

Ace Sidap Meji Hijau.
13/3/2019

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN TAKSI ONLINE (GRAB) PADA MAHASISWA
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

OLEH :

NURDESI SUSANTI
1501280046



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN TAKSI ONLINE (GRAB) PADA MAHASISWA
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas Memenuhi Syarat-Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh :

NURDESI SUSANTI
NPM.1501280046

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pembimbingan Skripsi



AINUL MARDHIYAH, SP, M.Si

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

PERSEMBAHAN

*Karya Ilmiah ini kupersembahkan kepada kedua
orangtuaku*

Ayahanda Misroadi

Ibunda Ernawati

Kakak saya Erlika Ningsih

Adik saya Alyawanda Hakiki

Aril Ma'arif

Dan Eliyanti Pranadita

*Jak lelang selalu memberikan do'a kesuksesan &
Keberhasilan bagi diriku*

Motto :

*Visi tanpa eksekusi adalah
halusinasi*

*Dan Kegagalan terjadi karena
terlalu banyak berencana tapi sedikit
berpikir*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurdesi Susanti
NPM : 1501280046
Jenjang Pendidikan : Strata satu (S1)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN TAKSI ONLINE (GRAB)
PADA MAHASISWA MANAJEMEN BISNIS
SYARI'AH

Dengan ini Menyatakan :

1. Penelitian yang saya lakukan dengan judul diatas belum pernah diteliti di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Penelitian ini merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil tempahan (dibuat) pihak Lain dan juga tidak tergolong **Plagiat**.
3. Apabila poin 1 dan 2 saya langgar, maka bersedia untuk dilakukan pembatalan terhadap penelitian tersebut dan saya akan bersedia mengulang kembali mengajukan judul penelitian yang baru dengan catatan mengulang seminar kembali.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya perbuat tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 13 Maret 2019

Yang Menyatakan



Nurdesi Susanti
NPM: 1501280046

PESETUJUAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN TAKSI ONLINE (GRAB) PADA MAHASISWA
MANAJEMEN BISNIS SYARI'AH UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SUMATERA UTARA

Oleh:

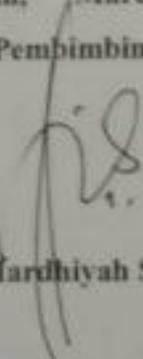
NURDESI SUSANTI

NPM: 1501280046

*Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah
skripsi ini telah memenuhi syarat dan sapat disetujui untuk
dipertahankan dalam ujian skripsi*

Medan, Maret 2019

Pembimbing


Ainul Mardhiyah SP.MSi.,

FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019

Medan, 15 Maret 2019

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (Tiga) eksemplar
Hal : Skripsi a.n Nurdesi Susanti
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam UMSU

Di-

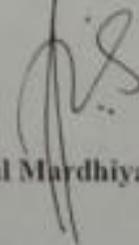
Medan

Assalmu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran perbaikan seluruhnya terhadap skripsi mahasiswa a.n Nurdesi Susanti yang berjudul: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TAKSI ONLINE (GRAB) PADA MAHASISWA MANAJEMEN BISNIS SYARIAH UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqasah untuk mendapat Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Pembimbing



Ainul Mardhiyah SP.M.Si.,

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

NAMA MAHASISWA : Nurdesi susanti

NPM : 1501280046

PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah

HARI, TANGGAL : Selasa, 19 Maret 2019

WAKTU : 08.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Maya Sari, SE, Ak, M.Si

PENGUJI II : Dodi Firman, SE, MM

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. Muhammad Qorib, MA

Zailani, S.PdI, MA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Unggul, Berkah & Berprestasi

Unggul, Berkah & Berprestasi
Unggul, Berkah & Berprestasi

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Nurdesi Susanti
Npm : 1501280046
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan
Taksi Online (Grab) pada Mahasiswa Manajemen Bisnis
Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan
skripsi.

Medan, 14 Maret 2019

Pembimbing Skripsi

Ainul Mardhiyah, SP, M.Si

**Diketahui/Disetujui
Oleh:**

**Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah**

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

**Dekan
Fakultas Agama Islam**

Dr. Muhammad Qorib, MA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 th. 1987

Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha

د	Dal	D	de
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	‘	Komentar
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamza	?	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

a. Vokal tunggal

vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
□	fathah	A	A
□	Kasrah	I	I
و -	ḍammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabung Huruf	Nama
□ ي	fathah dan ya	AI	a dan i
□ و	fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- kataba: كتب
- fa'ala: لفع

- kaifa: كَفِي

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا □	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي □	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و و	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- qāla : قَل
- ramā : رَم
- qīla : قِيل

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) Ta marbūtah hidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan «ammah, transliterasinya (t).

2) Ta marbūtah mati

Ta marbūtah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- rauḍah al-aṭfāl - rauḍatul aṭfāl: لَرَوْضَةُ الطِّفْلِ

- al-Madīnah al-munawwarah : مَدِينَةُ الْمُنَوَّارِ
- talḥah: طَلْحَة

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda tasydid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- rabbanā: رَبَّنَا
- nazzala: نَزَّلَ
- al-birr: لَبْرًا
- al-hajj: لِحَجًّا
- nu'ima: نُعْمًا

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: الرَّجُلُ
- as-sayyidatu: السَّيِّدَةُ

- asy-syamsu: لشمسا
- al-qalamu: لقلما
- al-jalalu: لالجالا

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- *ta'khuzūna*: تاخذون
- *an-nau'*: النوء
- *syai'un*: شيء
- *inna*: ان
- *umirtu*: امرت
- *akala*: اكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasūl
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallazibibakkatamubarakan

- Syahru Ramadan al-laz³unzilafihil-Qur'an
- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur'an
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naşrunminallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Nurdesi Susanti, 1501280046, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (Grab) pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syari'ah*, 2019, Skripsi, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggantaksi online (Grab). Penelitian ini bersifat kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Agama Islam. Sedangkan sampel dalam penelitian ini 65 responden yang diambil dengan menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi dilakukan dengan cara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas dan Reabilitas, Uji Normalitas, Uji Hipotesis melalui Uji T dan Uji Koefisien Determinasi.

Hasil Pengujian dari uji t diketahui $8.971 > 1.998$. Dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih besar dari 0,05) artinya H_0 ditolak (H_a diterima). Berdasarkan hasil tersebut dapat kesimpulan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Analisis koefisien determinasi (R^2) menyatakan nilai Adjusted R Square 56,10 %. Hal ini berarti variable kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebesar 43,90% dimana dalam hal ini termasuk dalam kategori sedang.

Kata Kunci : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Nurdesi Susanti, 1501280046, Effect of Service Quality on Online Taxi Customer Satisfaction (Grab) at Syari'ah Business Management Students, 2019, Thesis, Faculty of Islamic Religion, North Sumatra Muhammadiyah University.

This study aims to determine the effect of service quality on online transaction satisfaction (Grab). This research is quantitative. The population in this study were all Islamic Faculty Students. While the sample in this study 65 respondents taken using probability sampling method with a simple random sampling technique which is a sampling technique from the population carried out in a random manner regardless of the strata that exist in the population. The data analysis technique used in this study is Test Validity and Reliability, Normality Test, Hypothesis Test through T Test and Determination Coefficient Test. The test results of the t test are known to be $8.971 > 1998$. And the significance value of 0,000 (greater than 0.05) means that H_0 is rejected (H_a accepted). Based on these results it can be concluded that partially the quality of service has an effect and is significant on customer satisfaction. Analysis of the coefficient of determination (R^2) states the value of Adjusted R Square 56.10%. This means that the variable quality of service and customer satisfaction is 43.90% which in this case falls into the medium category.

Keywords: Effect of Service Quality on Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Syukur Alhamdulillah, atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-nya kepada penulis serta tidak lupa juga. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini. Sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (Grab) Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syari'ah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.**

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) bagi mahasiswa/i program S-1 di Fakultas Agama Islam jurusan Manajemen Bisnis Syar'iah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun. Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua Ayahanda tercinta Misroadi dan Ibunda tercinta Ernawati yang telah tulus ikhlas memberikan kasih sayang, cinta, doa, perhatian, dukungan moral dan materil yang telah diberikan selama ini.

Terimakasih telah meluangkan segenap waktunya untuk mengasuh, mendidik, membimbing, dan mengiringi perjalanan hidup penulis dengan dibarengi alunan doa yang tiada henti agar penulis sukses dalam menggapai cita-cita. Buat kakaku Erlika Ningsih dan adik-adikku tersayang Elianti Pranadita, Alya wanda hakiki, Aril Ma'arif terima kasih sudah menggandeng tangan saya dalam doa. Dengan tulus peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Dr. M Qorib, M.A. selaku Dekan Fakultas Agama Islam dan Bapak Zailani, S.Pd.I, M.A. selaku Wakil Dekan I Faklutas Agama Islam dan Bapak Munawir Pasaribu, S.Pd.I, M.A. selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Ainul Mardhiyah SP.M.Si., sebagai Dosen pembimbing proposal yang telah berperan besar memberikan bimbingan kepada penulis sehingga proposal ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Isra Hayati, S.Pd, M.Si., selaku ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Khairunnisa, M.M selaku sekretaris Program Manajemen Bisnis Syari'ah Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Seluruh Staff Dosen Pengajar dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
7. Buat sahabat-sahabat penulis, Cut Indah Widayanti, Hasriani Siahaan, Devi Okaliani, Miftahul Jannah, Dwi Damayanti, Ika Rozi Putri, Nurmala Sari, yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis yang saling membantu dan saling mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Semoga skripsi yang penulis selesaikan ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta menambah pengetahuan bagi penulis sendiri Aamiin ya Robbal Alamiin.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb

Medan, 23 Februari 2019

Penulis

Nurdesi Susanti

1501280046

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan dan Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. Uraian teoritis	7
1. Kualitas pelayanan.....	7
a. Pengertian Kualitas	7
b. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	7
c. Faktor yang mempengaruhi kualitas	10
d. Indikator Kualitas Pelayaan	10
e. Kualitas Dalam Perspektif Islam.....	11
2. Kepuasan Pelanggan.....	14
a. Pengertian Kepuasan pelanggan	14
b. Faktor tingkat kepuasan pelanggan	15
c. Indikator kepuasan pelanggan	16
d. Konsep Kepuasan Pelanggan	16
e. Analisis pelanggan yang hilang	19
B. Peneitian yang Relevan	20
C. Kerangka Berpikir	26
D. Hipotesis	26

BAB III	METODELOGI PENELITIAN.....	28
A.	Metode Penelitian	28
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
1.	Lokasi Penelitian	28
2.	Waktu Penelitian.....	28
C.	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sample	29
1.	Populasi	29
2.	Sampel	30
3.	Teknik Penarikan Sample.....	31
D.	Variabel Penelitian	32
E.	Definisi Operasional Variabel	32
1.	Kepuasan Pelanggan.....	32
2.	Kualitas Pelayanan	32
F.	Teknik Pengumpulan Data	33
G.	Instrumen Penelitian	34
1.	Uji Kualitas Data	34
a.	Uji Validitas	31
b.	Uji Reabilitas.....	35
2.	Asumsi Klasik.....	35
a.	Uji Normalitas	35
b.	Uji Multikolonieritas	36
c.	Uji Heteroskedastisitas	36
H.	Teknik Analisis Data	36
1.	Regresi Linear sederhana.....	37
a.	Uji t (Persial).....	37
b.	Koefisien Dertiminasi	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A.	Deskripsi Institusi	39
1.	Profil Perusahaan Grab	39
B.	Deskripsi Karakteristik Responden	41
C.	Penyajian Data	43
D.	Analisis Data	48

