

**PENGARUH PENETAPAN HARGA, BAURAN PROMOSI DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN  
JASA TRANSPORTASI *ONLINE GRAB-BIKE* PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS  
PALEMBANG**



Skripsi Oleh :

**MONIKA**

**01011381621142**

**MANAJEMEN**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2020**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**  
**JUDUL SKRIPSI**  
**PENGARUH PENETAPAN HARGA, BAURAN PROMOSI, DAN**  
**KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN**  
**JASA TRANSPORTASI *ONLINE GRAB-BIKE* PADA MAHASISWA**  
**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS**  
**PALEMBANG**

Disusun oleh :

Nama : Monika  
NIM : 01011281621142  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal

Ketua



02 Maret 2020

Drs. H. Ahmad. Widad, M.Sc

NIP. 195512281981021002

Tanggal

Anggota



10 Maret 2020

Aslamia Rosa, S.E., M.Si

NIP. 197205292006042001

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH PENETAPAN HARGA, BAURAN PROMOSI, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN  
JASA TRANSPORTASI *ONLINE GRAB-BIKE* PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS  
PALEMBANG**

Disusun oleh :

Nama : Monika  
NIM : 01011281621142  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 10 Juni 2020 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Palembang, 10 Juni 2020  
Panitia Ujian Komprehensif

Ketua



Drs. H. Ahmad. Widad, M.Sc  
NIP. 195512281981021002

Anggota



Aslamia Rosa, S.E., M.Si  
NIP. 197205292006042001

Anggota



Drs. H. Ahmad Nazaruddin, M.M  
NIP. 195706131985031002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D  
NIP. 197509011999032001

## **SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Monika  
NIM : 01011281621142  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul :

**“PENGARUH PENETAPAN HARGA, BAURAN PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE GRAB-BIKE* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS”**

Pembimbing

Ketua : Drs. H. Ahmad Widad M.Sc  
Anggota : Aslamia Rosa S.E., M.Si  
Tanggal Ujian : 10 Juni 2020

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya.

Palembang, 1 Juli 2020  
Yang membuat pernyataan,

Monika  
NIM. 01011281621142

## ***MOTTO DAN PERSEMBAHAN***

*Dia yang pergi mencari ilmu pengetahuan, dianggap sedang berjuang di jalan Allah sampai dia kembali. (HR. Tirmidzi)*

### **Kupersembahkan Untuk :**

- ❖ Kedua orang tua, Papa dan Emak  
Tercinta
- ❖ Kakak-kakak ku dan Adik tersayang
- ❖ Sahabat dan teman-teman seperjuangan.
- ❖ Para dosen Fakultas Ekonomi Jurusan  
Manajemen Universitas Sriwijaya.
- ❖ Almamater yang ku banggakan.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul Pengaruh Penetapan Harga, Bauran Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi *Online Grab-Bike* Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Sriwijaya. Penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna dalam penulisan skripsi ini yang diharapkan dapat memberikan segala kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan skripsi sehingga dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, mengarahkan serta membimbing demi terwujudnya penyusunan skripsi ini dengan baik.

Palembang, 5 Maret 2020

Monika

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Selama perjalanan dalam penulisan skripsi ini penulis tidak luput dari berbagai hambatan dan rintangan sehingga dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Drs. H. A. Widad, M.Sc selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu guna memberikan bimbingan, arahan serta saran-saran dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Aslamia Rosa, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu guna memberikan bimbingan, arahan serta saran-saran dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak Drs. H. A. Nazaruddin, M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis.
7. Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan memberikan motivasi kepada penulis.
8. Seluruh Dosen pengajar program studi Manajemen Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmunya dalam kegiatan belajar mengajar.
9. Teruntuk Ayah (Jafar) dan Ibu (Amsiah), kalian adalah motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendo'akan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini.

