

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY, CUSTOMER SERVICE, PRICE, VALUE ADDED SERVICES* TERHADAP *BRAND SWITCHING INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA GO-JEK DI SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar sarjana Manajemen Strata Satu

Oleh :

NAMA : CITRA DAYANTI

NPM : 00000027354



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
SURABAYA
2019**



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

IDENTITAS TIM PENGUJI

Judul : ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*,
CUSTOMER SERVICE, *PRICE*, *VALUE ADDED*
SERVICES TERHADAP *BRAND SWITCHING*
INTENTION MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA PENGGUNA GO-JEK DI SURABAYA

Nama Mahasiswa : Citra Dayanti
NPM : 00000027354
Jurusan : Manajemen
Peminatan : Bisnis Internasional

TIM PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Yanuar Dananjaya, B. SC, MM
Pembimbing 2 : Wiliam Santoso, SE, M.AK

TIM PENGUJI

Ketua Tim Penguji : Yanuar Dananjaya, B. SC, MM
Sekretaris : Hananiel M. Gunawan BA., MBA.
Anggota : Dr. Oliandes Sondakh, SE, MM



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama Mahasiswa : Citra Dayanti
Nomor Pokok Mahasiswa : 00000027354
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY, CUSTOMER SERVICE, PRICE, VALUE ADDED SERVICES* TERHADAP *BRAND SWITCHING INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA *GO-JEK DI SURABAYA*”** adalah:

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapat gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 10 September 2019

Yang membuat pernyataan



(Citra Dayanti)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER SERVICE*,
PRICE, *VALUE ADDED SERVICES* TERHADAP *BRAND SWITCHING*
INTENTION MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA
GO-JEK DI SURABAYA**

Oleh:
Nama : Citra Dayanti
NPM : 00000027354
Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan Surabaya

Surabaya 10 September 2019

Menyetujui:

Pembimbing Utama


Yanuar Dananjaya, B. SC, MM

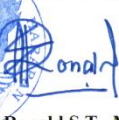
Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M.

Co- Pembimbing Supervisor


Wiliam Santoso, SE, M.AK

Executive Director


Dr. Ronald S.T., M.M.



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada Selasa, 10 September 2019 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama:

Nama : Citra Dayanti
NPM : 00000027354
Jurusan : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul *“ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY, CUSTOMER SERVICE, PRICE, VALUE ADDED SERVICES TERHADAP BRAND SWITCHING INTENTION MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PADA PENGGUNA GO-JEK DI SURABAYA”* oleh tim penguji yang terdiri dari:

Dewan Penguji	Status	Tanda tangan
Yanuar Dananjaya, B. SC, MM.	sebagai Ketua Penguji, Pembimbing	
Hananiel M. Gunawan BA., MBA..	sebagai Penguji	
Dr. Oliandes Sondakh, SE, MM	sebagai Penguji	

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	11
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 <i>Brand Switching Intention</i>	15
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.1.3 <i>Service Quality</i>	17
2.1.4 <i>Price</i>	18
2.1.5 <i>Customer Service</i>	20
2.1.6 <i>Value added Service</i>	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22

2.3	Pengembangan Hipotesis	23
2.3.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.3.2	Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.3.3	Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.3.4	Pengaruh <i>Value-Added Service</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.3.5	Pengaruh <i>CustomerSatisfaction</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	25
2.4	Model Penelitian.....	26
2.5	Bagan Alur Berpikir.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		28
3.1	Jenis Penelitian	28
3.2	Populasi dan Sampel	28
3.2.1	Populasi.....	28
3.2.1	Sampel	29
3.3	Metode Pengumpulan Data	30
3.3.1	Jenis dan Sumber Data	30
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4	Definisi Operasional Pengukuran Variabel.....	33
3.4.1	Definisi Operasional.....	33
3.4.2	Pengukuran Variabel	34
3.5	Metode Analisis Data.....	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Gambaran Umum Go-jek	40
4.2	Analisis Data	41
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	41
4.2.1.1	Karakteristik Responden	41
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden.....	41
4.2.1.3	Tanggapan Responden	42
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	48
4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	49
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Service</i>	50
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap <i>Price</i>	51
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap <i>Value Added Services</i>	52

