

**PENGARUH KOMITMEN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA JASA TRANSPORTASI
ONLINE (GOJEK) (STUDI PADA MAHASISWA UNSADA)**

***INFLUENCE OF COMMITMENT AND TRUST ON CUSTOMER
LOYALTY USING ONLINE TRANSPORTATION SERVICES
(GOJEK) (STUDY ON UNSADA STUDENTS)***

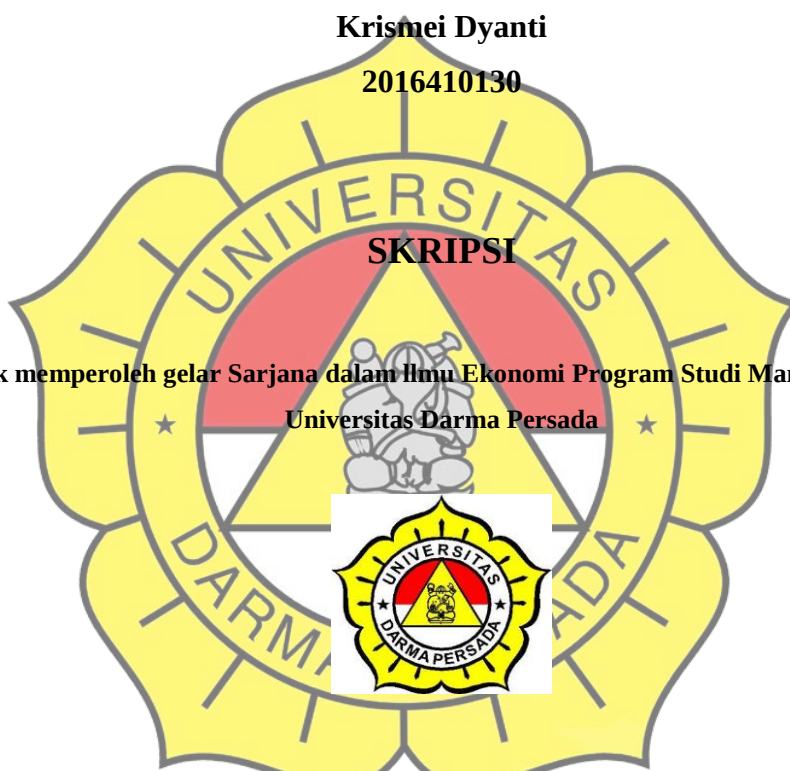
Oleh

Krismei Dyanti

2016410130

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada



PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2020



LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Krisme Dyanti

NIM : 2016410130

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : PENGARUH KOMITMEN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA
JASA TRANSPORTASI ONLINE (GOJEK)
(STUDI PADA MAHASISWA UNSADA)

Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia
penguji skripsi pada tanggal 11 Agustus 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing

(Dian Anggraeni Rahim, SE, Msi)

(Dr. Firsan Nova, SE, MM)

**PENGARUH KOMITMEN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA JASA TRANSPORTASI
ONLINE (GOJEK)
(STUDI PADA MAHASISWA UNSADA)**

**INFLUENCE OF COMMITMENT AND TRUST ON CUSTOMER
LOYALTY USING ONLINE TRANSPORTATION SERVICES
(GOJEK)
(STUDY ON UNSADA STUDENTS)**

Oleh

Krismei Dyanti

2016410130

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam ilmu

Ekonomi Konsentrasi Manajemen pada

Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal

Seperti tertera dibawah ini

Jakarta, 11 Agustus 2020

Dr. Firsan Nova, SE,MM

Pembimbing

Drs. Fauzi Baisyir, MM

Penguji I

Resa Nurlaela Anwar, SE.,MM

Penguji II

Dr. Firsan Nova, SE,MM

Penguji III

Mu'man Nuryana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi

Dian Anggraeni Rahim, SE, Msi

Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Krisme Dyanti

NIM : 2016410130

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap *Customer Loyalty* Pengguna Jasa Transportasi Online (Gojek) Studi Pada Mahasiswa Unsada** yang dibimbing oleh Dr. Firsan Nova, SE, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 11 Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan,

Krisme Dyanti

ABSTRACT

This study was proposed to find out how much influence is commitment (X1) and trust (X2) on customer loyalty (Y) users of Gojek online transportation services. Data collection methods used in this study by giving questionnaires to 100 respondents, namely students of the University of Darma Persada who have used Gojek by using purposive sampling to determine the response of respondents to each variable contained in this study. The analysis technique in this study uses simple linear regression analysis and multiple linear regression.