10. Buat ke 5 saudaraku (Saipa, Jamal, Desi, Miranti dan Fadli) serta kakak-kakak ipar (Lakoni, Julita, Darmawan, dan Faisal) terimakasih telah memberikan dukungan dan semangat selama saya masuk kuliah hingga sampai saat ini.
11. Buat 10 keponakanku (Tarisa, Reyvaldi, Revano, Nada, Anandhi, Nazila, Azril, Assyifa, Hafizah, dan Fillio) terima kasih untuk kalian yang selalu memberikan senyuman dan semangat di hari-hariku.
12. Teruntuk Agus Dwi Prasetyo S.Pi terima kasih karena sudah datang di waktu yang tepat, mau berjuang bersama menemaniku hingga menuju sampai kini.
13. Untuk VIMORIZALI (Cipit, Cinjet, Cidek dan Cili) kalian memang teman terbaik dari zaman SMP sampai saat ini.
14. Untuk Baby Shark Peeps Aldona Precilia (Ummi), Dinni Napisa Rahmadhana (Dince), Indah Rahmawati (Bunda) dan Sherin Ayu Dayanti (Depe) yang telah memberikan motivasi, dukungan bahkan membantu selama didunia perkuliahan.
15. Untuk Zaharaini (Bik Ija) yang selalu menemani dan menyemangati selama pembuata skripsi ini.
16. Teman-teman Manajemen angkatan 2016 kampus Palembang, atas dukungan selama didunia perkuliahan.
17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dengan tulus, ikhlas, memberikan do'a serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata saya ucapkan terima kasih banyak untuk semua bantuan yang telah diberikan. Semoga kebaikan yang kalian berikan akan dibalas oleh Allah SWT, Aamiin.

Palembang, 5 Maret 2020

Penulis

Monika

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga ( $X_1$ ), bauran promosi ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terhadap keputusan penggunaan (Y) jasa transportasi *online Grab-Bike* pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Sriwijaya kampus Palembang baik secara parsial dan simultan. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dengan metode *Non Probability Sampling* yaitu *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden. Uji instrumen menggunakan validitas dan reliabilitas. Dalam melakukan pengujian hipotesis menggunakan uji t (parsial), uji F (simultan), dan Analisis Regresi Linear Berganda. Didapatkan hasil uji t (parsial) bahwa variabel penetapan harga ( $X_1$ ) dan bauran promosi ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan sedangkan variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y). Hasil uji F (simultan) bahwa semua variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online *Grab-Bike* pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Sriwijaya kampus Palembang.

## **ABSTRACT**

This study aims to determine how much the influence of price-fixing, promotional mix and service quality toward usage decision online Service Transportation Grab-Bike in Faculty Economics of Sriwijaya University Campus Palembang both partially and simultaneously. The sampling technique used in this research Non Probability Sampling which is purposive sampling. The sample of this research 100 respondents. The instrument test uses validity and reliability. In testing the hypothesis using the t-test (partial), F test (simultaneous), and Multiple Linear Regression Analysis. T-test results obtained (partial) that the price-fixing (X1) and promotional mix (X2) had no significant effect while the service quality variable (X3) had a significant effect on usage decisions (Y). F test results (simultaneous) that all variables significantly influence the decision to use Grab-Bike online transportation services for students of the Faculty of Economics of Sriwijaya University Campus Palembang.

## SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : Monika  
NIM : 01011281621142  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Penetapan Harga, Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi *Online Grab-Bike* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang

Telah kami periksa penulisan, *grammar* maupun susunan *tenses* nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi,

Ketua,

Anggota,



Drs. H. Ahmad. Widad, M.Sc

NIP. 195512281981021002

Aslamia Rosa, S.E., M.Si

NIP. 197205292006042001

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

	Nama	Monika
	NIM	01011381621142
	Tempat Tanggal Lahir	Banyuasin, 07 Maret 1997
	Alamat	Jl. Ogan No 1079 Rt 037 Gang Melati Ilir Barat 1 Bukit Lama Palembang
	Handphone	0898-4029-887
Agama	Islam	
Jenis Kelamin	Perempuan	
Status	Belum Menikah	
Kewarganegaraan	Indonesia	
Tinggi	155 cm	
Berat Badan	49 Kg	
Kegemaran	Bernyanyi	
Email	Monika_100@yahoo.com	
Pendidikan		
2003 – 2009	SD Negeri 3 Banyuasin II	
2009 - 2012	SMP Negeri 1 Banyuasin II	
2012 – 2015	SMK Negeri 1 Palembang	
2016 – 2020	Universitas Sriwijaya	

