

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA TRANSPORTASI
GRAB**

**(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Islam
Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

NUR HASANAH

NPM. 21701081271



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

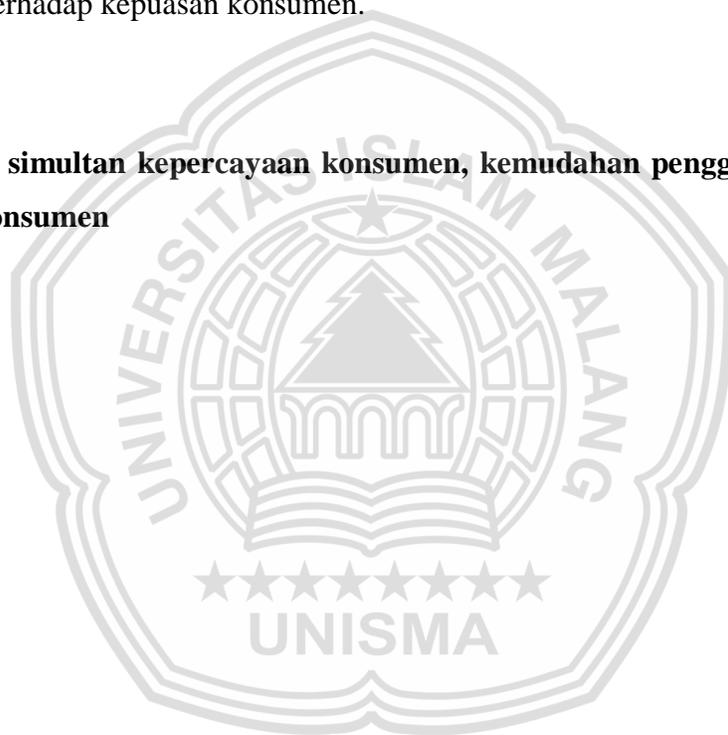
2021



ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan hal utama yang harus diperhatikan dalam perusahaan agar berjalan dengan optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan konsumen, kemudahan penggunaan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi grab. Dari hasil penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut: (1) secara simultan kepercayaan konsumen, kemudahan penggunaan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (2) secara parsial kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (3) secara parsial kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (4) secara parsial penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: secara simultan kepercayaan konsumen, kemudahan penggunaan, penetapan harga, kepuasan konsumen



ABSTRACT

Customer satisfaction is the main thing that must be considered in the company so that it runs optimally. This study aims to examine the effect of consumer trust, ease of use and pricing on consumer satisfaction of grab transportation services. From the results of this study obtained the following results: (1) simultaneously consumer confidence, ease of use and pricing on consumer satisfaction. (2) partially consumer trust has an effect on consumer satisfaction. (3) partially ease of use has an effect on consumer satisfaction. (4) partially the price fixation has an effect on consumer satisfaction.

Keywords: *simultaneously consumer confidence, ease of use, price, consumer satisfaction*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini sudah merambat ke dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Setiap saat tak lepas dari penggunaan teknologi informasi. Saat ini teknologi informasi telah masuk ke dalam dunia jasa transportasi. Hal ini karena teknologi informasi yang kinerjanya disupport internet sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, baik di bidang pendidikan, sosial, politik, budaya, agama sampai kebutuhan pribadi dan rumah tangga.

Kepuasan dalam memenuhi kebutuhan sangat membutuhkan transportasi. Di Indonesia banyak sekali jasa transportasi yang menjadi alternatif dan juga menjadi pilihan masyarakat di Indonesia, hal ini disebabkan karena mobilitas masyarakat yang setiap hari semakin tinggi. Salah satu jenis jasa transportasi yang berkembang di Indonesia ialah jasa transportasi Grab. Grab masih jadi primadona bagi masyarakat Indonesia, itu semua karena Grab mampu menjangkau tempat-tempat yang tidak dapat dijangkau kereta api terlebih lagi pesawat.

