengan rumus Rao Purba. Pengujian kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis regresi linear sederhana sebagai persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis regresi linear (berganda dan sederhana). Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F, sedangkan secara parsial menggunakan uji t. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna transportasi online sebesar 69,1%. Secara parsial dan simultan promosi penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pengguna.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of sales promotions and service quality on user loyalty in a survey of Grab online transportation users in East Jakarta. This study used quantitative methods and collected data by distributing questionnaires to 100 respondents. The sample was taken using a non- probability sampling technique with the Rao Purba formula. Data quality testing in this study used validity and reliability tests. Data were analyzed using multiple linear regression analysis and simple linear regression analysis, as required by statistical requirements for conducting linear regression analysis (multiple and simple). Hypothesis testing was carried out simultaneously using the F-test, while partial testing used the t-test. The results showed that sales promotions and service quality had a 69,1% effect on user loyalty in online transportation. Partially and simultaneously, sales promotions and service quality had a significant effect on user loyalty.

Keywords: Sales Promotion, Service Quality, User Loyalty.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hikmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengguna transportasi online (Survey Pada Konsumen Grab di Jakarta Timur)** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada.

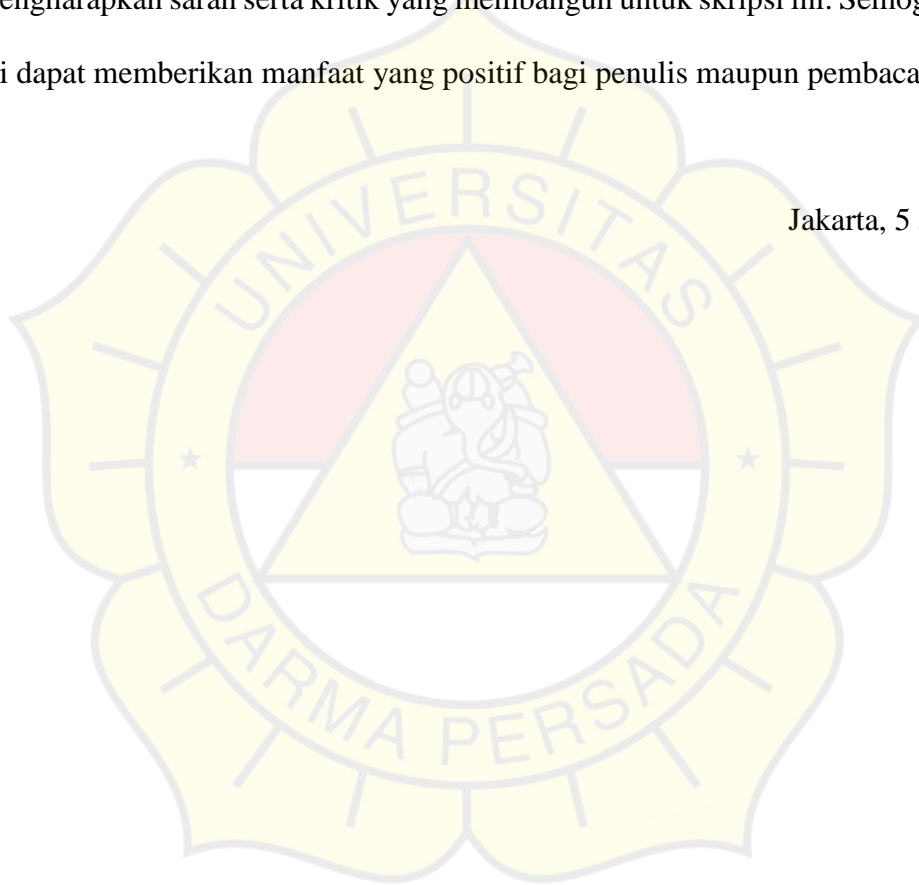
Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan dari awal mulai kuliah hingga saat ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E, MM selaku pembimbing skripsi penulis, yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Dr Sukardi, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak Dedi Damhudi, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Sahabat-sahabat penulis, yang selalu mendukung, membantu dan berjuang bersama selama masa perkuliahan hingga selesai.

6. Seluruh Dosen, Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Staf Biro Akademik Universitas Darma Persada yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
7. Teman-teman mahasiswa manajemen angkatan 2019 yang sudah bekerjasama selama masa perkuliahan berlangsung.

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan saran serta kritik yang membangun untuk skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif bagi penulis maupun pembaca.