E. Interpretasi Hasil Analisis Data	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran	58

DAFTAR FUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2.1	: Penelitian Yang Relevan.....	20
Tabel 3.1	: Jadwal Pelaksanaan Waktu Penelitian Kegiatan.....	29
Tabel 3.2	: Data Jumlah	31
Tabel 3.3	: Skala Likert	33
Tabel 3.4	: Indikator kualitas dan kepuasan	33
Tabel 4.1	: Karakteristik Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2	: Karakteristik Usia	42
Tabel 4.3	: Kriteria Jawaban Responden.....	43
Tabel 4.4	: Presentase Jawaban Responden Kualitas Pelayanan	43
Tabel 4.5	: Presentase Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan.....	46
Tabel 4.6	: Hasil Analisa Item Pernyataan Kualitas Pelayanan	48
Tabel 4.7	: Hasil Analisa Item Pernyataan Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 4.8	: Hasil Uji Realibilitas.....	50
Tabel 4.9	: Hasil Uji Multikolineritas	52
Tabel 4.10	: Hasil Uji Regresi Sederhana	54
Tabel 4.11	: Hasil Uji Statistik t (Persial)	55
Tabel 4.12	: Hasil Koefisien Determinasi	55

DAFTAR GAMBAR

<u>No. Gambar</u>	<u>Judul Gambar</u>	<u>Halaman</u>
Gambar 2.1:Kualitas Prespektif Islam		13
Gambar 2.2 : Konsep Kepuasan Pelanggan		17
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran		26
Gambar 4.1 : Logo Perusahaan Grab		40
Gambar 4.2 : Hasil Histogram		51
Gambar 4.3 : Hasil Normal P-plots.....		51
Gambar 4.4 : Hasil Uji Heterokedastisitas		53

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia karena transportasi berkontribusi besar pada kehidupan dalam kaitannya dengan aktivitas manusia sehari-hari. Transportasi dapat didefinisikan sebagai suatu usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya. Apalagi di era *modern* ini, manusia memiliki mobilitas yang tinggi untuk berinteraksi dengan sesamanya. Hal ini membawa dampak yang besar bagi perkembangan bisnis dalam bidang transportasi. Pasar menjadi semakin luas dan banyak peluang, namun sebaliknya persaingan semakin ketat dan sulit untuk diprediksi. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan.¹

Dalam tahun 1920 transportasi telah mencapai tingkat perkembangan pada puncaknya (*mature*), dengan sistem transportasi multi modal (*multi modal system*). Dalam abad ke-20 ini pertumbuhan transportasi berkembang pesat sejalan dengan kemajuan teknologi mutakhir. Pada era globalisasi persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini semakin ketat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, agar dapat memenangkan dalam persaingan yang dihadapinya. Manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, meningkatkan kepuasan pelanggan dan bertahan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pengguna jasa.

Dari segi penyedia jasa juga harus memperhatikan benar-benar agar pengguna jasa angkutan merasa puas yang berhubungan dengan keamanan, ketepatan, keteraturan, kenyamanan, kecepatan, kesenangan dan kepuasan.

¹ Jose Muhamad Isra, Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen uber car*, (Studi Pada Konsumen Uber Car di kota Bandung). Joernal. (Bandung: Universitas Telkom, 2017), Vol. 4, h. 2923

Transportasi sebagai dasar untuk pembangunan ekonomi dan perkembangan masyarakat serta pertumbuhan industrialisasi. Dengan adanya transportasi menyebabkan, adanya spesialisasi atau pembagian pekerjaan menurut keahlian sesuai dengan budaya, adat-istiadat, dan budaya suatu bangsa dan negara.²

Transportasi juga merupakan sarana yang sangat dibutuhkan pada zaman sekarang, karena dengan adanya transportasi dapat mengefektifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Transportasi terbagi menjadi tiga bagian, yaitu : jalur darat, jalur laut, dan jalur udara. Mayoritas masyarakat lebih memilih jalur darat untuk memenuhinya.. Pada saat ini modal transportasi di Indonesia sudah berkembang dan juga semakin banyak jenisnya, seperti mobil, sepeda motor, bus, kereta api, kapal laut dan pesawat terbang, ditambah lagi dengan transportasi tradisional yang tetap eksis hingga saat ini seperti delman dan becak.³

Pada bulan Agustus 2015, *Grab* hadir di Jakarta dan perlahan hadir merambah ke kota-kota besar lainnya di Indonesia. Di kota Medan sendiri *Grab* hadir pada akhir Februari 2016 sebagai layanan transportasi kendaraan roda empat berpelat hitam. *Grab* ini merupakan alternatif transportasi yang menawarkan perkembangan transformasi dari sistem lama menjadi suatu sistem yang sama sekali berbeda namun sangat cocok dengan kebutuhan masyarakat yang mempunyai mobilitas tinggi saat ini. Sistem pemesanan dan pembayaran jasa transportasi dengan sistem *online* pada *Grab* membuat perkembangan baru dalam sistem transaksi jasa di Indonesia. Sistem transaksi Indonesia yang semula mengenal sistem tunai kini telah beralih kepada sistem daring yang menggantikan sistem tunai. Pihak-pihak yang terlibat dalam penyedia layanan Jasa *Grab* adalah Penyedia Layanan Jasa *Grab*, pemilik mobil atau rental mobil, dan supir *Grab*.⁴

² Abbas Salim, *Manajemen Transportasi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006), h. 5-6

³ Dwi karsasih, Sri Murniati, *Pengaruh kualitas pelayanan transportasi online PT.Gojek indonesia terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas Tridinanti palembang*. joernal. (Palembang: Universitas Tridinanti,2018),Vol.7, h .1

⁴ Gilang Fhitryan Widya Pratama, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa taksi berbasis online (Grabcar pada mahasiswa Universitas Sumatera Utara)*, skripsi, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2017), h. 3

Kemajuan yang sangat pesat di bidang teknologi informasi memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Pengaruh yang paling nyata terlihat pada perubahan mendasar terhadap cara orang melakukan transaksi, terutama dalam dunia bisnis. Salah satu hasil kemajuan teknologi informasi yang berkontribusi besar terhadap perubahan ini adalah internet. Internet adalah suatu jaringan yang dipasangkan dengan alat komunikasi sehingga kita bisa berinteraksi dimanapun dan kapanpun. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktifitas secara cepat dan efisien. Pelanggan juga dapat menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran, kemudian tampil tarif yang perlu dibayar untuk layanan ini. Dengan ditampilkannya tarif langsung saat memesan, maka pelanggan akan lebih mudah dan tahu berapa biaya yang harus disiapkan.

Aplikasi Grab dapat di unduh pada *smartphone* pengguna jasa. Grab merupakan aplikasi interaktif di beberapa negara di asia tenggara, yang dapat digunakan dengan mudah via *smartphone* yang menjadi mediasi untuk mempertemukan kebutuhan penumpang sebagai pengguna jasa dengan supir dan mobil sebagai penyedia jasa transportasi. Adapun cara pembayarannya menggunakan sistem tunai dan *GrabPay*. Selain itu Grab juga menyediakan layanan lainnya seperti *GRAB BIKE* layanan transportasi (motor), *GRAB FOOD* yang dapat menjemput makanan dari cafe atau tempat makan yang tersedia, *GRAB EXPRESS BIKE* layanan kurir pengantar barang kecil dengan cepat, *ISI PULSA* layanan mengisi kuota.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memberikan kualitas yang memuaskan.⁵

⁵ Ni Nyoman yuliarmi dan putu riyasa, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Kota Denpasar*, Joernal (Denpasar : Universitas Udayana,2007), h.14

Kualitas pelayanan grab sangat penting bagi kepuasan pelanggan karena semakin baik tingkat kualitas pelayanan maka akan semakin membuat atau menarik daya minat pelanggan. karena hakikatnya kualitas pelayanan ini dipengaruhi bagaimana cara melayani pelanggan itu dengan baik. Penulis menemukan adanya suatu fenomena yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Grab atau Driver Grab masih belum mencapai tujuan yang diinginkan, secara umum masih terdapat banyak kelemahan. Selanjutnya, penulis menemukan dan melihat secara langsung proses pelayanan pada pelanggan, penulis juga menemukan beberapa masalah penting untuk mendukung penelitian ini, yaitu: Pertama, terkait dengan aspek yang meliputi pengetahuan dan kelemahan driver saat memberikan pelayanan serta kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan kenyamanan bagi pelanggan. Kedua, ketidaktepatan driver dalam menganalisa jalan tercepat untuk mencapai tujuan, dampak yang diterima pelanggan dalam hal ketidaktepatan ini adalah terjadinya penambahan waktu atau keterlambatan dan sesilish paham terhadap pelanggan. Ketiga, kurang pahamnya dalam memberikan fasilitas yang tetap bersih, dan aroma yang menyenangkan, dampak yang didapat pelanggan yaitu mual dan pusing karena fasilitas dan aroma wangi yang cukup menyengat. Keempat kurang hati-hatinya driver, seperti halnya yang sering terjadi yaitu rem mendadak saat mengendarai, dampak yang didapat pelanggan munculnya banyak kepanikan saat menikmati perjalanannya. Kelima, kurang telitinya driver dalam memilih rute perjalanan, kasus yang sering terjadi waktu tempuh yang menjadi lebih lama akibat kurang telitinya driver dalam mengamati pemberitahuan tentang rute-rute rawan kemacetan yang terdapat pada Maps dari aplikasi Grab tersebut.

Berdasarkan dari data-data yang didapat serta fenomena yang terjadi saat ini, dan referensi dari penelitian terdahulu, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana suatu kualitas pelayanan dan harga dari sebuah jasa transportasi online yang menjadi pilihan banyak pelanggan dalam memberikan kepuasan pelanggan tersebut. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (Grab) Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syari'ah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.**

B. Identifikasi Masalah

1. Kualitas pelayanannya kurang memuaskan seperti kurangnya etika driver saat melayani konsumen tidak memberikan senyuman dan memberikan rasa aman kepada konsumen.
2. Ketidaksiplinan driver dalam memmanage waktu ketika melayani pelanggan.
3. Kurang pahamnya driver dalam menjaga fasilitas kendaraan agar tetap bersih.
4. Kurang amannya driver dalam menjaga batas maksimum kecepatan saat mengendarai.
5. Kurang telitinya driver dalam mengamati rute perjalanan saat mengendarai.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah ada pengaruh atas kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Taksi Online (Grab) pada mahasiswa manajemen bisnis syari'ah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan taksi online (Grab) pada mahasiswa manajemen bisnis syari'ah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Manfaat Penelitian

a. Perusahaan

Sebagai bahan saran bagi perusahaan dalam memberikan informasi yang berguna bagi Grab di Kota Medan dalam menentukan kebijakan selanjutnya.

b. Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat memperluas pengetahuan serta dapat menambah wawasan mengenai manajemen pemasaran khususnya tentang kepuasan konsumen atas suatu produk jasa.

c. Peneliti Selanjutnya

Sebagai masukan atau referensi bagi para peneliti lain yang ingin melakukan penelitian Serupa.

d. Bagi Pembaca

Dapat dijadikan wawasan pengetahuan sekaligus referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

I. Sistematika Penulisan**BAB I : Pendahuluan**

Bab ini mengemukakan tentang : latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini meliputi : deskripsi teori, penelitian yang relevan, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang : metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sample penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini merupakan tentang : Deskripsi Institusi, Deskripsi Karakteristik Responden, Penyajian Data, Analisis Data, dan Interpretasi Hasil Analisis Data.