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>I</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....</b>	<b>II</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>III</b>
<b>SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....</b>	<b>IV</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VIII</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ABSTRAKSI.....</b>	<b>IX</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XVII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XVIII</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II STUDI KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>11</b>
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1. Penetapan Harga .....	11
2.1.2. Bauran Promosi .....	13
2.1.3. Kualitas Pelayanan .....	16

2.1.4. Keputusan Penggunaan .....	17
2.2. Penelitian Terdahulu .....	20
2.3. Kerangka Konseptual .....	23
2.4. Hipotesis .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1. Ruang Lingkup Penelitian .....	25
3.2. Rancangan Penelitian .....	25
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	26
3.3.1. Data Primer .....	26
3.3.2. Data Sekunder .....	26
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.5. Populasi dan Sampel Penelitian .....	26
3.5.1. Populasi .....	26
3.5.2. Sampel .....	27
3.6. Instrumen Penelitian .....	28
3.6.1. Uji Validitas .....	29
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	29
3.7. Teknik Analisis .....	30
3.7.1. Uji t ( Parsial) .....	30
3.7.2. Uji f (Simultan) .....	30
3.7.3. Analisis Regresi Linerar Berganda .....	30
3.8. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
3.8.1. Definisi Operasional .....	31

3.8.2. Pengukuran Variabel .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1. Hasil Uji Instrumen .....	36
4.1.1. Uji Validitas .....	36
4.1.2. Uji Reliabilitas .....	38
4.2. Gambaran Umum Responden .....	39
4.2.1. Profil Responden .....	39
4.2.1.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
4.2.1.2. Karakteristik Berdasarkan Usia .....	40
4.2.1.3. Karakteristik Berdasarkan Jurusan .....	41
4.2.1.4. Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan .....	42
4.2.1.5. Karakteristik Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran .....	43
4.2.1.6. Karakteristik Berdasarkan Sumber Mengetahui Aplikasi Grab .....	45
4.2.1.7. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Grab.....	46
4.3. Analisis Deskriptif Variabel .....	47
4.3.1. Variabel Penetapan Harga (X1) .....	47
4.3.2. Variabel Bauran Promosi (X2) .....	49
4.3.3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3) .....	52
4.3.4. Variabel Keputusan Penggunaan (Y) .....	55
4.4. Hasil Teknik Analisis .....	57
4.4.1. Uji t (Parsial) .....	57
4.4.2. Uji f (Simultan) .....	58
4.4.3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	60

4.5. Pembahasan Hasil Penelitian .....	62
4.5.1. Pengaruh Penetapan Harga (X1) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y) ..	63
4.5.2. Pengaruh Bauran Promosi (X2) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y) ..	65
4.5.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y) .....	66
4.5.4. Pengaruh Penetapan Harga (X1), Bauran Promosi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y) .....	68
4.5.5. Pengaruh Faktor Lainnya Terhadap Keputusan Penggunaan .....	69
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
5.1. Kesimpulan .....	71
5.2. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN .....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Grab Vs Gojek .....	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel .....	32
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Variabel Independen dan Variabel Dependen .....	37
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Penelitian .....	38
Tabel 4.3. Jenis Kelamin Responden .....	40
Tabel 4.4. Usia Reponden .....	41
Tabel 4.5. Asal Jurusan Responden .....	42
Tabel 4.6. Tahun Angkatan Responden .....	43
Tabel 4.7. Rata-Rata Pengeluaran Per Bulan Responden .....	44
Tabel 4.8. Sumber Mengetahui Aplikasi Grab .....	45
Tabel 4.9. Frekuensi Menggunakan Aplikasi Grab .....	46
Tabel 4.10. Tanggapan Respoden Tentang Penetapan Harga (X1) .....	47
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Tentang Bauran Promosi (X2) .....	49
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan (X3) .....	52
Tabel 4.13. Tanggapan Responden Tentang Keputusan Penggunaan (Y) .....	56
Tabel 4.14. Hasil Uji F ANOVA .....	58
Tabel 4.15. Hasil Uji t Coefficients .....	59
Tabel 4.16. Model Summary .....	61

Tabel 4.17. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	61
--	----

### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1. Kekuatan dan Kelemahan Grab & Gojek .....	3
Gambar 1.2. Survey 20 Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.....	4
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....	24