The results showed that there was a significant effect between commitment (X1) and trust (X2) on customer loyalty (Y) of Gojek online transportation service users. The amount of influence is 0.398 where 39.8% customer loyalty of Gojek online transportation service users can be explained or influenced by commitment and trust. Then the remaining 60.2% can be explained or influenced by other variables not examined.

Keywords: Commitment, Trust, Customer Loyalty

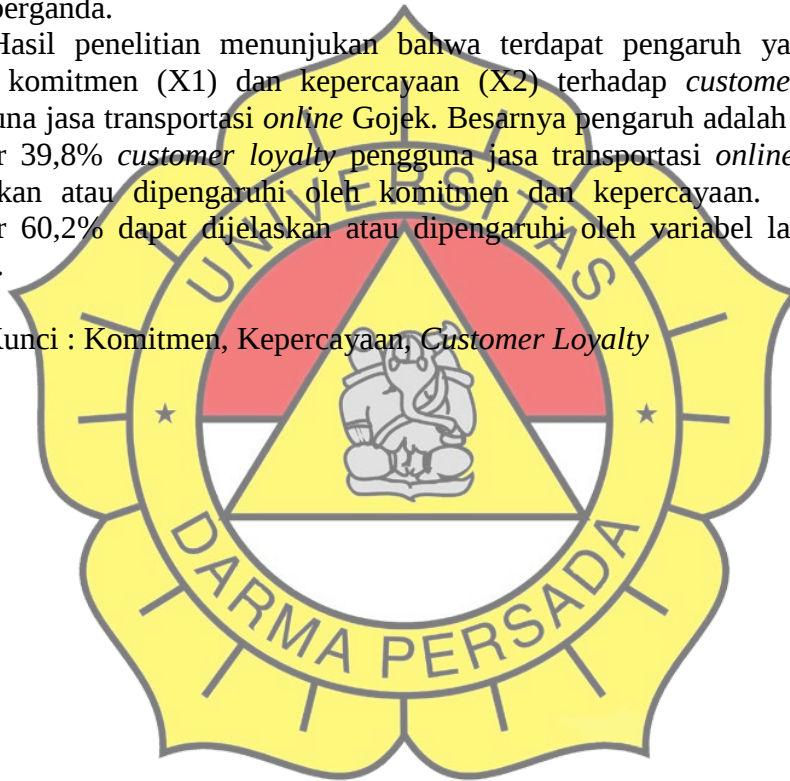


ABSTRAK

Penelitian ini diajukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komitmen (X1) dan kepercayaan (X2) terhadap *customer loyalty* (Y) pengguna jasa transportasi *online* Gojek. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara memberikan kuesioner terhadap 100 responden yaitu mahasiswa/I Universitas Darma Persada yang pernah menggunakan Gojek dengan menggunakan *purposive sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dan linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara komitmen (X1) dan kepercayaan (X2) terhadap *customer loyalty* (Y) pengguna jasa transportasi *online* Gojek. Besarnya pengaruh adalah 0,398 dimana sebesar 39,8% *customer loyalty* pengguna jasa transportasi *online* Gojek dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh komitmen dan kepercayaan. Lalu sisanya sebesar 60,2% dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Komitmen, Kepercayaan, *Customer Loyalty*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Customer Loyalty Pengguna Jasa Transportasi Online (Gojek) Studi Pada Mahasiswa Unsada”**. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan penulis dalam menyerap semua ilmu yang diterima. Penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyajikan skripsi ini kepada pembaca sehingga memberikan manfaat bagi para pembaca. Dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak, diantaranya :

1. Bapak Dr. Firsan Nova, SE, MM selaku Dosen Pembimbing penulisan skripsi ini, terimakasih telah meluangkan waktu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dian Anggraeni Rahim, SE, Msi selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dalam proses belajar selama masa perkuliahan.
5. Seluruh *staff* Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Dukungan dari keluarga terutama, Mamak dan Bapak yang selalu ada dan yang tiada hentinya dalam memberikan seluruh jiwa raga, tenaga, pikiran serta kasih sayang yang amat sangat besar kepada penulis.
7. Terimakasih untuk Vicky Yanuar Dias yang selalu menemani dan selalu ada, untuk memberikan motivasi, tenaga, dan dukungan dalam membantu saya sehingga semuanya berjalan dengan baik. Terimakasih untuk waktu yang diuangkan selama ini dalam perjalanan penulisan skripsi selama ini.
8. Terimakasih kepada teman - teman terdekat dari forum Queen Bee dan Rahasia Negara untuk selalu mendengar keluh kesah selama ini, selalu memotivasi dan membantu saya selama penulisan.
9. Untuk seluruh teman – teman di Kamikaze (UKM Basket) yang selama ini selalu menjadi keluarga saya di Universitas Darma Persada dalam memecahkan masalah dan menghabiskan waktu bersama.
10. Untuk teman seperjuangan Manajemen angkatan 2016, Euis Novita, Nuroktawiani dan Rossy Sylvia. Terimakasih telah mengisi hari – hari serta bantuannya selama saya menuntut ilmu di bangku kuliah.