BAB V : Penutup

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Deskripsi Teori

1. Kualitas pelayanan

a. Pengertian kualitas

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁶

Definisi kualitas seperti terdapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dimaknai sebagai tingkah baik buruknya sesuatu. Maka untuk mengetahui sesuatu setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam mengartikannya. Kualitas memiliki arti yang berbeda-beda tergantung penempatan kosakata yang digunakan atau tergantung istilah apa yang digunakan. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relative suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Dalam perspektif TQM (*Total Quality Management*), kualitas dipandang secara luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses lingkungan dan manusia.

b. Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam dunia bisnis, bukan hanya produk/jasa yang di perhatikan. Dalam hal berbisnis kualitas pelayanan harus bisa diperhatikan juga. Karena kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan pelanggan. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka.⁷

Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan

⁶ Gilang Fhitryan Widya Pratama, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa taksi berbasis online* (Grabcar pada mahasiswa Universitas Sumatera Utara), skripsi, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2017), h.143

⁷ Ulfa tri wardani, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek*, skripsi, (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017), h. 26

seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya.⁸

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu bergantung pada perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri spesifikasi. Pada dasarnya, terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain, yaitu :

- 1) Persepsi konsumen
- 2) Produk (jasa)
- 3) Proses

Konsistensi kualitas suatu jasa untuk ketiga orientasi tersebut dapat memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu perusahaan ditinjau dari kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan dan profitabilitas organisasi.⁹

Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mengandung berbagai macam penafsiran, karna kualitas memiliki sejumlah level : Universal (sama di manapun), kultural (tergantung sistem nilai budaya), sosial (dibentuk oleh kelas sosial ekonomi, kelompok etnis, keluarga, teman sepergaulan), dan personal (tergantung preferensi atau selera setiap individu). Secara sederhana kualitas bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain, produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur. Namun definisi berbasis manufaktur ini kurang relevan untuk sektor jasa. Oleh sebab itu, pemahaman mengenai kualitas kemudian diperluas menjadi “*fitness for use*” dan “*conformance to requirements*”. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan.

⁸ Felita Sasongko dan Dr. Hartono Subagio, *Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran ayam penyeket ria*, Manajemen pemasaran petra. Jl.Siwalankerto 121-131, Surabaya. Vol. 1

⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba empat, 2013), h. 212-213

Kualitas pelayanan mencerminkan semesta dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Kualitas memiliki beberapa dimensi pokok, tergantung pada konteksnya. Dalam kasus pemasaran barang, ada delapan dimensi utama yang biasanya digunakan :

- 1) Kinerja (*performance*), Karakteristik operasi dasar dari suatu produk, misalnya kecepatan pengiriman paket titipan kilat, serta kebersihan tempat sebuah restoran yang dapat konsumen merasa nyaman.
- 2) Fitur (*Features*), Karakteristik pelengkap khusus yang bisa menambah pengalaman pemakaian produk, contohnya minuman gratis selama penerbangan pesawat.
- 3) Realibilitas, Probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu.
- 4) Konformasi (*conformance*), Tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan, misalnya ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan kereta api dan kesesuaian antara ukuran sepatu dengan standart yang berlaku
- 5) Daya tahan (*durability*), Jumlah pemakaian produk sebelum produk bersangkutan harus diganti semakin besar frekuensi pemakaian normal yang dimungkinkan, semakin besar pula daya tahan produk. Baterai merupakan salah satu contoh produk yang kerap kali menekankan aspek daya tahan sebagai positioning kunci.
- 6) Serviceability, Kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramah tamahan staf layanan.
- 7) Estetika (*aesthetics*), Menyangkut penampilan produk yang bisa dinilai dengan panca indera.
- 8) Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*), Kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjualan, contohnya mobil BMW, dan peralatan elektronik Sony.¹⁰

Dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas yang paling sering dijadikan acuan, adapun dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti :¹¹

¹⁰ Fandi Tjiptono, Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi, 2012), h.

¹¹ Dr. Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014), h . 302-303

- 1) Berpakaian dan berpenampilan
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
- 3) Menyapa dengan lembut
- 4) Tenang, sopan, hormat, dan tekun
- 5) Berbicara dengan baik.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

- 1) Komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of mouth communication*), faktor ini sangat menentukan dalam pembentukan harapan pelanggan atas suatu jasa/pelayanan. Pemilihan untuk mengkonsumsi suatu jasa/pelayanan yang bermutu dalam banyak kasus dipengaruhi oleh informasi dari mulut kemulut yang diperoleh pelanggan yang telah mengkonsumsi jasa tersebut sebelumnya.
- 2) Kebutuhan pribadi (*personal need*), yaitu harapan pelanggan bervariasi tergantung pada karakteristik dan keadaan individu yang mempengaruhi kebutuhan pribadi.
- 3) Pengalaman masa lalu (*past experience*), yaitu pengalaman pelanggan merasakan suatu pelayanan jasa tertentu di masa lalu mempengaruhi tingkat harapannya untuk memperoleh pelayanan jasa yang sama dimasa kini dan yang akan datang
- 4) Komunikasi eksternal (*company's external communication*) yaitu komunikasi eksternal yang digunakan oleh organisasi jasa sebagai pemberi pelayanan melalui berbagai bentuk upaya promosi juga memegang peranan dalam pembentukan harapan pelanggan.¹²

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator yang mencirikan kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

- 1) *Reliability*(kehandalan)

¹² Gilang Fhitryan Widsya Pratama, *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa taksi berbasis online*. (Grabcar pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara), skripsi, (Medan : Universitas Sumatera Utara), h. 12-13

Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang tepat dan akurat sehingga langsung dapat dirasakan manfaatnya.

2) *Responsiveness* atau responsive

Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan penjelasan yang benar atas pelayanan yang diberikan dan pertanyaan yang dilontarkan oleh pelanggan.

3) *Assurance* (jaminan)

Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menumbuhkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pelanggannya.

4) *Empathy* (empati)

Kesediaan perusahaan jasa untuk memberikan perhatian secara individual atau perorangan kepada pelanggannya.

5) *Tangibles*(berwujud)

Peralatan atau mesin-mesin yang digunakan dalam melakukan pelayanan cukup modern dan dapat diandalkan.¹³

e. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Pelaku bisnis dalam islam harus konsisten menjalankan perintah Allah SWT. Dan menjauhi larangan-Nya serta bertanggung jawab dalam atas tindakan yang dilakukannya. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

Baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan. Firman Allah SWT.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا^ط مِنْ حَوْلِكَ^ط فَاعْفُ
عَنَّهُمْ^ط وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ^ط فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ط إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ

الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٦﴾

¹³ Fandi Tjiptono, Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi,2012), h. 88-89

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut kepada mereka. Sekira kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka: mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”. (QS. Ali Imran [3]: 159)¹⁴

Menurut Ibn Katsir di dalam tafsirnya al-Qur‘an al-Azhim, sikap lemah lembut yang dimiliki oleh nabi Muhammad SAW itu tiada lain disebabkan karena rahmat Allah yang dianugerahkan kepadanya, sehingga beliau bersikap lemah lembut terhadap mereka. Demikian juga Al-Hasan Al-Basri mengatakan bahwa begitulah akhlak nabi Muhammad SAW yang diutus oleh Allah. Kemudian ayat selanjutnya mengatakan: “Dan jikalau kamu bersikap keras dan berhati kasar tentulah mereka akan menjauh darimu”. Artinya adalah sekiranya kamu kasar dalam bertutur kata dan bekeras hati dalam menghadapi mereka, niscaya mereka bubar darimu dan menjauhimu. Akan tetapi Allah menghimpun mereka disekelilingmu dan membuat hatimu lemah lembut terhadap mereka sehingga mereka menyukaimu. Kemudian disini Rasulullah selalu bermusyawarah dengan mereka apabila menghadapi suatu masalah untuk mengenakkan hati mereka, agar menjadi pendorong bagi mereka untuk melakukannya. Terutama dalam hal peperangan baik itu perang badar, uhud, khandak, dll yang mana beliau selalu bermusyawarah ketika hendak mulai peperangan seperti mengatur strategi perang, dll. Sehingga ketika kamu telah mendapatkan hasil yang bula, maka bertawakallah kepada Allah, sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal kepadanya.¹⁵

Alqur’an juga menyebutkan bahwa manusia yang beriman akan melakukan pekerjaan mereka dengan baik dan memberikan manfaat untuk orang-orang di sekitar mereka.

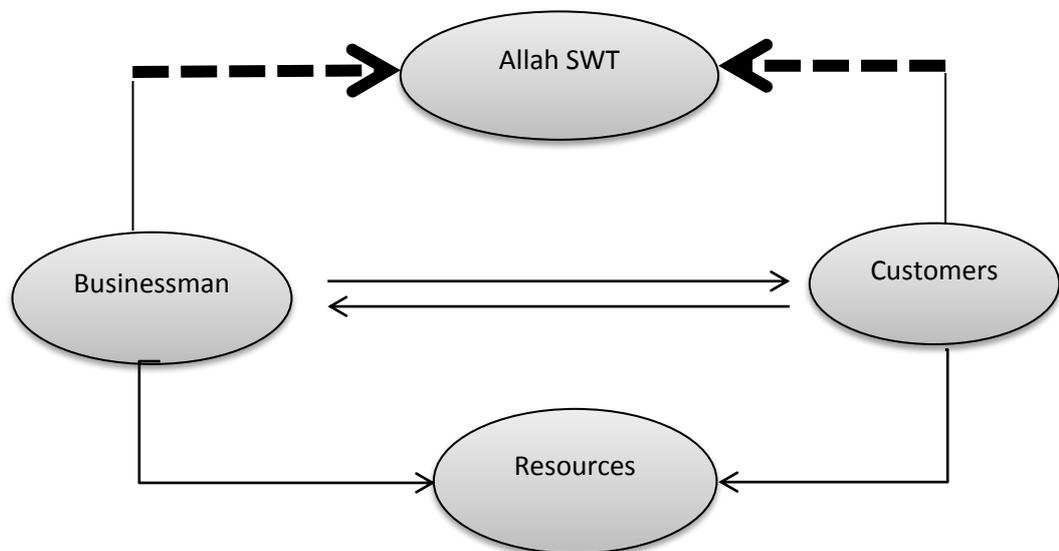
¹⁴ Q.S. Ali Imran 3:159

¹⁵ Ulfa tri wardani, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek*, skripsi, (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017), h. 26-28

إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَٰئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِيَّةِ ﴿٩٨﴾

Artinya : Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh, mereka itu adalah Sebaik-baik makhluk. (QS Al-Bayyinah 98:7)¹⁶

Gambar 2.1
Kualitas Prespektif Islam



Skema tindakan dan tanggung jawab amalan yang dilakukan manusia

Ket:

- . Garis putus menandakan bentuk tanggung jawab kepada Allah SWT.
- .Garis lurus menandakan bentuk transaksi produsen dengan konsumen yang difasilitasi dengan sumber daya.¹⁷

¹⁶ Q.S. Al-Bayyinah 98: 7

¹⁷ Dr.H.Nur Asnawi, Muhammad Asnan fanani, *Pemasaran Syari'ah*, (Depok: PT.Grafindo Persada,2017), h.103

2. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan

Pelanggan memasuki situasi jual beli dengan harapan-harapan tertentu. Pelanggan mempunyai tentang angan-angan tentang perasaan yang ingin mereka rasakan ketika mereka menyelesaikan suatu transaksi atau ketika mereka menggunakan barang yang mereka beli maupun ketika menikmati pelayanan yang telah mereka bayar.