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Transportasi merupakan suatu kegiatan pengangkutan dan pemindahan muatan (terdiri dari manusia dan barang) dari suatu tempat ke tempat lain, dari tempat asal ke tempat lain, atau dari tempat asal ke tempat tujuan (Adisasmita, 2011). Transportasi kini sudah menjadi suatu hal yang sangat penting karena kemudahan dan keefektifannya membantu pekerjaan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pentingnya transportasi tersebut tercermin pada semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa angkutan, mobilitas orang serta barang dari dan ke seluruh pelosok tanah air bahan dari dan ke luar negeri (Kamaludin, 2003). Masyarakat memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap transportasi, karena tanpa transportasi manusia akan kesulitan dalam melakukan segala kegiatannya.

Ketergantungan masyarakat tersebut menimbulkan banyaknya permintaan sarana transportasi, sehingga hal ini menjadi peluang untuk mengembangkan bisnis transportasi yang banyak dibutuhkan saat ini. Perkembangan bisnis transportasi dan perubahan pada proses bisnis transaksi sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat salah satunya dipengaruhi oleh internet. Adanya internet proses bisnis perusahaan berjalan lebih cepat, menghemat waktu dan tidak mengeluarkan biaya yang begitu besar jika dibandingkan dengan berbisnis cara manual.

Berdasarkan hasil studi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang bekerja sama dengan Polling Indonesia bahwa jumlah pengguna internet di

Indonesia pada tahun 2019 tumbuh sebanyak 10,12%. Data lapangan diambil selama periode Maret-April 2019, survei ini melibatkan sampel sebesar 5.900 dengan *margin of error* 1,28%. Hal ini membuat banyaknya para perusahaan memanfaatkan fenomena yang terjadi saat ini, salah satunya banyaknya bermunculan bisnis transportasi online berbasis aplikasi. Beberapa bisnis berbasis aplikasi misalnya Uber, Gojek dan Grab dan lain sebagainya. Salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan saat ini yaitu Grab.

Grab merupakan salah satu aplikasi transportasi *online* yang tersedia di kota Palembang ada beberapa pilihan layanan, yaitu Layanan Taksi *Online* (*Grab-Car*), Layanan Ojek *Online* (*Grab-Bike*), Kurir *Online* (*Grab-Express*) dan Layanan Antar Makanan (*Grab-Food*). Selain itu ada beberapa layanan lainnya seperti pengisian pulsa, pemesanan tiket hotel, membayar tagihan listrik. Salah satu layanan Grab yang sering digunakan yaitu *Grab-Bike*. *Grab-Bike* merupakan layanan kendaraan roda dua yang aman, cepat, mudah didapatkan bagi para penumpang.

Berdasarkan hasil survey yang bersumber dari JawaPos.com sebagai berikut :