Jakarta, 5 Juli 2025



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Pembatasan Masalah	8
1.2.3 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Aspek Teoris (Keilmuan)	9
1.4.2 Aspek Praktis.....	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
1. Pengertian Pemasaran.....	11
2. Tujuan Pemasaran	11
3. Bauran Pemasaran	12
4. Strategi Pemasaran	17

2.1.2	Manajemen Pemasaran	18
1.	Pengertian Manajemen Pemasaran	18
2.	Tujuan Manajemen Pemasaran	19
3.	Fungsi Manajemen Pemasaran	21
2.1.3	Promosi Penjualan	22
1.	Pengertian Promosi Penjualan	22
2.	Jenis Promosi Penjualan	23
3.	Manfaat Promosi Penjualan	25
4.	Alat Promosi Penjualan	25
5.	Dimensi dan Indikator Promosi Penjualan	26
2.1.4	Kualitas Pelayanan	27
1.	Pengertian Kualitas Pelayanan	27
2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	27
3.	Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	28
4.	Kriteria Kualitas Pelayanan	30
5.	Unsur-unsur dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan	31
6.	Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	33
2.1.5	Loyalitas Pelanggan	34
1.	Pengertian Loyalitas Pelanggan	34
2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	35
3.	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan	38
4.	Tahap-Tahap dalam Loyalitas Pelanggan	39
5.	Dimensi dan Indikator Loyalitas Pelanggan	41
2.2	Penelitian Terdahulu	41
2.3	Kerangka Pemikiran	47
2.4	Hipotesis Penelitian	49
2.5	Paradigma Penelitian	50
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1	Metode yang Digunakan	52
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	52
3.3	Operasionalisasi Variabel	52

3.4	Sumber dan Cara Penentuan Data	56
3.4.1	Jenis dan Sumber Data	56
3.4.2	Populasi dan Sampel	57
1.	Populasi	57
2.	Sampel	57
3.5	Teknik Pengumpulan Data	59
3.5.1	Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>)	59
3.5.2	Penelitian Kepustakaan (<i>Library Research</i>).....	62
3.6	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	62
3.6.1	Uji Keabsahan Data.....	62
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	63
1.	Uji Normalitas	63
2.	Uji Multikolinearitas.....	64
3.	Uji Heteroskedastisitas	64
4.	Uji Heteroskedastisitas	65
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
3.6.4	Analisis Regresi Linier Sederhana	66
3.6.5	Uji Koefisien Determinasi.....	66
3.6.6	Uji Hipotesis	67
1.	Uji F.....	67
2.	Uji t.....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		70
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	70
4.1.1	Sejarah Singkat PT. Grab Indonesia	70
4.1.2	Visi dan Misi.....	71
4.1.3	Struktur Organisasi PT. Grab Indonesia.....	71
4.2	Analisis Deskriptif	72
4.2.1	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	72
1.	Jenis Kelamin	72
2.	Usia.....	72
3.	Pendidikan Terakhir	73

4. Lama Bekerja	74
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	74
1. Promosi Penjualan.....	74
2. Kualitas Pelayanan	81
3. Loyalitas Pengguna	89
4.2.3 Uji Keabsahan Data	96
1. Uji Validitas	96
2. Uji Reliabilitas.....	99
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	101
1. Uji Normalitas.....	101
2. Uji Multikolinearitas.....	103
3. Uji Heteroskedastisitas	104
4. Uji Autokorelasi	105
4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	106
4.2.6 Analisis Regresi Linear Sederhana	106
1. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	107
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	107
4.2.7 Koefisien Determinasi	108
1. Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	108
2. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	109
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	109
4.2.8 Uji Hipotesis	110
1. Uji F (Simultan)	110
2. Uji t (Parsial)	111
4.3 Pembahasan.....	112
4.3.1 Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	113
4.3.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan	114
4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	116