Mencapai tingkat kepuasan pelanggan tertinggi adalah tujuan utama pemasaran. Pada kenyataannya, akhir-akhir ini banyak perhatian tercurah pada konsep kepuasan “total” yang implikasinya adalah mencapai kepuasan sebagai saja tidaklah cukup untuk membuat pelanggan setia dan kembali lagi. Ketika pelanggan merasa puas akan pelayanan yang didapatkan pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang dan jasa yang mereka dapatkan, besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan juga akan merekomendasikan pada teman-teman dan keluarganya tentang perusahaan tersebut dan produk-produknya. Juga kecil kemungkinannya mereka berpaling ke pesaing-pesaing perusahaan. Mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang.

Namun demikian, perusahaan harus berhati-hati agar tidak terjebak pada keyakinan bahwa pelanggan harus dipuaskan tak peduli berapa pun biayanya. Tidak semua pelanggan memiliki nilai yang sama bagi perusahaan. Beberapa pelanggan layak menerima perhatian dan pelayanan yang lebih dibandingkan pelanggan lain.¹⁸

Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan yang puas akan jasa yang ditawarkan biasanya memiliki keinginan untuk kembali menggunakan jasa saat kebutuhan yang sama muncul kembali pada waktu tertentu. Dengan demikian kepuasan adalah faktor utama bagi konsumen melakukan jasa secara berulang.

¹⁸ Ujang Sumarwan et al., *Pemasaran dan Konsumen*, (Bogor: IPB Press, 2012) hlm. 189-199

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan akan puas.¹⁹

b. Faktor Penentuan tingkat kepuasan pelanggan

Setiap perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya dengan cara menyediakan jasa yang mutunya lebih baik lagi, pelayanan yang lebih baik. Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus di perhatikan perusahaan yaitu :

1) Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas Pelayanan

Konsumen akan merasa sangat puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan. Khususnya industri jasa.

3) Emosionaln

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karna kualitas produk, tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4) Harga

Produk mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada konsumennya.

5) Biaya

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan satu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak akan puas.

¹⁹ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 138

Selanjutnya apabila konsumen merasa tidak puas biasanya konsumen melakukan tindakan yang berbeda-beda yaitu : diam saja, dan ada yang protes. Tiga kategori protes konsumen terhadap ketidakpuasan yaitu :

1) Respon suara (voice response)

Meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung kepada perusahaan yang bersangkutan, maupun kepada distributornya.

2) Respon pribadi

Konsumen memperingatkan/memberitahu kolega, teman keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan.

3) Respon pihak ketiga (third party respons)

Konsumen meminta ganti rugi secara hukum, menyebarluaskan lewat media masa dan mendatangi lembaga konsumen secara langsung dan lain-lain.

c. Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator yang mencirikan kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.

2) Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.

3) Kesediaan merekomendasi

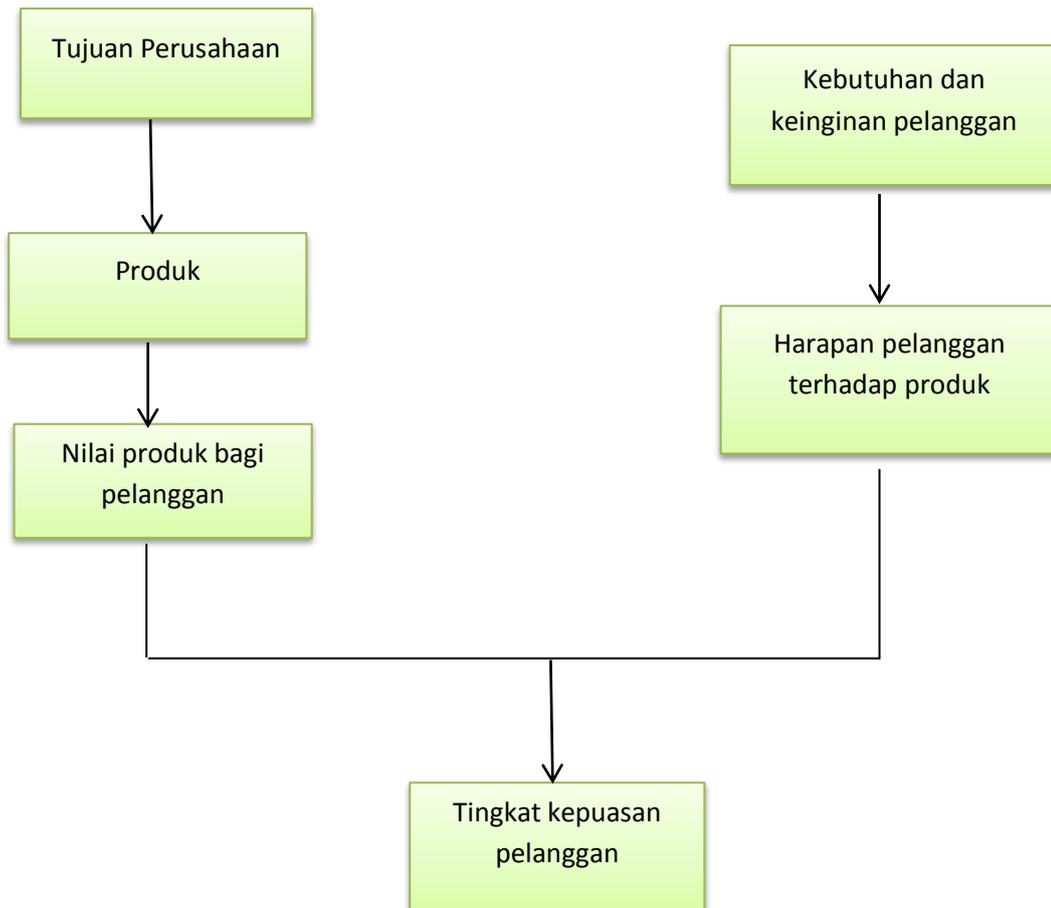
Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasi produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

d. Konsep kepuasan pelanggan

Tujuan dalam suatu bisnis adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat yaitu terciptanya hubungan harmonis antara perusahaan dengan pelanggan, terjadinya pembelian berulang serta terciptanya kesetiaan (loyalitas) pelanggan dalam menggunakan produk dan

jasa yang pada akhirnya dapat menguntungkan perusahaan. Agar tercapai hal tersebut diperlukan konsep kepuasan pelanggan.

Gambar 2.2
Konsep Kepuasan Pelanggan



Dalam mengevaluasi kepuasan pelanggan baik pada produk maupun jasa yang paling utama diperhatikan adalah kualitas, pelayanan dan nilai. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam waktu tertentu ini yang memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen.

Pelayanan tidak hanya sekedar menjawab pertanyaan dan keluhan pelanggan mengenai suatu produk atau jasa yang tidak memuaskan mereka, namun lebih dari pemecahan yang muncul setelah terjadi pembelian. Ada

beberapa metode yang digunakan perusahaan untuk melakukan serta mengukur kepuasan pelanggannya, diantaranya adalah :

- 1) Sistem keluhan dan saran memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk menyampaikan saran, keluhan dan pendapat pelanggan mengenai produk atau jasa. Metode ini bersifat pasif sehingga agak sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya, bisa saja pelanggan beralih kepada penyedia jasa lain dan tidak menggunakan lagi penyedia jasa tersebut. Upaya mendapatkan saran dari pelanggan juga sulit diwujudkan terlebih bila perusahaan tidak memberikan timbal balik yang memadai kepada pelanggan yang telah bersusah payah berpikir menyumbangkan ide untuk perusahaan.
- 2) Survei kepuasan pelanggan. Survei kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan kuesioner, baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian kepada pelanggannya. Pengukuran kepuasan konsumen melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain :
 - a) Directly Reported Satisfaction : pengukuran dilakukan secara langsung kepada konsumen melalui pernyataan seperti ungkapan seberapa puas anda terhadap pelayanan perusahaan dengan skala sebagai berikut: sangat tidak puas, tidak puas, kurang puas, puas, sangat puas.
 - b) Derived dissatisfaction: pernyataan yang diajukan menyangkut dua hal yang utama, yakni besarnya harapan konsumen terhadap atribut tertentu, dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.
 - c) Problem analysis: konsumen yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

- d) Importance-performance analysis : Dalam teknik ini, responden diminta meranking berbagai elemen/atribut tersebut. Selain itu responden diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen atau atribut tersebut.

e. Analisis pelanggan yang hilang (Lost Customer Analysis)

Dalam hal ini perusahaan menghubungi pelanggan yang telah berhenti serta beralih ke perusahaan pesaingnya dengan harapan perusahaan dapat memperoleh informasi dan mengambil kebijakan dalam waktu yang sama akan datang dengan tujuan untuk dapat

Dalam metode pengukuran tingkat kepuasan pelanggan erat hubungannya dengan mutu produk atau jasa. Hal ini sangat bermanfaat bagi pimpinan bisnis yaitu :

- 1) Pimpinan bisnis dapat mengetahui bagaimana caranya untuk melaksanakan proses bisnis yang dijalankan.
- 2) Pimpinan bisnis setiap saat harus membuat perubahan untuk perbaikan serta pada akhirnya pelanggan akan merasa puas terutama pada hal yang dianggap penting oleh pelanggan.
- 3) Pimpinan bisnis harus dapat melihat apakah perubahan yang sudah dilakukan akan membuat perbaikan (*improvement*) pada masa yang akan datang.²⁰

²⁰ Nel Arianty, et.al. *Manajemen Pemasaran*, (Medan: Perdana Publishing,2016), h. 18-

B. Penelitian yang relevan

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini dibutuhkan beberapa hasil penelitian terdahulu, yang pernah saya baca diantaranya :

Tabel 2.1
Penelitian yang relevan

No	Nama penulis	Hasil penelitian	Metode / Variabel	Perbedaan	Kelemahan
1.	Jose Muhamad Isra. Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, S.E., M.M. (PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KONSUMEN UBER CAR, Studi pada Konsumen Uber car di Kota Bandung)	kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Dalam hasil uji parsial (uji-T) diketahui dapat disimpulkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh	variabel indenpenden yaitu Kualitas Pelayan. Dan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen , memperoleh hasil besar dan masuk kedalam kategori baik. Konsumen merasa puas dan pelayanan	Penelitian ini dilakukan pada konsumen dikota bandung sedang saya melakukan penelitian di Mahasiswa/ i Manajemen Bisnis Syari'ah Universitas Muhammad iyah Sumatera Utara	Uber disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan faktor yang paling mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu responsiveness dengan merespon keluhan konsumen dan juga

		signifikan terhadap kepuasan konsumen <i>tangible, emphaty, reliability</i> dan <i>assurance</i> .	yang konsumen terima sesuai dengan harapan para konsumen.		langsung mengkonfirmasi kepada penumpang setelah mendapat pemesanan.
2.	DWI ARYANI dan FEBRINA ROSINTA. (Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan)	kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah <i>reliability, responsiveness, assurance,</i>	Variabel yang paling efisien untuk meningkatkan kualitas layanan adalah <i>reliability</i> karena setiap perusahaan meningkatkan <i>reliability</i> sebesar satu poin maka kualitas	Membentuk loyalitas pelanggan	untuk lebih meningkatkan variabel Daya Tanggap misal karyawan lebih cepat untuk mengantar pesanan atau melayani apapun yang diminta konsumen dan juga lebih tanggap terhadap keluhan

		<p><i>empathy</i>, dan <i>tangibility</i>. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.</p>	<p>pelayanan pada pelanggan akan meningkat .</p>		<p>konsumen. karyawan harus lebih profesional dalam melayani konsumen atau dengan kata lain memberikan pelayanan pada yang lebih dahulu datang dan memesan, memberikan pelayanan harus lebih tepat waktu dan memberikan pesanan sesuai dengan yang dipesan.</p>
--	--	---	--	--	---