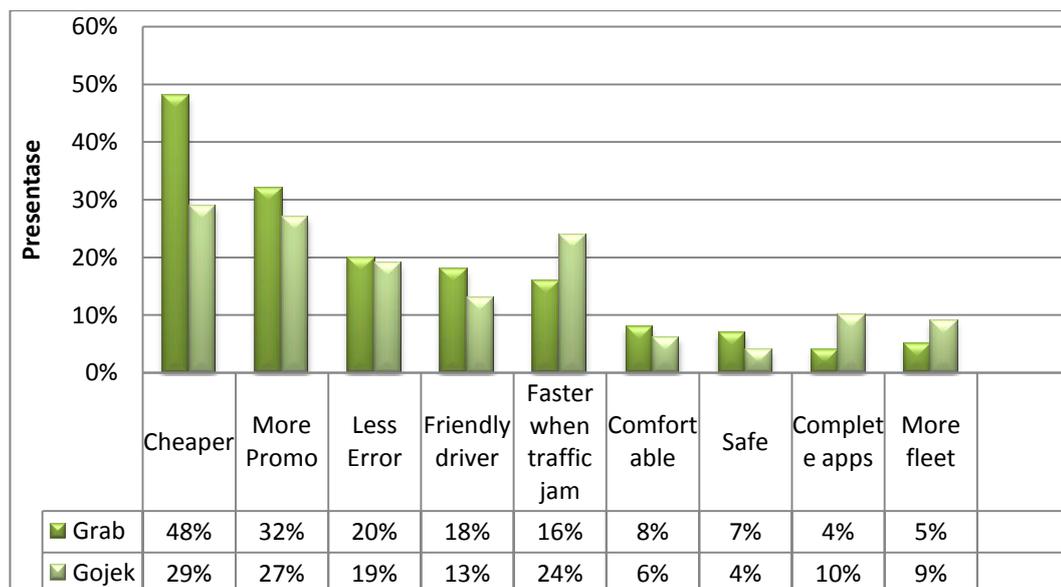
**Tabel 1.1. Grab vs Gojek**

<b>Keterangan</b>	<b>Grab</b>	<b>Gojek</b>
Jumlah unduhan aplikasi	144 Juta	142 Juta
Cakupan mitra pesan antar makanan	178 Juta	370 Juta
Mitra Driver	9 Juta	2 Juta
Cakupan Operasi	204 Kota di 4 Negara	336 Kota di 4 Negara

Sumber : JawaPos.com (2019)

Berdasarkan tabel 1.1 perbandingan antara Grab dan Gojek berdasarkan survey yang dilakukan JawaPos.com bahwa aplikasi Grab lebih unggul pada jumlah unduhan aplikasi dan jumlah mitra driver sedangkan Gojek lebih unggul pada cakupan mitra pesan antar makanan di Indonesia dan jumlah cakupan operasi di berbagai negara. Aplikasi Grab lebih banyak diminati daripada Gojek, walaupun selisihnya hanya berbeda 2 juta pengunduh aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa Grab dan Gojek saling bersaing dalam mencari atau mempertahankan konsumen. Dalam persaingan tentunya masing-masing aplikasi tersebut ada kelebihan dan kekurangan. Berikut ini kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Grab dan Gojek berdasarkan riset oleh *Spire Research and Consulting* :

**Gambar 1.1**  
**Kekuatan dan Kelemahan**  
**Grab dan Gojek**  
**Tahun 2019**



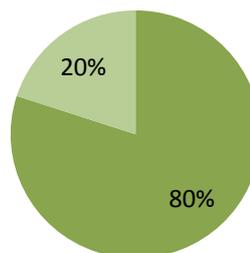
Sumber : Mix.co.id (2019)

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *Spire Research and Consulting* bahwa Grab mempunyai kekuatan pada penetapan harga, promosi dan kualitas *driver* sedangkan Gojek lebih unggul pada kelengkapan fitur aplikasi dan kemampuan kecepatan *driver* dalam menghadapi kemacetan. Riset yang dilakukan kepada 280 responden yaitu kepada pengemudi dan pelanggan ojek online bahwa *brand* yang digunakan dalam tiga bulan terakhir yang paling banyak digunakan yaitu Grab lebih banyak dibandingkan Gojek, hasil riset menunjukkan bahwa 66% responden yang setia pada aplikasi Grab (tanpa menggunakan aplikasi lain selain Grab) dan 44% menggunakan Gojek (hanya Gojek saja tanpa aplikasi lain). Berdasarkan hasil dari riset tersebut, maka peneliti melakukan survey kepada 20 Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya kampus Palembang untuk mengetahui aplikasi mana yang paling banyak diminati mahasiswa. Hasil syrvey tersebut adalah sebagai berikut :

**Gambar 1.2**  
**Survey 20 Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya**  
**Kampus Palembang**

**Mahasiswa Yang Memiliki Aplikasi Transportasi Online**

■ 2 Aplikasi Transportasi Online    ■ 1 Aplikasi Transportasi Online



Sumber : Penelitian Lapangan (2019)

Berdasarkan Gambar 1.2 hasil survei peneliti kepada 20 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya kampus Palembang bahwa 80% yang memiliki 2 aplikasi transportasi *online* (Grab dan Gojek) sedangkan yang memiliki 1 aplikasi (Grab) sebesar 20%. Dengan adanya fenomena tersebut, tentunya akan menimbulkan berbagai macam pendapat dari para pengguna aplikasi transportasi *online*. Perbedaan pendapat inilah yang berpengaruh dengan keputusan penggunaan jasa transportasi *online*, apakah hanya salah satu aplikasi saja yang sering digunakan atau semua aplikasi tersebut sama-sama sering digunakan. Banyaknya bermacam aplikasi transportasi *online* tentu membuat mahasiswa berpikir dan memilih aplikasi mana yang akan digunakannya. Karena setiap aplikasi tidak semua sama dan memiliki perbedaan salah satunya adalah harga.