4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	54
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>Brand Switching Intention</i> ...	55
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data	57
4.2.3.1	Uji Validitas	57
4.2.3.2	Uji Reliabilitas	58
4.2.4	Pengujian Asumsi Klasik Regresi	59
4.2.4.1	Uji Normalitas	59
4.2.4.2	Uji Heterokedastisitas	60
4.2.4.3	Uji Linearitas	62
4.2.4.4	Uji Multikolinearitas	63
4.3	Metode Analisis Statistik	64
4.3.1	Analisis Regresi	64
4.3.1.1	Analisis Regresi Sederhana	64
4.3.1.2	Analisis Regresi Berganda	64
4.3.2	Analisis Koefisien Kolerasi (R)	66
4.3.2.1	Analisis Koefisien Kolerasi Sederhana	66
4.3.2.2	Analisis Koefisien Kolerasi Berganda	66
4.3.2.3	Analisa Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.4	Metode Pengujian Hipotesis.....	68
4.4.1	Uji Signifikan Simultan (Uji – F).....	68
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji – T)	68
4.5	Pembahasan	70
4.5.1	Hasil Uji Regresi	75
4.5.2	Pembahasan Tiap Variabel	76
BAB V KESIMPULAN		89
5.1	Simpulan	89
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis	89
5.1.1.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	89
5.1.1.2	Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .	90
5.1.1.3	Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	92
5.1.1.4	Pengaruh <i>Value Added Service</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	93

5.1.1.5	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Switching Intention</i>	94
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	95
5.2	Implikasi.....	96
5.2.1	Implikasi Teoritis	96
5.2.2	Implikasi Manajerial.....	97
5.3	Rekomendasi	102
	DAFTAR PUSTAKA	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Go-jek	3
Gambar 1.2 Layanan Go-jek	4
Gambar 1.3 <i>Brand Performance</i> Go-jek dan Grab.....	5
Gambar 1.4 Penghargaan yang di Raih Go-jek	6
Gambar 1.5 Promo Go-jek	9
Gambar 1.6 Layanan <i>Edit Destination</i>	10
Gambar 1.7 <i>Fitur dan Top up Go-pay</i>	10
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Logo Go-jek	40
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Gambar 4.3 Diagram Pie Responden berdasarkan Usia	42
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i>	60
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Normalitas <i>Brand Switching Intention</i>	60
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas SQ,CS,P,VAS*CSF	61
Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas CSF*BSI.....	61
Gambar 4.8 Hasil Uji Regresi	75

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Likert Scale Point</i>	31
Tabel 3.2 Desain Inti Kuesioner	32
Tabel 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
Tabel 3.4 <i>Rules of Thumb Koefisien Kolerasi</i>	38
Tabel 4.1 Profil Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Derajat Penilaian Setiap Variabel	42
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Quality</i>	43
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Service</i>	44
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Price</i>	45
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Value Added Services</i>	46
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	47
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Switching Intention</i>	48
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i>	49
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Service</i>	50
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price</i>	51
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Value Added Services</i>	52
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	54
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Switching Intention</i>	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i>	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Service</i>	57
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price</i>	57
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Value Added Services</i>	57
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	58
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Switching Intention</i>	58
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas <i>Service Quality</i>	58
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Service</i>	58

Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas <i>Price</i>	59
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas <i>Value Added Services</i>	59
Tabel 4.25 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i>	59
Tabel 4.26 Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Switching Intention</i>	59
Tabel 4.27 Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas	59
Tabel 4.28 Hasil Uji Heterokedastisitas	62
Tabel 4.29 Hasil Uji Linearitas	62
Tabel 4.30 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Sederhana (CSF*BSI)	64
Tabel 4.32 Hasil Uji Regresi Berganda (SC, CS, P, VAS*CSF)	64
Tabel 4.33 Hasil Analisa Regresi Sederhana (R).....	66
Tabel 4.34 Hasil Analisa Koefisien Determinasi 1(R ²)	67
Tabel 4.35 Hasil Analisa Koefisien Determinasi 2 (R ²)	67
Tabel 4.36 Hasil Uji F.....	68
Tabel 4.37 Hasil Uji t.....	69
Tabel 4.38 Indikator Variabel <i>Service Quality</i>	78
Tabel 4.39 Indikator Variabel <i>Customer Service</i>	80
Tabel 4.40 Indikator Variabel mempengaruhi <i>Price</i>	81
Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Value Added Services</i>	82
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	84
Tabel 4.43 Indikator Variabel <i>Brand Switching Intention</i>	87
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	96
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	101

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUESIONER.....	A-1
LAMPIRAN B : TABULASI DATA KUESIONER	B-1
LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK DESKRIPSTIF.....	C-1
LAMPIRAN D : HASIL PENGUJIAN <i>STATISTICAL PACKAGE FOR THE SOCIAL SCIENCES</i> (SPSS).....	D-1