



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI GRAB**

Skripsi

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1**

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun :

Nama : V.Nia Aprilia Riski Putri

NIM : 14020217120031

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2021

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : V.Nia Aprilia Riski Putri
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020217120031
3. Tempat/Tanggal Lahir : Kab. Semarang, 04 April 2000
4. Jurusan / Program Studi : S1 - Administrasi Bisnis
5. Alamat : Sedandang, Lemahireng RT04/RW04,
Kec. Bawen, Kab. Semarang, Jawa Tengah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI GRAB

Adalah benar – benar merupakan Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 17 September 2021

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Ari Pradhanawati, M.S
NIP. 19610501 198710 2 001

Pembuat Pernyataan,



V.Nia Aprilia Riski Putri
NIM. 14020217120031

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab**
Nama Penyusun : V.Nia Aprilia Riski Putri
NIM : 14020217120031
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

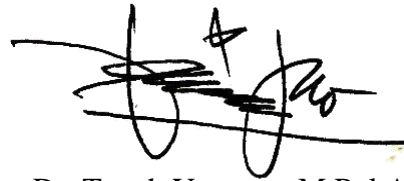
Semarang, 19 November 2021

Dekan





Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP
NIP.196408271990011001

Wakil Dekan 1



Dr. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP.196908221994031003

Dosen Pembimbing :

1. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S (.....)
2. Dra. Apriatni E.P., M.Si. (.....)

Dosen Penguji :

3. Drs. Wahyu Hidajat, M.Si (.....)

MOTTO

“Wat je ook bent, wees een goeie.”

(Apapun dirimu, jadilah yang terbaik)

“Di ketinggian, hati lebih merendah.

Diatas langit, raga lebih membumi.”

(Fiersa Besari)

“Percaya pada Tuhan”

PERSEMBAHAN

- *Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kesehatan serta segala berkat sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik*
- *Bapak Bakoh, Ibu Jumarni dan Adik Cindi serta segenap keluarga yang selalu memberikan semangat serta doa dalam proses pengerjaan skripsi saya ini.*
- *Dosen pembimbing I Prof. Ari dan dosen pembimbing II Bu Apri yang selalu baik serta sabar dalam membantu dan memberikan bimbingan kepada saya.*
- *Keluarga Besar Administrasi Bisnis 2017 dan seluruh teman – teman yang membantu saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap keputusan Penggunaan Aplikasi Grab”**. Penulisan skripsi ini melibatkan berbagai pihak yang telah membantu baik doa, kerjasama ataupun dukungan secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati saya ingin menyampaikan beberapa ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis
4. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S, selaku dosen pembimbing 1 dan dosen penguji skripsi saya yang telah membantu serta membimbing saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si, selaku dosen pembimbing 2 dan dosen penguji skripsi saya yang telah membantu serta memberikan bimbingannya dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Drs. Wahyu Hidajat, M.Si. selaku wali dosen dan dosen penguji skripsi saya yang telah memberikan bimbingan serta dorongan untuk saya selama kuliah.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, khususnya dosen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama kuliah.
8. Pihak Grab yang telah memberikan izin serta bantuannya untuk melakukan penelitian ini.
9. Seluruh responden yang telah bersedia untuk membantu mengisi kuesioner yang telah saya berikan.

10. Annisa Rifa'Atul Himmah, Nadia Wahyu Aisyah, Meladipa Sekar Putri, Alviolita Muna Su'ada, Titania Putri yang telah banyak membantu mengajari saya bagaimana cara menyusun serta menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 17 September 2021



V.Nia Aprilia Riski Putri
NIM. 14020217120031

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Kegunaan Penelitian.....	15
1.5. Kerangka Teori/Konsep.....	16
1.5.1. Perilaku Konsumen	16
1.5.2. Pemasaran.....	17
1.5.3. Keputusan Penggunaan	19
1.5.4. Kualitas Pelayanan	22
1.5.5. Promosi.....	25
1.5.6. Pengaruh Antar Variabel	27
1.6. Hipotesis	30
1.7. Definisi Konsep.....	31
1.7.1. Kualitas Pelayanan	31
1.7.2. Promosi.....	31
1.7.3. Keputusan Penggunaan	31
1.8. Definisi Operasional.....	31
1.8.1. Kualitas Pelayanan (X1).....	31
1.8.2. Promosi (X2)	33