Dengan kerendahan hati, penulis menerima saran maupun kritik yang konstruktif dari siapapun. Walaupun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 11 Agustus 2020

Krismei Dyanti



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTARCT.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB I : PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi, Pembahasan dan Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Kegunaan Penelitian	12
 BAB II : LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	 13
2.1. Pemasaran	13
2.1.1 Definisi Pemasaran	13
2.1.2 Definisi Strategi Pemasaran.....	14
2.1.3 Bauran Pemasaran	16
2.2. Komitmen	17
2.2.1 Definisi Komitmen	17
2.2.2 Faktor - faktor yang Mempengaruhi Komitmen.....	18
2.2.3 Aspek - aspek Komitmen.....	19
2.2.4 Dimensi Komitmen.....	20
2.3. Kepercayaan	21
2.3.1 Definisi Kepercayaan.....	21
2.3.2 Jenis - jenis Kepercayaan.....	23
2.3.3 Faktor - faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	24
2.3.4 Proses Timbulnya Kepercayaan	25
2.3.5 Dimensi Kepercayaan	27
2.4. <i>Customer Loyalty</i>	28
2.4.1 Definisi <i>Customer Loyalty</i>	28
2.4.2 Atribut Pembentuk <i>Customer Loyalty</i>	30
2.4.3 Manfaat <i>Customer Loyalty</i>	31
2.4.5 Dimensi <i>Customer Loyalty</i>	33
2.5. Definisi Transportasi <i>Online</i> (GOJEK)	20
2.6. Penelitian Terdahulu	21
2.7. Kerangka Pemikiran	23

2.8. Hipotesis	25
----------------------	----

Halaman

BAB III : METODELOGI PENELITIAN	40
3.1. Metode Yang Digunakan	40
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian	41
3.3. Operasionalisasi Variabel	41
3.4. Sumber dan Cara Penentuan Data Informasi	44
3.4.1 Sumber dan Jenis Data.....	44
3.4.2 Cara Penentuan Data.....	45
3.5. Teknik Pengumpulan Data	48
3.5.1. Kuesioner	48
3.6. Rencana Analisis dan Uji Hipotesis	51
3.6.1 Uji Keabsahan Data	51
3.6.2 Alat Analisis Data.....	52
3.6.3 Uji Hipotesis	55
BAB IV : HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH	57
4.1 Gambaran Umum Gojek	57
4.1.1 Profil Gojek	57
4.1.2 Sejarah Berdirinya GOJEK.....	58
4.1.3 Jenis Layanan Jasa Pada GOJEK	58
4.1.4 Sistem Pembayaran.....	59
4.1.5 Logo Gojek	59
4.2 Hasil Penelitian Karakteristik/Profil Responden.....	60
4.2.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.2.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.2.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Fakultas.....	62
4.2.4 Perhitungan Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.2.5 Perhitungan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
4.2.6 Perhitungan Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	64
4.2.7 Perhitungan Responden Berdasarkan Frekuensi penggunaan Gojek dalam 6 (enam) bulan terakhir.....	65
4.2.8 Perhitungan Responden Berdasarkan Alasan menggunakan aplikasi Gojek.....	66

4.3 Hasil Penelitian Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Yang Diteliti	67
---	----

Halaman

4.3.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Tanggapan Butir Pertanyaan Variabel Komitmen (X1)	67
4.3.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Tanggapan Butir Pertanyaan Variabel Kepercayaan (X2)	68
4.3.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Tanggapan Butir Pertanyaan Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	70
4.4 Hasil Uji Validitas	71
4.4.1 Hasil Uji Validitas Komitmen	71
4.4.2 Hasil Uji Validitas Kepercayaan	72
4.4.3 Hasil Uji Validitas <i>Customer Loyalty</i>	73
4.4 Uji Reliabilitas	74
4.4.1 Hasil Uji Reliabilitas Komitmen.....	74
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan.....	74
4.4.3 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i>	75
4.5 Analisis Korelasi.....	76
4.5.1 Hasil Correlation Komitmen Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	76
4.5.2 Hasil Correlation Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	77
4.5.3 Hasil Correlation Komitmen dan Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	78
4.6 Koefisien Determinasi (R^2)	79
4.6.1 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Komitmen Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	79
4.6.2 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	80
4.6.3 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	81
4.7 Hasil Uji Hipotesis	82
4.7.1 Hasil Uji T (Parsial) Pengaruh Komitmen Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	82
4.7.2 Hasil Uji T (Parsial) Pengaruh Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	84