3.	<p>Basrah Saidani dan Samsul Arifin. (PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI PADA RANCH MARKET)</p>	<p>penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dan kausal. Dan penelitian juga menggunakan dua variabel independen yaitu variabel kualitas produk dan kualitas layanan dan juga variabel dependen yaitu variabel kepuasan konsumen dan minat beli ulang.</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian survei yang merupakan salah satu bagian dari pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis</p>	<p>Yang dibahas dalam penelitian ini adalah kepuasan terhadap minat beli pada ranch market, sedangkan saya akan membahas tentang kepuasan pada taxi online (Grab)</p>	<p><i>supermarket</i> harus menjaga kualitas produk dari awal produk datang dari <i>supplier</i> sampai kepada pembeli akhir, hal ini dikarenakan masih saja terdapat produk yang tidak layak jual walaupun produk tersebut baru saja datang. dan memberikan pelatihan kepada karyawan sehingga karyawan dapat memberikan</p>
----	--	---	--	---	---

			statistik		dan melakukan standar pelayanan kepada pelanggan.
4.	Rifaldi, Kadunci dan Sulistyowati. (PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI ONLINE)	Berdasarkan hasil analisis korelasi sederhana didapatkan korelasi yakni 0,641 yang berarti terjadi hubungan yang se	Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel kualitas pelayanan sebagai variabel <i>independen</i> (bebas) dengan	Penelitian disini membahas tentang gojek sedangkan saya akan membahas tentang kepuasan pelanggan terhadap taksi online (Grab)	Pihak Gojek harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan memperhatikan kepuasan pelanggan agar para pelanggan menjadi setia

		<p>dang dengan hubungan yang positif karena nilai R positif. Sedangkan berdasarkan hasil indeks determinasi, presentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 41,1% yang berarti menunjukkan hubungan yang sangat kuat.</p>	<p>menggunakan lima indikator penelitian, yaitu Bukti tampilan (<i>Tangibles</i>), Kehandalaan (<i>Reability</i>), Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>), Jaminan (<i>Assurance</i>), dan Empati (<i>Emphaty</i>). Dan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel <i>dependent</i> (terikat) dengan menggunakan lima</p>		<p>menggunakan jasa Gojek. Para pelanggan gojek hendaknya memberikan masukan yang obyektif kepada pihak Gojek demi kemajuan Gojek</p>
--	--	---	---	--	---

			indikator penelitian, yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional , Harga, dan Biaya.		
--	--	--	--	--	--

C. Kerangka Berpikir

Grab sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyedia transportasi online, dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya agar bisa memuaskan pelanggannya. Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan.

Gambar 2.3
Kerangka Berpikir



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang

empirik.²¹ Berdasarkan latar belakang dan kerangka pemikiran, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian, yaitu :

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan taksi online (Grab)

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Yogyakarta : Balai Penerbitan Fakultas Ekonomi, 2007), h. 64

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan menguraikan gambaran keterikatan antar suatu variabel dengan variabel lainnya mengenai obyek yang diteliti.²² Penelitian Asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel.²³

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa/i manajemen bisnis syariah fakultas agama islam di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang menggunakan taksi online (grab).

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2018 sampai bulan Maret 2019 di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Yang digambarkan pada tabel III-1 berikut.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Yogyakarta : Balai Penerbitan Fakultas Ekonomi, 2007), h. 84

²³ Kris H. Timotius, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2017), h. 16

Tabel 3.1
Jadwal Pelaksanaan Waktu Penelitian Kegiatan

Keterangan	Bulan dan Minggu																							
	Okober				November				Desember				Januari				Febuari				Maret			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																								
Penyusunan Proposal																								
Bimbingan Proposal																								
Seminar Proposal																								
Pengumpulan Data																								
Bimbingan Skripsi																								
Sidang Skripsi																								

C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁴ Maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa manajemen bisnis syari'ah fakultas agama islam di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tahun ajaran 2015 s/d 2018 pengguna aplikasi taksi online (Grab) yang jumlahnya tidak diketahui.

²⁴ Sugiyono, *Metode penelitian pen didikan* : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 117

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Banyaknya pengguna aplikasi taksi online (Grab) pada mahasiswa manajemen bisnis syari'ah fakultas agama islam di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dan keterbatasan penulis maka sampel dalam penelitian ini yang akan diambil adalah seluruh mahasiswi putri tahun ajaran 2015 s/d 2018 jurusan manajemen bisnis syari'ah yaitu 182 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode random sampling dengan rumus solvin.²⁵

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan:

n =Ukuran Sampel

N =Ukuran populasi

e =Kelonggaran ketidak telitian krena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditelolir atau diinginkan 10% atau 0,10.

Dengan rumus diatas diperoleh jumlah sampel

$$n = \frac{182}{1+182 (0,10)^2} = 65 \text{ orang}$$

Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah 99 orang mahasiswa manajemen bisnis syari'ah fakultas agama islam di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pengguna aplikasi ojek online (Grab).

²⁵ Azuar Juliandi & Irfan, *Metodologi penelitian kuantitatif*, (Bandung : Citapustaka media perintis, 2014). h. 59

Tabel 3.2
Data jumlah mahasiswa manajemen syar'iah tahun 2015 s/d 2018

No	Mahasiswa	Tahun Ajaran	Kelas	Jumlah
1	Putri	2015	BMS 1 Pagi	23
2	Putri	2015	BMS 1 Sore	9
3	Putri	2016	BMS 1 Pagi	25
4	Putri	2016	BMS 1 Sore	4
5	Putri	2017	BMS 1 Pagi	34
6	Putri	2017	BMS 1 Sore	3
7	Putri	2018	MBS 1A Pagi	28
8	Putri	2018	MBS B1 Pagi	28
9	Putri	2018	MBS C1 Pagi	19
10	Putri	2018	MBS A2 Sore	9
	Total			182

3. Teknik penarikan sampel

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini data diperoleh melalui wawancara langsung kepada reponden atau dengan kata lain adalah Mahasiswa manajemen bisnis syar'ah fakultas agama islam di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan berpendoman pada kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sebagai acuan pewawancara dalam melakukan wawancara meliputi identitas responden, kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik) dan kepuasan pelanggan dari konsumen yang pernah menggunakan taksi online (grab) yaitu mahasiswa manajemen bisnis syari'ah fakultas agama islam di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan sebagai pelengkap dari data primer diperoleh dari *library search*, terutama dari *text book*, majalah, surat kabar, dan buletin, serta literatur penunjang untuk membantu analisis data primer yang diperoleh.

Studi dokumentasi yaitu mengumpulkan data melalui buku, jurnal dan internet yang menjadi bahan referensi pendukung bagi peneliti.

D. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah semuwa variabel yang tergantung dalam hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun yang menjadi definisi operasional dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Variabel terikat Y (Kepuasan pelanggan) dan Variabel X1 (Kualitas Pelayanan).

E. Definisi Operasional Variabel

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak akan puas. Selanjutnya apabila konsumen merasa tidak puas biasanya konsumen melakukan tindakan yang berbeda-beda yaitu : diam saja, dan ada yang protes

Indikator kepercayaan terdiri dari, yaitu:

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasi

2. Kualitas Pelayanan (X)

Oleh sebab itu, pemahaman mengenai kualitas kemudian diperluas menjadi “*fitness for use*” dan “*conformance to requirements*”. Kualitas mencerminkan semuwa dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan.

Indikator kepercayaan terdiri dari, yaitu:

- 1) *Reability* (keandalan)
- 2) *Responsiveness* (daya tanggap)
- 3) *Assurance* (jaminan)
- 4) *Tangibles* (bentuk fisik)
- 5) *Emphaty* (empati)

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian ini adalah kuesioner yang teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada konsumen untuk dijawab. Dalam penyusunan kuesioner ini penulis menggunakan *skala likert* dengan bentuk *checklist* (\surd) dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi yaitu :

Tabel 3.3
Skala Likert

Pertanyaan	Bobot
1. Sangat Setuju (SS)	5
2. Setuju (S)	4
3. Kurang Setuju (KS)	3
4. Tidak Setuju (TS)	2
5. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Berikut ini kisi-kisi instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Indikator kualitas dan kepuasan

No	Variabel	Indikator	Jenis data
1	Kualitas pelayanan (x)	1. <i>Reability</i> (keandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 3. <i>Assurance</i> (jaminan) 4. <i>Emphaty</i> (empati) 5. <i>Tangibles</i> (bentuk	1,2. 3,4,5,6. 7,8,9. 10,11. 12,13,14,15.

		fisik)	
2	Kepuasan pelanggan (y)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasi	1,2,3. 4,5,6,7,8,9,10. 11,12,13,14,15

G. Instrumen Penelitian

1. Uji Kualitas data

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.²⁶ Dalam penelitian ini pengukuran validitas dilakukan dengan teknik kolerasi *product moment*. Teknik ini dikembangkan oleh karl person dan sering kali disebut teknik kolerasi pearson.

$$xy = \frac{n(\sum xiyi) - (\sum xi)(\sum yi)}{\sqrt{[n \cdot \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2][n \cdot \sum yi^2 - (\sum yi)^2]}}$$

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2006, h. 76

Keterangan:

n = Banyaknya pasangan pengamatan

$\sum X$ = Jumlah pengamatan variabel x

$\sum Y$ = Jumlah pengamatan variabel y

$(\sum X^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel x

$(\sum Y^2)$ = Jumlah pengamatan variabel y

$(\sum X)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel x

$(\sum Y)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel y

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali x dan y

Kriteria pengujian Validitas Instrumen :

- a. Jika sig 2 tailed $< \alpha$ 0,05 maka butir instrumen tersebut valid
- b. Jika sig 2 tailed $> \alpha$ 0,05 maka butir instrumen tersebut tidak valid dan harus dihilangkan.

Untuk mengetahui kelayakan dan tingkat kepercayaan instrument dari angket/questioner yang digunakan dalam penelitian, maka digunakan uji validitas dan realibilitas yaitu untuk penelitian cukup layak digunakan dan dapat dipercaya sehingga mampu menghasilkan data yang akurat dengan tujuan ukurnya.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengujian untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrument yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Rumus *Cronbach Alpha*.²⁷

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik secara sederhana bertujuan untuk mengidentifikasi apakah model regresi merupakan model yang baik atau tidak. Ada beberapa pengujian asumsi klasik yang penulis gunakan dalam penelitian ini, yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas ini memiliki dua

²⁷ Azuar Juliandi, *Metode penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2014), h. 86

cara untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak yaitu melalui pendekatan grafik. Pada pendekatan histogram data berdistribusi normal apabila distribusi data tersebut tidak m elenceng kekiri atau kekanan.Pada pendekatan grafik, data berdistribusi normal apabila titik mengikuti data sepanjang garis diagonal.

b. Uji Multikolonieritas

Digunakan untuk menguji apakah pada regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat/ tinggi diantara variabel independen. Apabila terdapat korelasi antara variabel bebas maka terjadi multikolinearitas, demikian juga sebaliknya.Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara diantara variabel independen.Pengujian multikolonieritas dilakukan dengan melihat VIF antar variabel independen dan nilai tolerance. Batasan yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah tolerance $< 0,10$ sama dengan VIF > 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Ada tidaknya heteroskedasitas dapat diketahui dengan melihat grafik scatterplot antar nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas antara lain:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik- titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak erjadi heterokedastisitas. Atau homoskedastisitas.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan, metode

analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode regresi sederhana.

1. Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

- Y = Variabel terikat (Kepuasan pelanggan)
 a = Konstanta
 b = Besaran koefisien Regresi
 X = Variabel bebas (Kualitas Pelayanan)

a. Uji t (uji persial)

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan bantuan komputer program *Statistical Package For Social Sciences*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signficane level tarafnya nyata 0,05 ($\alpha = 5\%$).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

r = Korelasi xy

n = Jumlah sampel

t = t hitung

b. Koefisien Determinasi (D)

Untuk menguji koefisien determinasi (D) yaitu untuk mengetahui seberapa besar persentase yang dapat dijelaskan X dan variabel Y adalah:

$$d = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

d = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Institusi

1. Profil Perusahaan Grab

Grab sebelumnya dikenal sebagai (**GrabTaxi**) merupakan salah satu Peran yang bermarkas di Singapura dan paling sering digunakan di Asia Tenggara, menyediakan layanan kebutuhan sehari-hari bagi para pelanggan termasuk perjalanan, pesan antar makanan, pengiriman barang dan pembayaran menggunakan dompet digital. Saat ini Grab menyediakan layanan di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, Vietnam, Myanmar, dan Kamboja. Grab yakin bahwa setiap masyarakat di Asia Tenggara harus mendapatkan keuntungan dari ekonomi digital, dan perusahaan memberikan akses untuk layanan transportasi yang aman dan terjangkau, layanan pesan antar makanan dan pengiriman barang, serta layanan pembayaran *mobile* dan finansial.

Di Indonesia, Grab melayani pemesanan kendaraan seperti ojek (GrabBike), mobil (GrabCar), dan taksi (GrabTaksi) serta kurir (GrabExpress), pesan-antar makanan (GrabFood), dan *carpooling* sosial (GrabHitch Car). Saat ini Grab tersedia di 125 kota di seluruh Indonesia, mulai dari Banda Aceh, hingga Jayapura. Baru-baru ini Grab meluncurkan layanan GrabGerak, sebuah solusi unik yang pertama kali disediakan untuk mendukung para penyandang disabilitas untuk bergerak dan mendapatkan lebih banyak akses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

2. Profil Pendiri Grab

Salah satu pendiri Grab yang bernama Anthony Tan seorang warga negara Malaysia dan anak bungsu dari tiga bersaudara. Ayahnya, Tan Heng Chew, lulusan ilmu teknik, dikenal sebagai salah satu orang terkaya dinegara tersebut ditahun 2015. Sementara ibunya adalah seorang pialang saham yang cukup punya nama di Malaysia. Jadi, bisa dikatakan bahwa darah bisnis Anthony Tan di turunkan dari kedua orang tuanya.

Tidak cukup sampai disitu, kakek Anthony Tan juga seorang pembisnis yang bergerak di bidang perakitan mobil sekaligus termasuk ke dalam jaringan distribusi mobil keluaran Jepang di negara Malaysia, bernama Tan Yuet Foh. Bahkan saat ini Tan Chong Motor Holdings BDN (Perusahaan milik kakek Anthony Tan) telah berhasil menjadi distributor utama mobil Jepang dengan brand Nissan di negara tersebut.

Anthony Tan yang merupakan lulusan jurusan ekonomi University Of Chicago di Amerika pada tahun 2004 ini juga telah mendapatkan gelar Master-nya di Harvard Business School pada tahun 2011.²⁸



Gambar 4.1 Perusahaan Logo Grab

3. Fitur Grab yang ditawarkan

Aplikasi grab menawarkan 5 pilihan layanan transportasi mulai dari taksi mobil pribadi, sepeda motor hingga pengiriman paket untuk memenuhi kebutuhan

²⁸ Sejarah dan Perkembangan Perusahaan, [https://id.wikipedia.org/wiki/Grab_\(aplikasi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Grab_(aplikasi)), (diakses, 05 September 2016).

penumpang di Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, Vietnam dan Indonesia yang meliputi :

- a. Grab Taxi : Layanan taksi premium dengan terluas di Asia Tenggara.
- b. Grabcar : Layanan transportasi untuk mereka yang memilih kenyamanan berkendara layaknya menggunakan mobil pribadi.
- c. GrabBike : Sebuah alternatif layanan transportasi untuk mereka yang ingin lebih cepat dan aman sampai ketujuan.
- d. GrabExpress : Layanan pengiriman paket yang cepat, aman dan terpercaya.

4. Visi dan Misi Grab

a. Visi

Visi Grab adalah untuk “ Menjadi yang terdepan di Asia Tenggara” dengan memecahkan permasalahan transportasi yang ada serta memberikan kemudahan mobilitas pada 620 juta orang di Asia Tenggara.

b. Misi

- 1) Membuat platform transportasi yang paling aman.
- 2) Membuat semua orang dapat mengakses pelayanan transportasi yang baik.
- 3) Meningkatkan taraf hidup mitra Grab.²⁹

B. Deskripsi Karakteristik Responden

1. Jenis kelamin

Adapun karakteristik responden dari penelitian ini yang meliputi kelamin dan usia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 65 orang Mahasiswa Manajemen Bisnis Syari'ah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, yang berusia 17 tahun sampai 25 tahun yang menggunakan Jasa taksi online (Grab). Berdasarkan data deskriptif dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa

²⁹ PT.Grab Indonesia “ Visi Misi PT. Grab Indonesia”, <https://visimisi95.blogspot.com/2018/08/visi-misi-profil-grab.html>, (diakses 2018)

presentase responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 65 orang dengan presentase sebesar 100.

Tabel 4.1
Jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Perempuan	65	100
	Jumlah	65	100

Sumber : Kantor Biro Fakultas Agama Islam

2. Usia

Berdasarkan data pada Tabel 4.2 di bawah ini, dapat diketahui bahwa presentase responden yang berusia 17 tahun sampai 20 tahun dalam penelitian ini sebanyak 40 orang dengan presentase sebesar 61.5 persen. Dan untuk responden yang berumur 21 sampai 25 tahun dalam penelitian ini sebanyak 25 orang dengan presentase sebesar 38.5 persen. Yang mendominasi dalam penelitian ini adalah umur 17 tahun sampai 20 tahun.

Tabel 4.2
Usia

Usia	Jumlah	Presentase
17- 20	40	61.5
21- 25	25	38.5
Jumlah	65	100

Sumber: SPSS 16.0

C. Penyajian Data

Dalam penyebaran angket, variabel kualitas pelayanan 15 butir pernyataan, dan kepuasan pelanggan juga sebanyak 15 pernyataan yang harus di isi oleh responden yang berjumlah 65 orang. Jawaban kuesioner disediakan dalam 5 alternatif jawaban, yaitu:

:

Tabel 4.3
Kriteria Jawaban Responden

Kriteria	Keterangan
SS	Sangat Setuju
S	Setuju
KS	Kurang Setuju
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

Dibawah ini akan dilampirkan persentase jawaban dari setiap pernyataan yang telah disebarkan kepada responden.

Tabel 4.4
Skor Angket Untuk Variabel Kualitas Pelayanan

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	30	46.2	34	52.3	1	1.5	0	0	0	0	65	100
2	30	46.2	30	46.2	4	6.2	1	1.5	0	0	65	100
3	21	32.3	37	56.9	6	9.2	1	1.5	0	0	65	100
4	25	38.5	38	58.5	2	3.1	0	0	0	0	65	100
5	16	24.6	41	63.1	5	7.7	3	4.6	0	0	65	100
6	21	32.3	41	63.1	1	1.5	2	3.1	0	0	65	100
7	17	26.2	22	33.8	21	32.3	5	7.7	0	0	65	100
8	24	36.9	36	55.4	4	6.2	1	1.5	0	0	65	100

9	22	33.8	37	56.9	6	9.2	0	0	0	0	65	100
10	19	29.2	39	60.0	7	10.8	0	0	0	0	65	100
11	22	33.8	36	55.4	5	7.7	2	3.1	0	0	65	100
12	25	38.5	36	55.4	3	4.6	1	1.5	0	0	65	100
13	26	40.0	37	56.9	2	3.1	0	0	0	0	65	100
14	24	36.9	37	56.9	2	3.1	2	3.1	0	0	65	100
15	22	33.8	40	61.5	3	4.6	0	0	0	0	65	100

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui pertanyaan variabel kualitas pelayanan , yaitu:

- a. Untuk item pertanyaan ke-1 (P1) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 34% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (tidak setuju dan sangat tidak setuju).
- b. Untuk item pertanyaan ke-2 (P2) menunjukkan Frekuensi tertinggi yang sama antara (sangat setuju) dan (setuju) sebesar 30% dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- c. Untuk item pertanyaan ke-3 (P3) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 37% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- d. Untuk item pertanyaan ke-4 (P4) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 38% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (tidak setuju dan sangat tidak setuju).
- e. Untuk item pertanyaan ke-5 (P5) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 41% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- f. Untuk item pertanyaan ke-6 (P6) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 41% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- g. Untuk item pertanyaan ke-7 (P7) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 22% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).

- h. Untuk item pertanyaan ke-8 (P8) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 36% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- i. Untuk item pertanyaan ke-9 (P9) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 37% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- j. Untuk item pertanyaan ke-10 (P10) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 39% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- k. Untuk item pertanyaan ke-11 (P11) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 36% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- l. Untuk item pertanyaan ke-11 (P12) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 36% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- m. Untuk item pertanyaan ke-12 (P13) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 36% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- n. Untuk item pertanyaan ke-13 (P14) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 37% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- o. Untuk item pertanyaan ke-14 (P15) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 37% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- p. Untuk item pertanyaan ke-15 (P15) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 40% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (tidak setuju dan sangat tidak setuju).

Tabel 4.5
Skor Angket Untuk Variabel kepuasan pelanggan

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	32	49.2	29	44.6	4	6.2	0	0	0	0	65	100
2	22	33.8	43	66.2	0	0	0	0	0	0	65	100
3	22	33.8	40	61.5	3	4.6	0	0	0	0	65	100
4	27	41.5	34	52.3	3	4.6	1	1.5	0	0	65	100
5	20	30.8	42	64.6	3	4.6	0	0	0	0	65	100
6	25	38.5	37	56.9	3	4.6	0	0	0	0	65	100
7	21	32.3	42	64.6	2	3.1	0	0	0	0	65	100
8	20	30.8	37	56.9	8	12.3	0	0	0	0	65	100
9	23	35.4	32	49.2	9	13.8	1	1.5	0	0	65	100
10	29	44.6	34	52.3	1	1.5	1	1.5	0	0	65	100
11	17	26.2	39	60.0	9	13.8	0	0	0	0	65	100
12	21	32.3	32	49.2	10	15.4	2	3.1	0	0	65	100
13	15	23.1	40	61.5	5	7.7	5	7.7	0	0	65	100
14	14	21.5	41	63.1	7	10.8	3	4.6	0	0	65	100
15	25	38.5	36	55.4	3	4.6	1	1.5	0	0	65	100

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui pertanyaan variabel kepuasan pelanggan , yaitu:

- a. Untuk item pertanyaan ke-1 (P1) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 32% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (tidak setuju dan sangat tidak setuju).
- b. Untuk item pertanyaan ke-2 (P2) menunjukkan Frekuensi tertinggi sebesar 43% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju).
- c. Untuk item pertanyaan ke-3 (P3) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 40 % (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (tidak setuju dan sangat tidak setuju).