Lahirnya Grab sebagai salah satu pionir dalam perkembangan transportasi berbasis aplikasi pada beberapa wilayah di Indonesia. Perkembangan Grab yang makin pesat didukung dengan minat konsumen yang semakin tinggi akan transportasi berbasis aplikasi tersebut (Rivai, Suneni and Febrilia, 2019). Layanan Grab secara umum sangat banyak diminati kalangan masyarakat, yang terdiri dari pekerja ataupun mahasiswa. Jasa transportasi Grab menawarkan beberapa fitur layanan yang sangat mudah digunakan bagi penggunanya sehingga aspek kemudahan tersebut memberikan kepuasan. Representatif perkembangan teknologi yang begitu berdampak terhadap peningkatan layanan yang diberikan Grab seperti

Grab *Bike*, Grab *Car*, Grab *Ekspress*, Grab Food dan fitur lainnya telah banyak dirasakan semua kalangan tidak terkecuali juga pada mahasiswa (Nugroho et al., 2019).

Pentingnya mempertahankan kepercayaan diperlukan semangat yang kuat untuk mengelola hal tersebut. Salah satu kendala yang terjadi pada aspek kepercayaan salah satunya adalah kepercayaan akan faktor keselamatan dalam berkendara. Oleh karena itu, perlu adanya sosialisasi dari perusahaan terkait faktor keselamatan bagi konsumen kepada setiap driver. Aspek safety riding merupakan salah satu komponen penting untuk meningkatkan kepercayaan pengguna Grab.

Selain kepercayaan yang harus diperhatikan, kemudahan penggunaan juga perlu diperhatikan, Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) atau teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna (Davis dalam Andryanto, 2016: 26).

Layanan yang demikian luas membantu konsumen untuk memudahkan dalam beraktivitas. Grab sebagai perusahaan terus meningkatkan layanan dengan penyempurnaan aplikasi yang mudah digunakan oleh konsumen, selain itu, Grab juga memberikan gimmick marketing berupa promosi potongan harga makan yang dibeli dan Grab membuat akun keuangan pribadi konsumennya dengan syarat-syarat tertentu.

Aspek harga merupakan salah satu hal yang sangat krusial bagi para pengguna transportasi. Aplikasi jasa transportasi Grab juga menyediakan alternatif bagi konsumen untuk memilih metode pembayaran dengan pilihan tunai dan non tunai melalui aplikasi-aplikasi tertentu. Minat konsumen akan muncul ketika banyaknya alternatif pilihan yang ditawarkan aplikasi kepada konsumen (Suleman, Zuniarti and Sabil, 2013).

Begitu juga dengan tarif harga, penetapan harga juga memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Kepuasan pelanggan dapat terbentuk karena harga yang harus dibayarkan sesuai dengan apa yang diharapkan (Hutasoit, Fauzi and Gultom, 2019). Sensitivitas harga menimbulkan proses akselerasi dalam penyesuaian diri untuk menerima kondisi naik dan turunnya harga suatu produk barang atau jasa.

Maka dari uraian diatas penulis tertarik untu malakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Grab (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Islam Malang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh kepercayaan konsumen, kemudahan penggunaa, dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen Jasa Transportasi Grab?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen jasa Jasa Transportasi Grab?
3. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen Jasa Transportasi Grab?
4. Bagaimana pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen Jasa Transportasi Grab?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen, kemudahan penggunaan, dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen Jasa Transportasi Grab.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen Jasa Transportasi Grab.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen Jasa Transportasi Grab.
4. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen Jasa Transportasi Grab.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan transportasi Grab diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran berupa Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen kepada manajemen
2. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat sebagai acuan atau referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik simpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan dan Penetapan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan Konsumen berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen.
4. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Penetapan Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Objek pada penelitian ini hanya pada satu objek yaitu Jasa Transportasi Grab.

2. Variabel independen yang digunakan hanya Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan dan Penetapan Harga.
3. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner, yang dalam hal ini menggunakan google form, yang terkadang diluar kriteria responden ikut mengisinya.