4.7.3 Hasil Uji F (Simultan) Pengaruh Komitmendan Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	85
4.8 Analisis Regresi Linier Sederhana	86
4.8.1 Pengaruh Komitmen terhadap <i>Customer Loyalty</i>	86
4.8.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap <i>Customer Loyalty</i>	87
4.9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
4.9.1 Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan terhadap <i>Customer Loyalty</i>	88
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95



DAFTAR TABEL

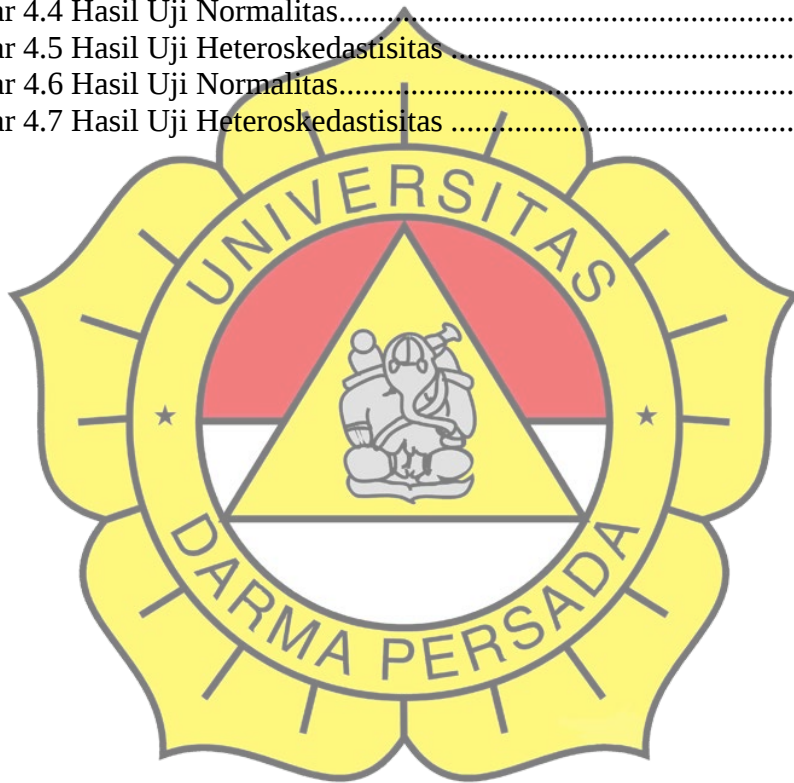
	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	42
Tabel 3.2 Skala Likert	49
Tabel 3.3 Koefisien Determinasi R^2	55
Tabel 4.1 Jenis Layanan Jasa Pada Gojek	58
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Fakultas	62
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	65
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Gojek Dalam 6 (Enam) Bulan Terakhir	66
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Aplikasi Gojek	67
Tabel 4.10 Butir Pertanyaan Pada Variabel Komitmen (X1)	68
Tabel 4.11 Butir Pertanyaan Pada Variabel Kepercayaan (X2)	69
Tabel 4.12 Butir Pertanyaan Pada Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y)	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Komitmen	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Kepercayaan	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas <i>Customer Loyalty</i>	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Komitmen	74
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i>	76
Tabel 4.19 Hasil Correlation Komitmen Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	77
Tabel 4.20 Hasil Correlation Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	78
Tabel 4.21 Hasil Correlation Komitmen dan Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	79
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Komitmen Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	80
Tabel 4.23 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	81
Tabel 4.24 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Komitmen dan Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	82
Tabel 4.25 Hasil Uji T Komitmen Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	83
Tabel 4.26 Hasil Uji T Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	84
Tabel 4.27 Hasil Uji F Komitmen dan Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	85

Tabel 4.28 Hasil Coefficient Komitmen Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	86
Tabel 4.29 Hasil Coefficient Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	88
Tabel 4.30 Hasil Coefficient Komitmen dan Kepercayaan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	89
Tabel 4.31 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	91



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia tahun 2018	2
Gambar 1.2 Logo GOJEK (2020)	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Logo GOJEK (2020)	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	68
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	71
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas	77
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas	85
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	89



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel Komitmen.....	108
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Kepercayaan	111
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Customer Loyalty	115
Lampiran 5 Hasil Output SPSS	118
Lampiran 6 T Tabel	121
Lampiran 7 F Tabel	125
Lampiran 8 R Tabel	128
Lampiran 9 Bukti Penyebaran Kuesioner	131
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	133