- d. Untuk item pertanyaan ke-4 (P4) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 34% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- e. Untuk item pertanyaan ke-5 (P5) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 42% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- f. Untuk item pertanyaan ke-6 (P6) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 37% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- g. Untuk item pertanyaan ke-7 (P7) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 42% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- h. Untuk item pertanyaan ke-8 (P8) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 37 % (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (tidak setuju dan sangat tidak setuju).
- i. Untuk item pertanyaan ke-9 (P8) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 37% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- j. Untuk item pertanyaan ke-9 (P9) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 32% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- k. Untuk item pertanyaan ke-10 (P10) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 34% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- l. Untuk item pertanyaan ke-11 (P11) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 39% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- m. Untuk item pertanyaan ke-12 (P12) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 32% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).

- n. Untuk item pertanyaan ke-13 (P13) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 46% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- o. Untuk item pertanyaan ke-14 (P14) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 41% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).
- p. Untuk item pertanyaan ke-15 (P15) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 36% (setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 0 % (sangat tidak setuju).

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji keabsahan dalam penelitian, sering ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Suatu penelitian yang memadai apabila suatu data penelitian valid, reliabel dan obyektif, sehingga suatu data penelitian yang dianggap akurat maka perlu dilakukan suatu pengujian validitas.

Tabel 4.6

Hasil Analisa Item Pernyataan Kualitas pelayanan

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0,556	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 2	0,538	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 3	0,654	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 4	0,453	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 5	0,568	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 6	0,574	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 7	0,553	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 8	0,454	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 9	0,567	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 10	0,678	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 11	0,664	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 12	0,343	$0,005 < 0,05$	Valid

Item 13	0,083	0,511 < 0,05	Tidak Valid
Item 14	0,692	0,000 < 0,05	Valid
Item 15	0,432	0,000 < 0,05	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0

Berdasarkan data tabel diatas, dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan, item1, item2, item3, item4, item5, item6, item7, item8, item 9 item 10, item11, item12, item14, item15 dinyatakan valid, sedangkan item 13 dari kualitas pelayanan dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.7

Hasil Analisa Item Pernyataan Kepuasan pelanggan

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0,453	0,000 < 0,05	Valid
Item 2	0,496	0,000 < 0,05	Valid
Item 3	0,530	0,000 < 0,05	Valid
Item 4	0,552	0,000 < 0,05	Valid
Item 5	0,501	0,000 < 0,05	Valid
Item 6	0,633	0,000 < 0,05	Valid
Item 7	0,439	0,000 < 0,05	Valid
Item 8	0,670	0,000 < 0,05	Valid
Item 9	0,431	0,000 < 0,05	Valid
Item 10	0,452	0,000 < 0,05	Valid
Item 11	0,434	0,000 < 0,05	Valid
Item 12	0,405	0,001 < 0,05	Valid
Item 13	0,578	0,000 < 0,05	Valid
Item 14	0,412	0,001 < 0,05	Valid
Item 15	0,555	0,000 < 0,05	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0

Berdasarkan data tabel diatas, dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel kepuasan pelanggan semuanya hasilnya valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>	Status
Kualitas Pelayanan	0,810	15	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,781	15	Reliabel

Sumber : diolah spss 16.0

Berdasarkan tabel analisis diatas diketahui bahwa Variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai *Cronbrach's* sebesar $0,810 > 0,6$. Variabel kepuasan pelanggan diperoleh nilai *Cronbrach's* sebesar $0,781 > 0,6$. Oleh karena itu, semuwa variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbrach's Alpha* diatas 0,6 maka dapat dikatakan instrumen penelitian ini reliabel

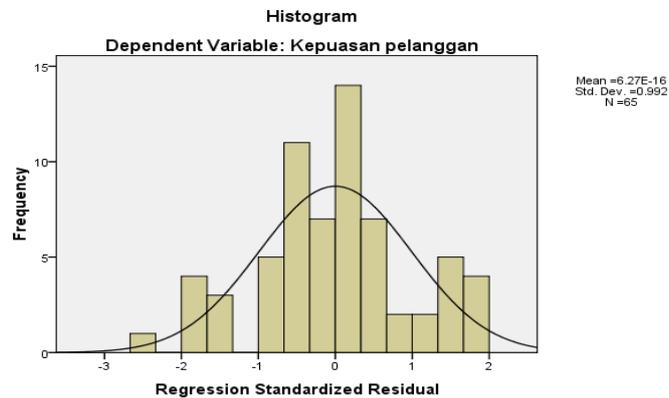
3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Pada uji normalitas data dilakukan melalui perhitungan regresi dengan *SPSS 16.0* yang dideteksi melalui dua pendekatan grafik, yaitu analisa grafik hostogram dan analisa grafik normal p-plot yang membandingkan antara dua observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Berikut ini dua penjelasan dari grafik-grafik tersebut.

1. Grafik Histogram

Berikut ini data berdistribusi normal, seperti yang terlihat pada gambar 4.2 berikut :

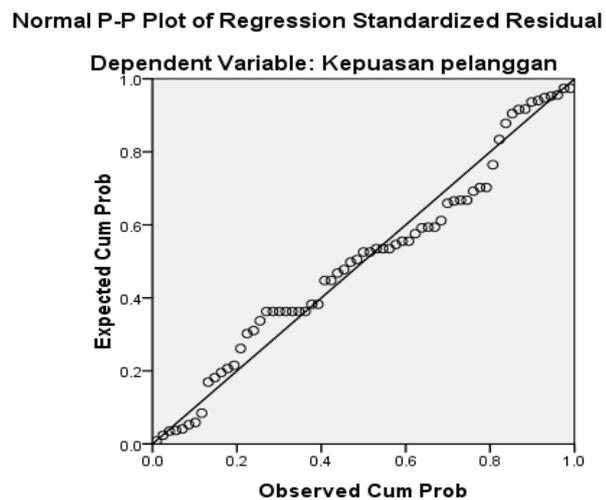


Gambar 4.2
Grafik Histogram

Berdasarkan tampilan gambar diatas, dapat dilihat bahwa dari grafik histogram yang berbentuk lonceng, grafik tersebut tidak miring kesamping kiri maupun kanan yang artinya adalah data berdistribusi normal.

2. Grafik Normal P-plots.

Berikut ini dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal seperti pada gambar 4.3 berikut :



Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal artinya data antara variabel dependent dan independennya memiliki hubungan atau distribusi yang normal atau memenuhi uji asumsi klasik.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditentukan adanya kolerasi yang tinggi diantaranya variabel bebas, dengan ketentuan :

- 1) Bila Tolerance $< 0,1$ atau sama dengan $VIF > 5$ maka terdapat masalah multikolinearitas yang serius.
- 2) Bila Tolerance $> 0,1$ atau sama dengan $VIF < 5$ maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

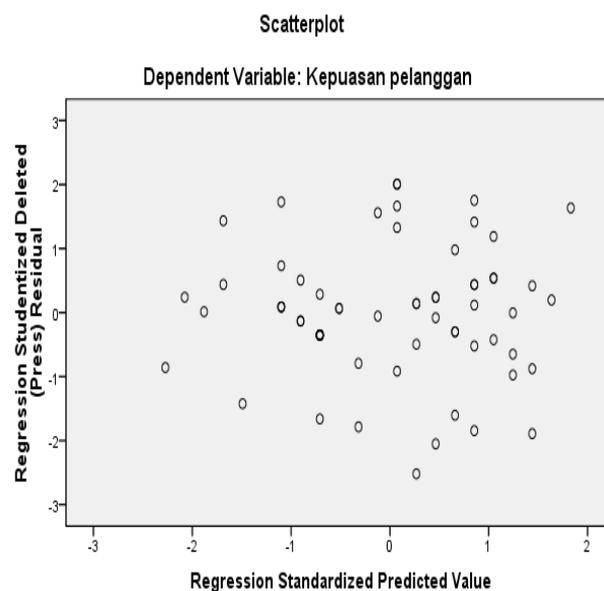
Coefficients			
Model		Collinearity	
		Toleranca	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	1.000	1.000
a. Dependent Variabel : Kepuasan Pelanggan			

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel Kualitas pelayanan (X) dan Kepuasan pelanggan (Y) sama yaitu sebesar 1.000 lebih kecil dari 5. Demikian juga nilai *Tolerance* pada variabel kualitas pelayanan yaitu 0,1.000 lebih besar 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independen yang diindikasikan dari nilai tolerance setiap variabel independen lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 5.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi penelitian ini, analisis yang dilakukan adalah dengan metode informal. Metode informal dalam pengujian heterokedastisitas yakni metode grafik dan metode *scatterplot*. Dasar analisis yaitu sebagai berikut.

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik membentuk suatu pola yang teratur maka terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jeda serta titik-titik menyebar tidak teratur, maka tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 4.4
Uji Heterokedastisitas

Gambar diatas dapat dilihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat pada titik-titik atau

plot yang menyebar. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Regresi Linier Sederhana

Model regresi linear sederhana yang digunakan adalah kualitas pelayanan sebagai variabel dependent dan independent. Dimana analisis sederhana berguna untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependent dengan variabel independent.

Tabel 4.10
Hasil Uji Linier Sederhana.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.652	4.916		3.997	.000
Kualitas pelayanan	.691	.077	.749	8.971	.000

Sumber : SPSS 16.0

- a. Nilai Konstanta sebesar 19.652. artinya apabila nilai variabel independen dianggap tidak mengalami perubahan. Maka kualitas pelayanan dianggap mengalami peningkatan.
- b. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X) adalah 0,691 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Artinya, jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan atau ditingkatkan 1 nilai, dapat disimpulkan bahwa nilai kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0.691

a. Hasil Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas (X) secara individual mempunyai hubungan signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Untuk menguji signifikan hubungan, digunakan rumus uji t sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil uji t (Persial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.652	4.916		3.997	.000
Kualitas pelayanan	.691	.077	.749	8.971	.000

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 16.0

a. Dependent variable kepuasan pelanggan

Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 5\%$ dengan nilai t, untuk $n = 65$, Variabel bebas $65 - 2 = 63$ adalah 1.998

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara individual (Parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel kepuasan pelanggan. dari pengolahan *SPSS 16.0* maka dapat diperoleh hasil uji t sebagai berikut :

$$t_{hitung} = 8.971$$

$$t_{tabel} = 1.998$$

dari kriteria pengambilan keputusan :

a. H_0 diterima $1.998 \leq t_{hitung} \leq 8.971$ pada $\alpha = 5\%$

1. $t_{hitung} < 8.971$

2. $t_{tabel} > 1.998$

b. Koefisien Determinasi (R-Square)

Uji Koefisien determinasi dilakukan untuk melihat besarnya pengaruh tangible terhadap kepuasan pelanggan taxi online (Grab) . Adapun determinasi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Koefesien Determinasi (R-Square)
Model Summary⁶

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 ^a	.561	.554	3.15415

Sumber : diolah SPSS 16.0

- a. Model Summary Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan
 b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Dari tabel diatas dapat dijelaskan $R^2 = 0,561$ yang berarti menjelaskan besarnya pengaruh tangible , reliability, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 56,1 % dan sisahnya 43,9 % dijelaskan variabel lainnya.

E. Interpretasi Hasil Analisis Data

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian diatas , nilai t_{hitung} Kualitas Pelayanan adalah sebesar 8.971 dan t_{tabel} diketahui sebesar 1.998. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ Atau $8.971 > 1.998$. Dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih besar dari 0,05) artinya H_0 ditolak (H_a diterima). Berdasarkan hasil tersebut dapat kesimpulan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan taxi online (grab) pada mahasiswa manajemen bisnis syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Arie Sulistyawati1Ni Ketut Seminari. kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin bagus pelayanan taxi online (Grab) akan meningkatkan kepuasan dari pelanggannya. Karena jika pelayanan memuaskan maka konsumen akan merasa puas, semakin baik tingkat kualitas pelayanan maka akan semakin membuat atau menarik daya minat pelanggan. karena hakikatnya kualitas pelayanan ini dipengaruhi bagaimana cara melayani pelanggan itu dengan baik.