Harga sebagai sejumlah uang yang dibayarkan untuk suatu produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memiliki atas produk atau jasa tersebut dan memperoleh manfaatnya, strategi dalam penetapan harga meliputi strategi penetapan harga berdasarkan promosi, tersegmentasi, psikologis dan penetapan harga dinamis (Kotler & Armstrong, 2012).

Grab melakukan penetapan harga dengan membandrol harga per km yaitu Rp 2.500 dan biaya minimum Rp 9.000. Grab melakukan strategi pemotongan harga perjalanan dengan menggunakan kode promo atau voucher tertentu, dan kode promo nya bisa berbeda-beda setiap waktu. Untuk wilayah Palembang kode promo *Grab-bike* yang bisa digunakan sampai saat ini yaitu “GRABBAE”. Dengan menggunakan kode tersebut tarif harga awalnya Rp 9.000 menjadi Rp

6.000, namun kode promo tersebut hanya bisa digunakan satu kali dalam sehari dan di jam-jam tertentu tidak berlaku pada saat tingginya permintaan *Grab-bike*.

Suatu perusahaan dalam memasarkan barang atau jasa harus menetapkan harga secara tepat karena harga merupakan satu-satunya unsur dari bauran pemasaran yang memberikan pendapatan harga (Tjiptono, 2011). Selain menggunakan strategi harga untuk tetap bisa menjadi transportasi online yang banyak diminati masyarakat, Grab melakukan berbagai macam bauran promosi.

Bauran promosi merupakan paduan spesifik periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan (Kotler & Keller, 2010)

Promosi adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual (Kotler & Armstrong, 2012). Promosi yang dilakukan oleh Grab lebih terlihat gencar jika dibandingkan dengan yang dilakukan aplikasi transportasi online lainnya. Untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas Grab melakukan promosi melalui iklan dengan berbagai media seperti iklan televisi, media sosial, *website*, *billboard* dan lain sebagainya. Grab juga bekerja sama dengan perusahaan transaksi digital yaitu OVO. Promosi khusus juga diberikan bagi para pengguna aplikasi Grab yang menggunakan OVO untuk transaksi pembayaran dan mendapatkan potongan harga dari harga pembayaran tunai.

Adanya banyak promosi dan pelayanan unggul yang diberikan oleh Grab, pelanggan atau penumpang memperoleh banyak keuntungan dan kemudahan. Keuntungan yang didapatkan pelanggan yaitu dengan diskon bisa menghemat biaya perjalanan selama menggunakan Grab, kemudahannya yaitu kemudahan menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran. Kemudian sebelum melakukan pemesanan, pelanggan dapat mengetahui tarif yang muncul pada tampilan layar aplikasi sehingga pelanggan dapat mempersiapkan uangnya terlebih dahulu. Yang paling penting yaitu keselamatan penumpang yang dijamin oleh Grab karena dipantau melalui *GPS (Global Positioning System)*, hal-hal tersebut dilakukan oleh Grab untuk menjaga kualitas pelayanannya terhadap konsumen.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainnya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2009). Kualitas pelayanan dapat dinilai mulai dari cara komunikasi antara tukang ojek online dengan konsumennya, mampukah menjalin komunikasi yang baik, menjamin keamanan dan kenyamanan penumpang selama diperjalanan.. Kemudian dari penampilan tukang ojek *online*, apakah tukang ojek tersebut memakai seragam dan apakah seluruh atribut seperti helm penumpang sesuai dengan helm yang telah ditetapkan oleh Grab.

Menurut Wibosono (2006) bahwa kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan yaitu apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Suatu kualitas pelayanan dikatakan ideal apabila jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka sebaliknya jika jasa yang diterima buruk

maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Untuk memenuhi kepuasan konsumen maka perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan yang berupa kecepatan tanggap, keramahtamahan dan kemudahan dalam melakukan suatu pembelian dan pemakaian sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Banyaknya jasa transportasi online menyebabkan ketatnya persaingan dalam mendapatkan pelanggan. Pelanggan akan sangat mempertimbangkan memilih jasa transportasi berdasarkan kualitas dan penawaran menarik dan baru kemudian mengambil keputusan aplikasi transportasi *online* yang akan digunakan.