1.8.3. Keputusan Penggunaan (Y)	33
1.9. Metode Penelitian	34
1.9.1. Tipe Penelitian.....	34
1.9.2. Populasi dan Sampel.....	34
1.9.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
1.9.4. Jenis dan Sumber Data	35
1.9.5. Skala Pengukuran	36
1.9.6. Teknik Pengumpulan Data	36
1.9.7. Teknik Pengolahan Data.....	37
1.9.8. Instrumen Penelitian	37
1.9.9. Teknik Analisis.....	38
BAB II GAMBARAN UMUM GRAB HOLDINGS Inc	44
2.1. Sejarah Perusahaan	44
2.2. Visi dan Misi Grab	45
2.3. Logo Perusahaan	46
2.4. Layanan Grab	47
2.5. Identitas Responden.....	48
2.5.1. Responden Berdasarkan Umur	49
2.5.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
2.5.3. Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	50
2.5.4. Responden Berdasarkan Tempat Tinggal Saat Ini	50
2.5.5. Responden Berdasarkan Lamanya Penggunaan Aplikasi Grab	51
2.5.6. Responden Berdasarkan Jenis Layanan Yang Sering Digunakan.....	52
2.5.7. Responden Berdasarkan Jenis Aplikasi Serupa Yang Dipakai Selain Grab	53
BAB III PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN.....	54
3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
3.1.1. Uji Validitas.....	54
3.1.2. Uji Reliabilitas.....	58
3.2. Analisis Deskriptif.....	59
3.2.1. Persepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	60
3.2.2. Persepsi Responden Terhadap Promosi.....	81
3.2.3. Persepsi Responden Terhadap Keputusan Penggunaan	92
3.3. Uji Hipotesis	101
3.3.1. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan	101

3.3.2. Analisis Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan.....	105
3.3.3. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan.....	110
3.4. Pembahasan	116
BAB IV PENUTUP	125
4.1. Kesimpulan	125
4.2. Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rating Top Brand Index.....	6
Tabel 1. 2 Jumlah Kasus Grab Yang Dilaporkan.....	10
Tabel 1. 3 Rangkuman Keluhan Pelanggan.....	14
Tabel 1. 4 Skala Likert.....	36
Tabel 1. 5 Koefisien Korelasi	39
Tabel 2. 2 Umur	49
Tabel 2. 3 Jenis Kelamin.....	49
Tabel 2. 4 Status Pekerjaan	50
Tabel 2. 5 Tempat Tinggal Saat Ini.....	51
Tabel 2. 6 Lamanya Penggunaan Aplikasi Grab	52
Tabel 2. 7 Jenis Layanan Yang Sering Digunakan	52
Tabel 2. 8 Aplikasi Serupa Yang Dipakai Selain Grab	53
Tabel 3. 1 Pengujian Validitas Kualitas Pelayanan	55
Tabel 3. 2 Pengujian Validitas Promosi.....	57
Tabel 3. 3 Pengujian Validitas Keputusan Penggunaan	58
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas	59
Tabel 3. 5 Tidak Ada Kesulitan Dalam Proses Pemesanan	60
Tabel 3. 6 Grab Memberi Layanan Sesuai Dengan Yang Dijanjikan.....	62
Tabel 3. 7 Kemudahan Akses Menu Pada Aplikasi Grab.....	63
Tabel 3. 8 Variasi Layanan Yang Ditawarkan	64
Tabel 3. 9 Aplikasi Grab Yang Tidak Sering Terjadi Error.....	65
Tabel 3. 10 Grab Melayani Pelanggan Sesuai Dengan Pemesanan.....	65
Tabel 3. 11 Grab Melayani Pelanggan Dengan Tepat Waktu.....	66
Tabel 3. 12 Taat Pada Protokol Kesehatan	67
Tabel 3. 13 Penggunaan Identitas Perusahaan	68
Tabel 3. 14 Pemberian Konfirmasi Terkait Transaksi Maupun Pemesanan.....	69
Tabel 3. 15 Kecepatan Dan Ketanggapan Dalam Merespon Pelanggan	70
Tabel 3. 16 Kemampuan Karyawan Dalam Memberi Layanan	71
Tabel 3. 17 Sikap Ramah dan Sopan	72
Tabel 3. 18 Terjaminnya Keamanan Data Serta Informasi Pelanggan	72
Tabel 3. 19 Ketersediaan Sarana Pusat Pengaduan Bagi Pelanggan	73
Tabel 3. 20 Pemberian Ganti Rugi Atas Pelayanan Yang Buruk	74
Tabel 3. 21 Kenyamanan Saat Menggunakan Layanan	75
Tabel 3. 22 Perlakuan Dalam Memberikan Perhatian	76
Tabel 3. 23 Rekapitulasi Variabel Kualitas Pelayanan	77
Tabel 3. 24 Kategori Interval Kualitas Pelayanan	80
Tabel 3. 25 Distribusi Kategorisasi Kualitas Pelayanan	80
Tabel 3. 26 Frekuensi Periklanan Grab.....	81
Tabel 3. 27 Grab Melakukan Kegiatan Periklanan Yang Menarik.....	82
Tabel 3. 28 Informasi Pada Iklan Tersampaikan Dengan Jelas	83
Tabel 3. 29 Variasi Media Periklanan Grab.....	84
Tabel 3. 30 Persepsi Responden Mengenai Frekuensi Promosi Penjualan Grab .	85
Tabel 3. 31 Kejelasan Informasi Pada Promosi Penjualan	86

