

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, NILAI YANG  
DIRASAKAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
NIAT PERILAKU PADA OJEK *ONLINE***

**ELILIA NINDY PRASTIKA**

**1707618080**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk  
Mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2022**

**ANALYSIS OF SERVICE QUALITY, PERSONAL VALUE  
AND CUSTOMER SATISFACTION ON BEHAVIORAL  
INTENTIONS ON OJEK ONLINE**

**ELILIA NINDY PRASTIKA**

**1707618080**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**This Thesis Was Prepared As One Of The Requirements To Get  
A Bachelor's Degree Of Education At The Faculty Of Economics,  
State University Of Jakarta**

**BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2022**

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kualitas layanan, nilai yang dirasakan, kepuasan pelanggan dan niat perilaku pada perusahaan bisnis digital. Yaitu untuk melihat apakah kualitas layanan, nilai yang dirasakan, kepuasan pelanggan dapat berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku baik secara terpisah atau tidak secara bersamaan. Penelitian ini dilakukan terhadap 200 responden dengan kriteria berdomisili di Jabodetabek, berusia 17-44 tahun dan konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi ojek online di aplikasi Grab minimal 2x dalam 1 tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner, yang kemudian diolah menggunakan program SEM AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan dan niat perilaku, kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara nilai yang dirasakan dan niat perilaku. Sedangkan terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara persepsi nilai terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap niat perilaku, kualitas layanan terhadap niat perilaku dan nilai yang dirasakan terhadap niat perilaku.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Nilai Yang Dirasakan; Kepuasan Pelanggan; Niat Perilaku.










## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to describe service quality, perceived value, customer satisfaction and behavioral intentions in digital business companies. That is to see whether service quality, perceived value, customer satisfaction can have a significant effect on behavioral intentions either separately or not simultaneously. This research was conducted on 200 respondents with the criteria of being domiciled in Jabodetabek, aged 17-44 years and consumers who have used online motorcycle taxi transportation services in the Grab application at least 2x in the last 1 year. This study uses a survey method by distributing questionnaires, which are then processed using the SEM AMOS program. The results of this study indicate that there is a positive and significant effect between service quality on customer satisfaction, customer satisfaction can mediate the relationship between service quality and behavioral intentions, customer satisfaction can mediate the relationship between perceived value and behavioral intentions. Meanwhile, there is a negative and insignificant effect between perceived value on customer satisfaction, customer satisfaction on behavioral intentions, service quality on behavioral intentions and perceived value on behavioral intentions.*

*Keywords: Service Quality; Perceived Value; Customer Satisfaction; Behavioral Intention.*

## LEMBAR PENGESAHAN

### Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
<b>Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi</b>  <b>Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd</b> <b>NIP. 197207152001121001</b>			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Corry Yohana, M.M. NIP. 195909181985032011 (Ketua Penguji)	  .....	22 Agustus 2022
2	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP. 196301191992032001 (Penguji Ahli 1)	 .....	22 Agustus 2022
3	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., MSM NIP. 199308272020122024 (Penguji Ahli 2)	  .....	22 Agustus 2022
4	Dr. Osly Usman, M.Bus NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 1)	 .....	22 Agustus 2022
5	Shandy Aditya, BIB., MPBS NIP. 198404082019031003 (Pembimbing 2)	  .....	22 Agustus 2022
Nama : Elilia Nindy Prastika No. Registrasi : 1707618080 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 18 Agustus 2022			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

## LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan pada daftar pustaka.
3. Lembar orisinalitas ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang saya peroleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 23 Agustus 2022



Elilia Nindy Prastika

NIM. 1707618080

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Elilia Nindy Prastika  
NIM : 1707618080  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Pendidikan Bisnis  
Alamat email : elya.nindy00@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Kualitas Pelayanan, Nilai Yang Dirasakan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Perilaku Pada Ojek Online

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 31 Agustus 2022

Penulis

( Elilia Nindy Prastika )

## LEMBAR PERSEMBAHAN

*“ Sungguh, mereka yang beriman dan melakukan perbuatan benar akan memiliki taman yang dibawahnya mengalir sungai yang merupakan pencapaian besar “.*

(QS. Al-Buruj: 11)

*“ Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya “. (QS. Al-Baqarah: 286)*

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan tepat waktu. Mempersembahkan sedikit karya untuk orang tua saya, teman dan sahabat tercinta sebagai bukti pernah melewati sebuah proses kehidupan yang tak mudah namun mereka tak pernah melepaskan tangan ini ketika terjatuh. Terimakasih atas segala cinta dan dukungan, karenanya lah semua terlewati dengan baik. Dan karena karunia-Nya proses ini menjadi mudah.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyusun skripsi penelitian ini yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan, Nilai Yang Dirasakan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Perilaku Pada Ojek *Online*“ dapat terselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam membimbing, memberikan motivasi, dukungan dan doa selama proses penyusunan skripsi penelitian berlangsung sampai dengan tersusunnya laporan penelitian, ini kepada:

1. Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya.
2. Orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam pelaksanaan pembuatan skripsi.
3. Bapak Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Bapak Dr. Osly Usman, M.Bus selaku Dosen Pembimbing 1, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
6. Bapak Shandy Aditya, BIB, MPBS selaku Dosen Pembimbing 2, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta atas ilmu yang diberikan.