5.3 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan saran pada perusahaan, yaitu:

1. Untuk selalu memperhatikan kenyamanan dan keamanan untuk konsumen dari Jasa Transportasi Grab.
2. Jika ingin menetapkan harga diharapkan untuk menyesuaikan dengan harga yang bisa dijangkau oleh konsumen.
3. Variabel kepuasan konsumen dapat diperbaiki dengan cara meningkatkan pengetahuan terhadap kebutuhan konsumen.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan saran pada peneliti selanjutnya, yaitu

1. Studi kasus penelitian diperluas misalnya pengguna Jasa Transportasi Grab Malang Raya.
2. Dapat menggunakan variabel lain seperti kualitas jasa dan promosi.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan sampel dan memperluas objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Guspul. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)*, Jurnal PPKM UNSIQ, 40-54.
- Andryanto, R. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online (Studi Empiris yang Dilakukan Pada OLX.co.id di Yogyakarta)*. Skripsi Sarjana Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Anggriana, Rina. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Ojek” Jember*.
- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asterik-Plasmeijer, Pauline W.J. van and Willem Frederik van Raaij , (2017)," *Banking system trust, bank trust, and bank loyalty*. ",International Journal of Bank Marketing, Vol. 35
- Basu Swastha. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE
- Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Davis, F. D., (1986). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly. Vol. 13 No. 3. h. 319-40.
- Dua Lembang, Rosvita. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaa terhadap Keputusan Pembelian Teh siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. *Jurnal Pemasran*
- Fatimah, Riska. 2019. *Pengaruh harga, kualitas layanan, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Grab Bike di Surabaya*.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit UniversitasDiponegoro.
- Hanuraga, Risang. 2011. *Pengaruh Kebermanfaatan dan Kemudahan E-Learning Be Smart Terhadap Penerimaan Pengguna Pada Mahasiswa Akuntansi UNY*.
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. (2010) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11th edition. M

- Hufron, M.. 2019. *Pengaruh kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan*.
- Hutasoit, A. H., Fauzi, A. and Gultom, P. 2019. 'The Effect of Tariffs and Service Quality on Customer Satisfaction That Affects of The Customer Loyalty of Medan City Using Grab-Car Transportation'. *Journal of Business and Management*, 21(5), pp. 36–45. doi: 10.9790/487X-2105103645.
- Indrawan dan Yaniawati. 2016., “*metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen pembangunan dan pendidikan (Revisi)*”. Bandung: PT Refika Aditama.
- Indrianto, Nur and Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi 1. Cetakan ke-12. Yogyakarta: BPFE.
- Indriyani, Ratih. 2018. *Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan CV. Mitra Prakarsa Utama*.
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi keprilakuan ed.rev* Yogyakarta: Andi
- Kassim, Norizan Mohd and Abdel Kader Mohammed Ahmed Abdulla, (2006), *The influence of attraction on internet banking: an extension to the trust relationship commitment model*, *International Journal of Bank Marketing* Vol. 24 No. 6, 2006 pp. 424-442
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Marlina, Riana, Meyda. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna Fasilitas E-Filing.
- Mowen, J. C. & Michael, M (2002) *Perilaku konsumen*, Jilid 2, Edisi Kelima. Yogyakarta: Erlangga
- Nugroho, Rizma. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Taksi Online Go-Car di Kota Solo*
- Nugroho, W. P. et al., 2019, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek di Magelang', *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(1), pp. 125–134.

- Nurrahmanto, A. P. (2017). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com*. Skripsi Sarjana Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Pradana, Sinaga. 2016. *Analisis GAP Penggunaan Aplikasi Uber Berdasarkan Teori Penggunaan dan Kemudahan Penggunaan*.
- Priansa, D. J., 2017, *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Jakarta: Alfabeta
- Ramadhan, M. A. F., Saroh, S. and Machfudz, M, 2019, 'Pengaruh Citra Merek , Kepercayaan , dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online GOJEK di Kota Malang', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), pp. 1–14.
- Raymond. 2020. *Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Grab di Kota Batam*.
- Rivai, A. K., Suneni and Febrilia, I, 2019, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab', *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), pp. 204–225. doi: <http://doi.org/10.21009/JRMSI>.
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk, Leslie Lazar. 2012. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa Zulkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2013. *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suleman, D., Zuniarti, I. and Sabil, 2013, 'Consumer Decisions toward Fashion Product Shopping in Indonesia: The effects of Attitude, Perception of Ease of Use, Usefulness, and Trust', *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(2), pp. 133–146. doi: 10.25019/mdke/7.2.01.
- Suliyanto, 2011, *ekonometrika terapan teori aplikasi dengan spss*. Andi yogyakarta
- Syaiful Aswad, Realize, Ronald Wangdra. 2018. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center*.
- Tjiptono, Fandy PhD. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi ke 5*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing. Yogyakarta.