5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	120



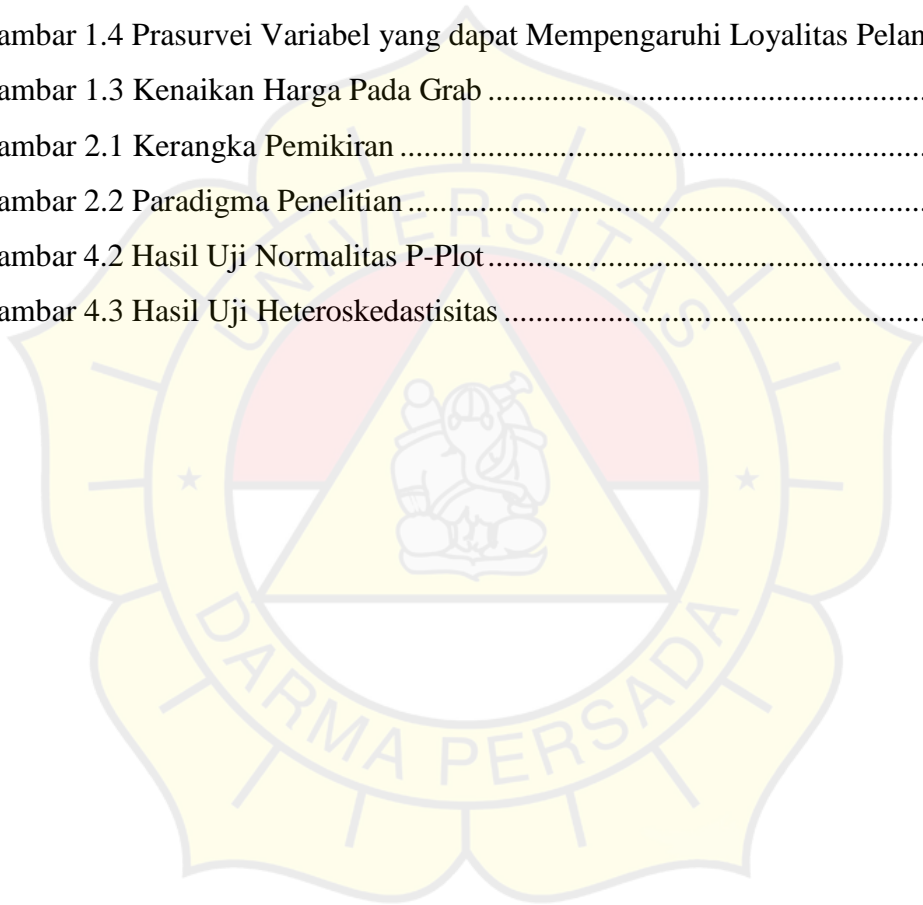
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	53
Tabel 3.2 Skala Likert	60
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai.....	61
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	73
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan lama Bekerja.....	74
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1 – Promosi Penjualan.....	75
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2 – Promosi Penjualan.....	75
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3 – Promosi Penjualan.....	76
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4 – Promosi Penjualan.....	77
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5 – Promosi Penjualan.....	78
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6 – Promosi Penjualan	78
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7 – Promosi Penjualan	79
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8 – Promosi Penjualan	80
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9 – Promosi Penjualan	80
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 1 – Kualitas Pelayanan	81
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 2 – Kualitas Pelayanan	82
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 3 – Kualitas Pelayanan	82
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 4 – Kualitas Pelayanan	83
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 5 – Kualitas Pelayanan	84
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 6 – Kualitas Pelayanan	85
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 7 – Kualitas Pelayanan	85
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 8 – Kualitas Pelayanan	86
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 9 – Kualitas Pelayanan	87
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 10 – Kualitas Pelayanan ..	87

Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 11 – Kualitas Pelayanan..	88
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 12 – Kualitas Pelayanan..	89
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 1 – Loyalitas Pengguna ...	90
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 2 – Loyalitas Pengguna ...	90
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 3 – Loyalitas Pengguna ...	91
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 4 – Loyalitas Pengguna ...	92
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 5 – Loyalitas Pengguna ...	92
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 6 – Loyalitas Pengguna ...	93
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 7 – Loyalitas Pengguna ...	94
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 8 – Loyalitas Pengguna ...	94
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 9 – Loyalitas Pengguna...	95
Tabel 4.35 Hasil Uji Validasi Promosi Penjualan.....	97
Tabel 4.36 Hasil Uji Validasi Kualitas Pelayanan	98
Tabel 4.37 Hasil Uji Validasi Loyalitas Pengguna	99
Tabel 4.38 Hasil Uji Reabilitas Promosi Penjualan	100
Tabel 4.39 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan.....	100
Tabel 4.40 Hasil Uji Reabilitas Loyalitas Pengguna.....	100
Tabel 4.41 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov - Smirnov	102
Tabel 4.42 Hasil Uji Multikolinearitas	103
Tabel 4.44 Hasil Uji Autokorelasi	106
Tabel 4.50 Hasil Uji F (Simultan)	110
Tabel 4.51 Hasil Uji t Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan	111
Tabel 4.52 Hasil Uji t Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	112

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna Transportasi Online di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Aplikasi Transportasi Online Terbanyak Digunakan di Indonesia 2023.....	2
Gambar 1.4 Prasurvei Variabel yang dapat Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan..	4
Gambar 1.3 Kenaikan Harga Pada Grab	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	101
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	104



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	121
Lampiran 2. Profil Responden.....	126
Lampiran 3. Tabulasi Data	130
Lampiran 4. Ouput SPSS.....	162
Lampiran 5. Foto Sebaran kuesioner.....	165
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup.....	166