Tabel 3. 32 Variasi Promosi Penjualan	87
Tabel 3. 33 Jangka Waktu Promosi Penjualan.....	88
Tabel 3. 34 Promosi Penjualan Dapat Dipakai Dengan Mudah	89
Tabel 3. 35 Rekapitulasi Variabel Promosi	90
Tabel 3. 36 Kategorisasi Variabel Promosi	91
Tabel 3. 37 Distribusi Kategorisasi Promosi	92
Tabel 3. 38 Grab Dapat Memenuhi Kebutuhan Dengan Berbagai Layanannya...	93
Tabel 3. 39 Lamanya Waktu Untuk Memutuskan Menggunakan	93
Tabel 3. 40 Grab Sebagai Prioritas Pilihan	94
Tabel 3. 41 Perasaan Senang dan Puas Setelah Menggunakan.....	95
Tabel 3. 42 Bersedia Merekomendasikan	96
Tabel 3. 43 Bersedia Tetap Menggunakan Layanan Grab.....	97
Tabel 3. 44 Rekapitulasi Variabel Keputusan Penggunaan	98
Tabel 3. 45 Kategorisasi Variabel Keputusan Penggunaan	100
Tabel 3. 46 Tabel Distribusi Keputusan Penggunaan	100
Tabel 3. 47 Pengujian Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan	101
Tabel 3. 48 Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan	102
Tabel 3. 49 Pengujian Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan	103
Tabel 3. 50 Pengujian Korelasi Promosi terhadap Keputusan Penggunaan	106
Tabel 3. 51 Pengujian Koefisien Determinasi Promosi terhadap Keputusan Penggunaan	106
Tabel 3. 52 Pengujian Regresi Linear Sederhana Promosi terhadap Keputusan Penggunaan	107
Tabel 3. 53 Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan.....	110
Tabel 3. 54 Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap keputusan Penggunaan	111
Tabel 3. 55 Pengujian Regresi Linear Berganda Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan	112
Tabel 3. 56 Uji F tabel Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase Pengguna Internet Berdasarkan Wilayahnya	2
Gambar 1. 2 Presentase Jumlah Pengguna Internet 2016 – 2019	3
Gambar 1. 3 Keluhan Pelanggan Terkait dengan Aplikasi Grab	9
Gambar 1. 4 Keluhan dari Website	10
Gambar 1. 5 Contoh Promosi Grab Melalui Periklanan dan Promosi Penjualan .	11
Gambar 1. 6 Keluhan Pelanggan Promosi Grab	12
Gambar 1. 7 Model Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 1. 8 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	21
Gambar 1. 9 Hipotesis Penelitian.....	30
Gambar 1. 10 Kurva Uji t (<i>One Tail</i>).....	42
Gambar 1. 11 Kurva Uji F	43
Gambar 2. 1 Logo Perusahaan Grab	47
Gambar 3. 1 Daerah Penolakan dan Penerimaan Uji t Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan	105
Gambar 3. 2 Daerah Penolakan dan Penerimaan Uji t Promosi terhadap Keputusan Penggunaan.....	109
Gambar 3. 3 Daerah Penolakan dan Penerimaan Uji F Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan.....	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	133
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	134
Lampiran 3 Tabel Induk.....	147
Lampiran 4 Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	153
Lampiran 5 Validitas dan Reliabilitas Promosi	158
Lampiran 6 Validitas dan Reliabilitas Keputusan Penggunaan	160
Lampiran 7 Uji Regresi Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	162
Lampiran 8 Uji Regresi Variabel Promosi (X2)	163
Lampiran 9 Uji Regresi Berganda Variabel Kualitas Pelayanan dan Promosi...	164
Lampiran 10 Tabel R	165
Lampiran 11 Tabel F.....	168
Lampiran 12 Data Responden.....	171