8. Sahabat saya yaitu Elsha Melinda, Pangestika Chandra Dewi dan Gabriella Indah Brigitta.
9. Teman-Teman dari Pendidikan Bisnis angkatan 2018 Universitas Negeri Jakarta.



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR ORISINALITAS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR GAMBAR .....	3
DAFTAR TABEL.....	4
DAFTAR LAMPIRAN.....	5
BAB I.....	6
1.1 Latar Belakang Masalah.....	6
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II.....	13
2.1 Teori Pendukung .....	13
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....	31
BAB III .....	44
3.1 Waktu dan Tempat .....	44
3.2 Desain Penelitian.....	44
3.3 Populasi dan Sampel .....	45
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.6 Teknik Analisis Data .....	58
BAB IV .....	64
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Deskripsi Data .....	64

4.2 Hasil.....	71
BAB V.....	98
PENUTUP.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Implikasi.....	100
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	102
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	110
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	123



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Faktor yang mempengaruhi niat perilaku pelanggan ojek online (Grab).....	12
Gambar I. 2 Kendala/kekurangan yang dialami pelanggan penggunaan jasa transportasi ojek online (Grab).....	13
Gambar II. 1 Model Penelitian.....	37
Gambar IV. 1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Dengan Uji CFA Tahap 1	72
Gambar IV. 2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Dengan Uji CFA Tahap 2	73
Gambar IV. 3 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Dengan Uji <i>Convergent Validitas</i> Tahap 1 .....	75
Gambar IV. 4 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Dengan Uji <i>Convergent Validitas</i> Tahap 2 .....	76
Gambar IV. 5 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Dengan Uji <i>Average Variance Extracted</i> Tahap 1 .....	78
Gambar IV. 6 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Dengan Uji <i>Average Variance Extracted</i> Tahap 2.....	81
Gambar IV. 7 Analisis Full Model.....	85
Gambar IV. 8 Hasil Uji Bootstrapping .....	87



## DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Hipotesis.....	38
Tabel III. 1 Kisi-Kisi Instrumen Behavioral Intention.....	48
Tabel III. 2 Skala Penilaian Instrumen Behavioral Intention.....	49
Tabel III. 3 Kisi-Kisi Instrumen Service Quality.....	51
Tabel III. 4 Skala Penilaian Instrumen Service Quality.....	52
Tabel III. 5 Kisi-Kisi Instrumen Perceived Value .....	54
Tabel III. 6 Skala Penilaian Instrumen Perceived Value .....	55
Tabel III. 7 Kisi-Kisi Instrumen Customer Satisfaction .....	56
Tabel III. 8 Skala Penilaian Instrumen Customer Satisfaction .....	58
Tabel III. 9 Skala Likert .....	59
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden.....	64
Tabel IV. 2 Kategori Penilaian.....	66
Tabel IV. 3 Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i> .....	67
Tabel IV. 4 Deskripsi Variabel <i>Perceived Value</i> .....	68
Tabel IV. 5 Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	69
Tabel IV. 6 Deskripsi Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	70
Tabel IV. 7 Uji Validitas Variabel Dengan Uji CFA Tahap 1 .....	72
Tabel IV. 8 Uji Validitas Variabel Dengan Uji CFA Tahap 2.....	74
Tabel IV. 9 Uji Validitas Variabel Dengan Uji <i>Convergent</i> Validitas Tahap 1 ...	75
Tabel IV. 10 Uji Validitas Variabel Dengan Uji <i>Convergent</i> Validitas Tahap 2 .	77
Tabel IV. 11 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Dengan Uji <i>Average Variance Extracted</i> Tahap 1.....	78
Tabel IV. 12 <i>Variance</i> Dengan Uji <i>Average Variance Extracted</i> Tahap 1.....	79
Tabel IV. 13 Uji Validitas Variabel Dengan Uji <i>Average Variance Extracted</i> Tahap 1.....	80
Tabel IV. 14 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Dengan Uji <i>Average Variance Extracted</i> Tahap 2 .....	81
Tabel IV. 15 <i>Variance</i> Dengan Uji <i>Average Variance Extracted</i> Tahap 2 .....	82
Tabel IV. 16 Uji Validitas Variabel Dengan Uji <i>Average Variance Extracted</i> Tahap 2.....	83
Tabel IV. 17 Uji Reliabilitas .....	84
Tabel IV. 18 Evaluasi Normalitas.....	86
Tabel IV. 19 Evaluasi Kriteria <i>Goodness-of-fit</i> .....	88
Tabel IV. 20 Uji Hipotesis .....	89
Tabel IV. 21 Uji <i>Bootstrap</i> .....	89

**DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 KUESIONER .....	110
----------------------------	-----