Keputusan konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian tentu saja tidak lepas dari kebutuhan konsumen akan barang atau jasa tersebut. Keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. Beberapa tahapan tersebut yaitu mulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku sesudah pembelian (Kotler, 2007).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rafael (2017) yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap *Brand Image* Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis *Online*” bahwa semua variabel berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan transportasi berbasis online.

Menurut penelitian oleh Siti Dianti (2017) yang berjudul “Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Angkutan Gojek Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Syarif Hidayatullah Jakarta” bahwa harga, pelayanan dan promosi berpengaruh

signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online Gojek. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat menjadi sumber pendukung dalam penelitian ini.

Sehubungan identifikasi masalah dan survei yang telah diuraikan bahwa perilaku atau fenomena yang terjadi bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya kampus Palembang cenderung lebih banyak memiliki 2 aplikasi transportasi berbasis *online*. Ada beberapa kemungkinan pertimbangan yang dilakukan sebelum melakukan pemesanan misalnya harga, promosi dan kualitas pelayanan maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Penetapan Harga, Bauran Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi *Online Grab-Bike* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang”.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh penetapan harga, bauran promosi, dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi *online Grab-Bike* ?
2. Adakah pengaruh penetapan harga, bauran promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi *online Grab-Bike* ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh penetapan harga, bauran promosi, dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi *online Grab-Bike*
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh penetapan harga, bauran promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi *online Grab-Bike*

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian maka manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan keilmuan dan dapat menjadi salah satu sumber referensi bagi peneliti lain ataupun penelitian yang dilakukan di masa mendatang.

#### **2. Manfaat Praktisi**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan berupa saran dan informasi kepada pihak manajemen perusahaan Grab dalam melakukan strategi pemasaran dan dapat menjadi pertimbangan bagi pembeli dalam memilih aplikasi transportasi *online*, pelanggan dapat mengukur seberapa baik pelayanan dalam menggunakan aplikasi Grab.

## Daftar Pustaka

- Adisasmita, Rahardjo. (2010). Dasar-dasar Ekonomi Transportasi. Edisi Pertama Mei. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Alma, Buchari. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Aptaguna, Angga dan Pitaloka E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa Gojek. Volume 3. Jakarta
- Dianti, Siti. (2017). Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Angkutan Gojek Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Syarif Hidayatullah. Program Sarjana Ilmu Ekonomi, Universitas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kamaludin, Rustian. (2003). Ekonomi Transportasi (karakteristik, teori, dan kebijakan). Jakarta. Ghalia Indonesia
- Kotler, P., & Kevin L Keller. (2010). Manajemen Pemasaran (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip. (2007). Manajemen Pemasaran. Terjemahan. Edisi 10. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., & Amstrong, Gary. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Leksono, R., & Herwin, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap *Brand Image* Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis *Online*. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Jakarta.

- Nafian, Syukron. (2016). Analisis Pengaruh Promosi, Kepercayaan Merek, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Soul. Jakarta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah
- Petter & Olson. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh : Diah Tantri Dwiandini. Jakarta : Salemba Empat
- Sari Kartika, Devi. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Go-Jek. Institut Pertanian Bogor.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho. (2010). Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen. Jakarta : Kencana Prenada Media
- Setiyaningrum, Ary. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta : Andi
- Simamora, B. (2003). Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan rofitabel. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Situmorang, S.H., & Lufti, M. (2014). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan : USU Press.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian* . Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Brand Management dan Strategy*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy.(2009). Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian.  
Yogyakarta: Andi

Wibosono, Dermawan. (2006). Manajemen Kinerja, Konsep, Desain dan Teknik  
Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Jakarta : Erlangga

## **ARTIKEL**

<https://mix.co.id/marcomm/news-trend/ride-hailing-services-in-indonesia/>

<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>

<https://www.jawapos.com/ekonomi/bisnis/13/05/2019/menakar-plus-minus-regulasi-anyar-tarif-ojek-online/>