

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN
KETERIKATAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN GRAB DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

FADELA BARA

NIM : 2015210757

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2019

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN
KETERIKATAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN GRAB DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

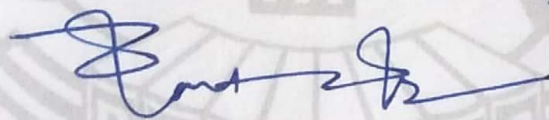
FADELA BARA

NIM : 2015210757

**Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan**

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 1 - 2 - 2019



Dr. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psikolog

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN KETERIKATAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRAB DI SURABAYA

Disusun oleh

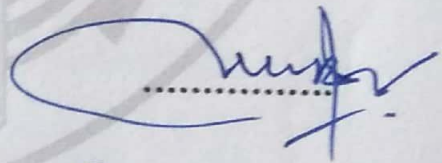
FADELA BARA

2015210757

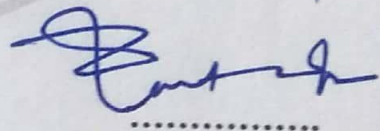
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 20 Februari 2019

Tim Penguji

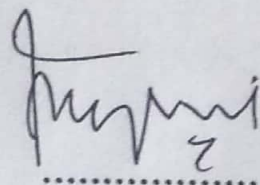
Ketua : Mochamad Nurhadi, S.Kom., MM.



Sekretaris : Dr. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psikolog



Anggota : Emma Yulianti, SE., MM.



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : FADELA BARA

Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan, 23 September 1997

N.I.M : 2015210757

Program Studi : Strata 1

Program Pendidikan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan
Dan Keterikatan Pelanggan Terhadap Loyalitas
Pelanggan Grab Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 15-04-2019

Tanggal : 15-04-2019

(Burhanudin, S.E., M.Si., Ph.D) (Dr. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psikolog)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang...

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk

Kedua orang tuaku Pak Bambang dan Ibu Utami, terimakasih atas limpahan kasih sayang semasa hidupnya dan memberikan seluruh doa, kerja keras dan semangat untuk anak-anaknya.

Kakakku Mas Fadel, terimakasih atas dukungan moril dan materilnya, curahan hatinya, kakak yang baik sekaligus sahabat yang selalu menjadi panutan adiknya.

Teman-temanku seperjuangan dan sepenanggungan, terimakasih atas gelak tawa dan solidaritas yang luar biasa sehingga membuat hari-hari semasa kuliah lebih berarti, semoga tak ada lagi duka nestapa di dada tapi suka dan bahagia juga tawa dan canda.

Semoga Allah SWT membalas jasa budi kalian dikemudian hari dan memberikan kemudahan dalam segala hal, aamin.

-Fadela Bara-

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih sayang-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan salah satu syarat penyelesaian Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan Dan Keterikatan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Di Surabaya” tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini peneliti dengan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Yudi Sutarso, SE.,Msi selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya
2. Dr. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psikolog selaku Dosen pembimbing
3. Seluruh dosen STIE Perbanas Surabaya
4. Seluruh Staff Perpustakaan dan Civitas Akademik STIE Perbanas Surabaya
5. Kedua orang tua atas do'a, dukungan dan semangat yang diberikan dalam mengerjakan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari sempurna dan mengharapkan adanya masukan berupa kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya, 01 Februari 2019

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1. Bagi Peneliti	8
2. Bagi Perusahaan	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Raditha Hapsari., Clemes, D. Michael., dan Dean, David., 2017	11
2.1.2 Thakur, Rakhi 2016.....	14
2.1.3 Minh, Ngo Vu., dan Huu, Nguyen Huan, 2016	16
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	20
2.2.2 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	22
2.2.3 Keterikatan Pelanggan (<i>Customer Engagement</i>)	24
2.2.4 Loyalitas Pelanggan	26
2.2.5 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	28
2.2.6 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keterikatan Pelanggan	29
2.2.7 Pengaruh Keterikatan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.2.8 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan 30	
2.2.9 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis Penelitian	32

BAB III	METODE PENELITIAN	34
3.1	Rancangan Penelitian	34
3.2	Batasan Penelitian	35
3.3	Identifikasi Variabel Penelitian.....	35
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.4.1	Definisi Operasional.....	36
3.4.2	Pengukuran Variabel	38
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	38
3.5.1	Populasi	38
3.5.2	Sampel.....	39
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.6	Instrumen Penelitian.....	40
3.7	Data dan Metode Pengumpulan Data.....	42
3.7.1	Data	42
3.7.2	Metode Pengumpulan Data	42
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	43
3.8.1	Uji Validitas	43
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	44
3.9	Teknik Analisis Data.....	44
3.9.1	Analisis Deskriptif.....	44
3.9.2	Analisis Statistik.....	45
3.9.2.1	Model <i>Inner</i> dan <i>Outer</i>	45
3.9.2.2	Tahapan Analisis PLS-SEM	46
3.9.2.3	Konseptualisasi Model	47
3.9.2.4	Menentukan Metoda Analisis <i>Algorithm</i>	47
3.9.2.5	Menentukan Metoda <i>Resampling</i>	49
3.9.2.6	Menggambar Diagram Jalur.....	50
3.9.2.7	Evaluasi Model.....	51
3.9.2.8	Melaporkan Hasil Analisis PLS	52
BAB IV	GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	53
4.1	Gambaran Subyek Penelitian	53
4.1.1	Karakteristik Responden Menurut Usia	54
4.1.2	Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir	55
4.1.3	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	56
4.1.4	Karakteristik Responden Menurut Penggunaan aplikasi Grab	57
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Fitur- Fitur Aplikasi Grab.....	58
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pelanggan Yang Menggunakan Aplikasi Ojek Online selain Grab.....	59
4.2	Analisis Data	59
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	60
4.2.1.1	Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan	60