ABSTRAK

Perkembangan teknologi memunculkan berbagai perusahaan yang bergerak dibidang *e-commerce*, salah satunya yakni Grab merupakan perusahaan penyedia layanan jasa *on demand* yang menawarkan berbagai layanan guna memenuhi kebutuhan. Banyaknya pesaing yang menawarkan layanan sejenis membuat posisi Grab pada Top Brand Index mengalami fluktuatif dari tahun 2017 – 2020 dan belum dapat mengungguli pesaing terberatnya yakni Gojek. Hal ini disebabkan semakin sengitnya persaingan yang ada baik pada segi kualitas pelayanan maupun promosi yang dilakukan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan penggunaan Aplikasi Grab. Tipe penelitian ini yakni *explanatory research* dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* metode *purposive sampling* dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online *google form* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden pengguna aplikasi Grab yang telah menggunakan layanan 3 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dan kualitatif dan menggunakan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linear sederhana dan berganda, uji t dan uji F dengan menggunakan bantuan IBM SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan kuat terhadap keputusan penggunaan Aplikasi Grab. Variabel kualitas pelayanan dan promosi dipersepsikan baik oleh responden akan tetapi belum dilakukan secara maksimal karena masih terdapat beberapa indikator yang berada dibawah rata-rata. Disarankan, Grab harus lebih bertanggung jawab dalam memberikan kompensasi/ganti rugi terkait pelayanan yang buruk dengan tanpa melalui proses yang rumit dan melaksanakan kegiatan promosi penjualan dengan memberikan jangka waktu berlaku yang lebih lama.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Penggunaan.

ABSTRACT

Technological developments have led to various companies engaged in e-commerce, one of which is Grab, an on-demand service provider company that offers various services to meet needs. The number of competitors that offer services similar to Grab's position on the Top Brand Index has fluctuated from 2017 - 2020 and has not been able to outperform its toughest competitor, Gojek. This has led to increasingly fierce competition, both in terms of service quality and promotions.

This study aims to determine the effect of service quality and promotion on decisions to use the Grab Application. This type of research is explanatory research with a non-probability sampling technique using purposive sampling and data collection is done through an online google form questionnaire with a sample size of 100 Grab application users who have used the service 3 times in the last 6 months. The analysis technique used is quantitative and qualitative analysis and uses validity, reliability, correlation coefficient, coefficient of determination, simple and multiple linear regression, t test and F test using the help of IBM SPSS version 25.

The results showed that the quality of service and promotion had a positive and strong influence on the decision to use the Grab Application. The variable of service quality and promotion is perceived as good by the respondents but has not been carried out optimally because there are still several indicators that are below the average. It is recommended that Grab should be more responsible in providing compensation/restitution related to poor service without going through a complicated process and carrying out sales promotion activities by providing a longer validity period.

Keywords: Service Quality, Promotion, Usage Decision.