

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, BRAND
IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA GRAB DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh :

Frisilla sipayung

180910221

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM**

2021

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, BRAND
IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA GRAB DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



Oleh :

Frisilla sipayung

180910221

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM**

2021

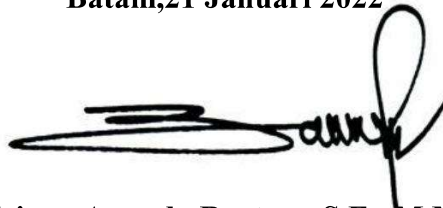
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, BRAND
IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA GRAB DI KOTA BATAM**

**untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Frisilla Sipayung
180910221**

**Telah disetujui Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 21 Januari 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Triana Ananda Rustam', written over a horizontal line.

**Triana Ananda Rustam, S.E., M.M
Pembimbing**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Friscill Sipayung
NPM : 180910221
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Produk Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "SKRIPSI" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GRAB DI KOTA BATAM Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undang yang berlaku.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 21 Januari 2022



Friscilla Sipayung
180910221

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, *brand image*, dan promosi terhadap keputusan pembelian jasa grab di kota Batam. Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner terhadap 204 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai R square sebesar 0,793 atau 79,3% dari hasil tersebut diketahui kualitas pelayanan, brand image dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 79,3% dan selebihnya sebesar 0,207 atau 20,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Hasil pada uji t kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikan $0,232 > 0,05$ dan t hitung $1,199 < t$ tabel 1,971 artinya bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel brand image mempunyai nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan t hitung $4,111 < t$ tabel 1,971 artinya yaitu variabel brand image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel promosi mempunyai nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan t hitung $9,735 > t$ tabel 1,971 artinya yaitu bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji F hasil yang diperoleh nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung 255,044 $>$ nilai F tabel 3,04 artinya bahwa variabel kualitas pelayanan, brand image dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : **Kualitas Pelayanan, Brand Image, Promosi, Keputusan Pembelian**

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, brand image, and promotion on purchasing decisions for grab services in the city of Batam. The research method used in this research is descriptive research method with a quantitative approach. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to 204 respondents. The results of this study indicate that the value of R square is 0.793 or 79.3%. From these results it is known that service quality, brand image and promotion affect purchasing decisions by 79.3% and the remaining 0.207 or 20.7% is influenced by other variables outside the study. . The results on the service quality t test have a significant value of $0.232 > 0.05$ and t count $1.199 < t$ table 1.971 meaning that the service quality variable has no significant effect on purchasing decisions. The brand image variable has a significant value of $0.000 < 0.05$ and t count $4.111 < t$ table 1.971 , meaning that the brand image variable has a significant effect on purchasing decisions. The promotion variable has a significant value of $0.000 < 0.05$ and t count $9.735 > t$ table 1.971 meaning that promotion has a significant effect on purchasing decisions. Based on the F test results, the significance value is $0.000 < 0.05$ and the calculated F value is $255.044 >$ the F table value is 3.04 , meaning that the variables of service quality, brand image and promotion simultaneously have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Promotion, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa telah melimpahkan Berkah dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul : Pengaruh kualitas pelayanan, Brand Image Dan Promosi Grab Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab Di kota Batam. Adapun tujuan proposal ini adalah sebagai kelengkapan tugas dalam memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana pada jurusan Manajemen Bisnis di Universitas Putera Batam.

Dalam penulisan proposal ini penulis banyak mengalami hambatan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

- Ibu Dr.Nur Elfi Husda,S.Kom.,M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam
- Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H
- Ibu Mauli Siagian,S.Kom.,M.Si. selaku ketua program Ilmu Sosial dan Humaniora
- Triana Ananda Rustam,S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing skripsi penulis yang telah banyak memberikan motivasi selama penulis dalam perkuliahan
- Seluruh Dosen dan Staf-Staf Universitas Putera Batam
- Teristimewa kepada kedua orangtua, untuk Ayahanda tercinta M.Sipayung dan Ibunda tersayang L.Manurung yang telah memberikan doa,kasih saying,motivasi,nasehat,dan pengorbanan yang tidak ternilai oleh penulis,baik dukungan moral maupun material. Doa dan dukungan adalah semangat dan kekuatan untukku.
- Abang(Pebri wanser Sipayung dan keluarga), abang (Tuanser Sipayung dan keluarga), kakak ku tersayang(Dimpley Sipayung dan keluarga), adik ku tersayang (Fidella Sipayung).

Akhir kata kiranya Tuhan membalas kebaikan kepada semua orang yang telah memberikan bantuan tersebut. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya jurusan Manajemen fakultas ilmu sosial dan humaniora Universitas Putera Batam.

Batam,21 Januari 2022



Friscilla sipayung
NPM180910221

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.2 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Perumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Teori	15
2.2. Penelitian Terdahulu	28
2.3. Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis.....	33
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Sifat Penelitian	35
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.5 Sumber Data.....	38
3.6 Metode Pengumpulan Data	39
3.7 Defenisi operasional Variabel Penelitian.....	39
3.8 Metode Analisis Data	41

3.9 Uji Hipotesis	47
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1.Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.2.Deskripsi Karakteristik Responden.....	50
4.3.Deskripsi Jawaban Responden.....	54
4.4.Hasil Uji Kualitas Data	57
4.5.Pembahasan.....	69
4.6.Implikasi Hasil Penelitian	71
BAB V.....	75
SIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1. Simpulan	75
5.2. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	78

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pendukung Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 3 Olahan SPSS 25

Lampiran 4 R Tabel

Lampiran 5 F Tabel

Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 7 Surat Izin Penelitian

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Promo Grabfood Dengan Gofood.....	21
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	36
Tabel 3. 2 Skala Likert	39
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Penelitian.....	41
Tabel 3. 4 Rentang Skala	43
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Umur	51
Tabel 4. 3 Profil Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	53
Tabel 4. 6 Hasil Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	54
Tabel 4. 7 Hasil Pernyataan Variable <i>Brand Image</i> (X2)	55
Tabel 4. 8 Hasil Pernyataan Variable Promosi (X3).....	56
Tabel 4. 9 Hasil Pernyataan Variable Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Realibilitas.....	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji One-Sample KS Test.....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolonearitas.....	63
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi R ²	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji T.....	67
Tabel 4. 17 Uji F	68

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Jacob Cohen	31
Rumus 3.2 Rentang Skala	36
Rumus 3.3 Pearson Product Moment	38
Rumus 3.4 Alpa Cronbach	39
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda	40
Rumus 3.6 F Hitung	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jasa Transportasi Online Yang Paling Sering Digunakan.....	4
Gambar 1. 2 Komentar Kualitas Pelayanan Grab	7
Gambar 1. 3 Komentar Brand Image Grab	8
Gambar 1. 4 Komentar Promosi Grab	10
Gambar 1. 5 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4. 1 Histogram Hasil Uji Normalitas.....	61
Gambar 4. 2 Diagram Normal P-P Plot hasil Uji Normalitas	61
Gambar 4. 3 Uji Scatterplot	64