4.2.1.2 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	62
4.2.1.3 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keterikatan Pelanggan.....	63
4.2.1.4 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	64
4.2.2 Evaluasi <i>Outer Model (Measurement Model)</i>	65
4.2.2.1 Uji Validitas Sampel Kecil.....	65
4.2.2.2 Uji Validitas Sampel Besar	68
4.2.2.3 Uji Reliabilitas Sampel Kecil	72
4.2.2.4 Uji Reliabilitas Sampel Besar	73
4.2.3 Evaluasi <i>Inner Model (Structural Model)</i>	75
4.2.3.1 Koefisien Jalur Antar Konstruk.....	75
4.2.3.2 Pengujian Hipotesis.....	78
4.3 Pembahasan.....	80
4.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Surabaya.....	80
4.3.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keterikatan Pelanggan Grab di Surabaya	82
4.3.3 Pengaruh Keterikatan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab di Surabaya	83
4.3.4 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab di Surabaya.....	84
4.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab di Surabaya	85
BAB V PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	86
5.3 Saran	87
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Top Brand Award 2016-2018 Fase 2	3
Tabel 2.1	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Sekarang	18
Tabel 3.1	Kisi-Kisi Kuesioner	40
Tabel 3.2	Tabel Interval Class	45
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Usia	54
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Peneitian Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	56
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Menurut Penggunaan Aplikasi Grab	57
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan	58
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pelanggan	59
Tabel 4.7	Interval Kelas	60
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap	61
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	62
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keterikatan Pelanggan	63
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	64
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	66
Tabel 4.13	Akar Kuadrat Ave (<i>Average Variance Extracted</i>) Sampel Kecil	68
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Sampel Besar	69
Tabel 4.15	Akar Kuadrat Ave (<i>Average Variance Extracted</i>) Sampel Besar	71
Tabel 4.16	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	72
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	74
Tabel 4.18	<i>Path Coefficients</i> Dan <i>P Value</i>	76
Tabel 4.19	<i>R-Squared</i> , <i>Vif</i> Dan <i>Q Squared</i>	77
Tabel 4.20	Tabel Pengujian Hipotesis	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Raditha Hapsari., Clemes, D. Michael., Dan Dean, David.,	13
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Thakur, Rakhi	15
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Minh, Ngo Vu., Dan Huu, Nguyen Huan	17
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran Saat Ini	32
Gambar 3.1	Tahap PLS-SEM	46
Gambar 3.2	Diagram Jalur	51
Gambar 4. 1	Model Struktural Antar Konstruk	75



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Testimoni Pelanggan Grab
- Lampiran 2 : Kuesioner
- Lampiran 3 : Data Responden Sampel Besar
- Lampiran 4 : Data Tabulasi Sampel Besar
- Lampiran 5 : Hasil Uji Sampel Kecil
- Lampiran 6 : Hasil Uji Sampel Besar
- Lampiran 7 : Analisis Deskriptif
- Lampiran 8 : Tanggapan Responden Pada Pertanyaan Terbuka



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN
KETERIKATAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN GRAB DI SURABAYA**

Fadela Bara

STIE Perbanas Surabaya

Email : fadelabara@gmail.com

ABSTRACT

Customer Loyalty indirectly help companies to promote products or services to the people closest to them. This is will be greatly help the company to get new customers. To increase Customer Loyalty, the company is expected to improve the quality of services provided. Quality is closely related to Customer Satisfaction and Customer Engagement, quality encourages customers to establish long-term bonds of mutual benefit in the company and Customer Engagement can increase Customer Loyalty because of the high level of Customer Engagement is the result of Customer Satisfaction of the product or service provided by the company.

Key words : Customer Loyalty, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Engagement.

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN
KETERIKATAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN GRAB DI SURABAYA**

Fadela Bara

STIE Perbanas Surabaya

Email : fadelabara@gmail.com

ABSTRAK

Loyalitas Pelanggan secara tidak langsung dapat membantu perusahaan dalam mempromosikan produk atau jasa kepada orang-orang terdekatnya. Tentu saja hal ini akan sangat membantu perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru. Untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan, maka perusahaan diharapkan meningkatkan Kualitas Layanan yang diberikan. Kualitas berkaitan erat dengan Kepuasan Pelanggan dan Keterikatan Pelanggan, kualitas memberikan dorongan bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dalam perusahaan dan Keterikatan Pelanggan dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan karena tingginya tingkat Keterikatan Pelanggan merupakan hasil dari Kepuasan Pelanggan pada produk atau jasa yang diberikan perusahaan tersebut

Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Keterikatan Pelanggan