Kepuasan pelanggan juga berpengaruh bagi perusahaan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin menguntungkan bagi pihak perusahaan Grab.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Grab Online secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Adapun kesimpulan didalam penelitian ini antara lain :

1. Hasil pengujian diperoleh nilai untuk variabel pelayanan menunjukkan dengan nilai signifikan sehingga dapat disimpulkan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap kualitas pelayanan yang dapat diberikan oleh transportasi Grab online sebagai berikut :

1. Seharusnya perusahaan grab menegaskan ke semua driver agar tidak meminta uang lebih kepada konsumen, sehingga tidak terjadinya kekecewaan untuk menggunakan kembali jasa taksi online (Grab).

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, Nel et.all. *Manajemen Pemasaran*, (Medan: Perdana Publishing, 2016).
- Asnawi Nur, Asnan fanani Muhammad, *Pemasaran Syari'ah*, (Depok:PT. Grafindo Persada,2017).
- Gilang Fhitryan Widya Pratama, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa taksi berbasis online (Grabcar pada mahasiswa Universitas Sumatera Utara)*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2017).
- H. Timotius Kris, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2017).
- Hendryadi, Suryani, *Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi islam*,(Jakarta : Prenadamedia Group, 2016).
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Grab_\(aplikasi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Grab_(aplikasi)), (diakses, 05 September 2016).
- Juliandi Azuar, *Metode penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2014).
- Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014).
- Kotler, Philip, Lane Keller Kevin, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009).
- Karsasih Dwi, Murniati Sri, *Pengaruh kualitas pelayanan transportasi online PT.Gojek indonesia terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas Tridinanti Palembang*. (Palembang: Universitas Tridinanti,2018), No. 1, Vol. 7
- Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba empat, 2013),
- Muhamad Isra Jose, Mochamad Trenggana Arlin Ferlina, *Pengaruh kualitas playanan terhadap kepuasan konsumen uber car*,(Studi Pada Konsumen Uber Car di kota Bandung). (Bandung: Universitas Telkom,2017), No. 3, Vol. 4
- Ni Nyoman yuliarmi dan putu riyasa, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Kota Denpasar*, (Denpasar : Universitas Udayana,2007), No. 1, Vol.12
- PT.Grab Indonesia “ Visi Misi PT. Grab Indonesia”,
<https://visimisi95.blogspot.com/2018/08/visi-misi-profil-grab.html>,
(diakses 2018)
- Q.S. Ali Imran 3:159

Q.S. Al- Bayyinah 98:7

Sasongko, Felita dan Dr. Hartono Subagio, *Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran ayam penyeteria*, Manajemen pemasaran petra. (Surabaya : Jl.Siwalankerto, 2013), No. 2, 1-7, Vol. 1

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Yogyakarta : Balai Penerbitan Fakultas Ekonomi, 2007).

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Yogyakarta : Balai Penerbitan Fakultas Ekonomi, 2007).

Salim Abbas. *Manajemen Transportasi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006).

Sejarah dan Perkembangan Perusahaan, [https://id.wikipedia.org/wiki/ Grab_\(aplikasi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Grab_(aplikasi)), (diakses, 05 September 2016

Tjiptono Fandi, Ph.D Chandra Gregorius, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi,2012),

Tri wardani Ulfa, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek*, (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017).

Ujang Sumarwan et al.,*Pemasaran dan Konsumen*. (Bogor: IPB Press, 2012).

LAMPIRAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN TAKSI ONLINE (GRAB) PADA MAHASISWA
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SUMATERA UTARA**

IDENTITAS RESPONDEN

NAMA : _____
USIA : Tahun
JENIS KELAMIN : Laki-Laki Perempuan

Jawab pertanyaan berikut dengan memberi tanda ceklis (√) pada setiap jawab yang anda pilih.

Kuesioner penelitian

Petunjuk pengisian

Berikan tanda ceklis (√) pada pilihan jawaban yang paling sesuai

Sangat Setuju : SS
Setuju : S
Kurang Setuju : KS
Tidak Setuju : TS
Sangat Tidak Setuju : STS

Kualitas Pelayanan (X)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Driver memberikan pelayanan kepada pelanggan taksi online (Grab) dengan cepat dan baik					
2.	Driver ramah dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan taksi online (Grab)					
3.	Konsumen tidak perlu menunggu lama kedatangan driver grabcar pada saat					

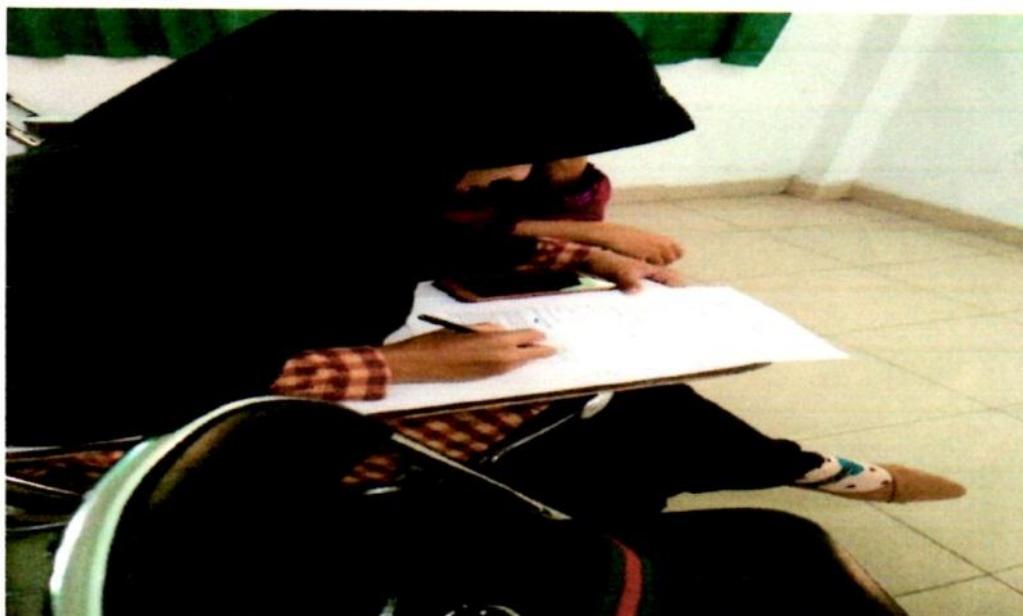
	pemesanan jasa taksi online (Grab)					
4	Driver grab mengkonfirmasi order konsumen secara cepat dengan menghubungi konsumen untuk memastikan					
5	Driver grab memberikan pemberitahuan apabila terjadi keterlambatan pelayanan kepada pelanggan					
6	Driver langsung tanggap dalam menangani pelanggan					
7.	Driver memberikan jaminan bila terjadi kehilangan barang					
8.	Driver selalu berpihak kepada pelanggan memberikan kemudahan kepada pelanggannya dalam memakai jasa aplikasi taksi online (Grab)					
9.	Driver selalu memperhatikan kenyamanan pelanggan selama membutuhkan pelayanan jasa taksi online (Grab)					
10.	Staff grab atau driver cepat dalam menangani keluhan pelanggan					
11.	Driver grab sangat peduli dan mau membantu konsumen ketika membutuhkan bantuan					
12.	Perusahaan grab memiliki fasilitas mobil grab yang berkualitas					
13.	Driver grab mengenakan tarif yang sesuai dengan harga yang tertera di aplikasi grab					
14	Driver grab terampil dalam mengemudikan mobil					
15.	Konsumen sangat puas dengan peralatan, kelengkapan, sarana dan prasana yang disediakan driver grab					

Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Driver mengantarkan konsumen tepat pada tempatnya yang dituju					
2.	Jasa taksi online (Grab) selalu memberikan kepuasan pelanggan atas pelayanan jasanya sesuai dengan yang diharapkan					
3.	Konsumen merasa puas dengan					

	kenyamanan, keamanan dan kebersihan pada taksi online (Grab)					
4.	Pelayanan yang cepat dan tepat akan mempengaruhi konsumen untuk setia menggunakan jasa taksi online (Grab)					
5.	Saya merasa layanan yang diberikan sesuai dengan harga atau tarif yang saya bayarkan					
6.	Keramahan driver membuat konsumen ingin menggunakan jasa taksi online (Grab) kembali					
7.	Apabila taksi online (Grab) menjaga kenyamanan konsumen maka konsumen akan kembali menggunakan jasa taksi online (Grab)					
8.	Harga standar yang ditetapkan menjadikan grab membuat pelanggan mengajak rekannya untuk memilih jasa taksi online (Grab)					
9.	Promo yang diberikan oleh perusahaan taksi online (Grab) kepada pengguna aplikasi menjadikan grab sebagai transportasi yang akan digunakan diwaktu yang dibutuhkan					
10.	Aplikasi taksi online (Grab) memberi kenyamanan dan kepercayaan, sehingga pelanggan memilih jasa transportasi berulang kali					
11.	Driver memberi jaminan keamanan sudah sesuai dengan harapan konsumen					
12.	Saya puas dengan layanan grab dibandingkan dengan penyedia layanan taksi online lainnya					
13	Driver memberikan perhatian terhadap pelanggannya					
14	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa aplikasi taksi online (Grab), karena kualitas yang diberikan sangat baik					
15	Aplikasi taksi online (Grab) tetap menjaga kepercayaan konsumen maka kesediaan konsumen untuk merekomendasikan taksi online (Grab) sebaga transportasi paling berkualitas kepada orang lain					

Dokumentasi Pengisian Kuisisioner Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah





Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

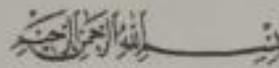


**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail rektor@umsu.ac.id

Bankir Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada : Yth Dekan Fai UMSU
Di
Tempat

24 Safar 1440 H
02 Nopember 2018 M



Dengan Hormat
Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Nurdesi Susanti
Npm : 1501280046
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Kredit Kumalatif : 3,45
Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (Grab) pada Mahasiswa/i Manajemen Bisnis Syari'ah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara	2/11-'18 	Aminul Mardiah SP. M. Si 5/12/2018 	 27 11 18
2.	Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Anggota Nasabah Mengambil Pembiayaan pada BMT Syari'ah Anugrah BT.Kuis			
3.	Pengaruh Quality Of Work Life Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Muamalat Cabang Medan Balai Kota			

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

(Nurdesi Susanti)

Keterangan :

Dibuat rangkap 3 setelah di ACC : 1. Duplikat untuk Biro FAI IIMSII



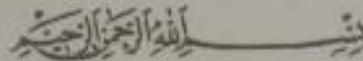
Unggul Gelar & Capaian

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website www.umsu.ac.id E-mail rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nurdesi Susanti
 NPM : 1501280046
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)
 Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
 Dosen Pembimbing : Ainul Mardhiyah, SP., M.Si
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (Grab) pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
11 Maret 2019.	Revisi : Hasil penelitian & Pembahasan		
12 Maret 2019.	Revisi hasil penelitian & Pembahasan. - Tehnik penulisan - Kesimpulan & Saran - Daftar Rujukan. - Abstrak.		

Medan, 12 Maret 2019

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Pembimbing Skripsi

Ainul Mardhiyah, SP., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Nurdesi Susanti**
NPM : 1501280046
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)
Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
Dosen Pembimbing : Ainul Mardhiyah, SP, M.Si
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (Grab) pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
13 maret 2019.	Acc Sidang Meja Hijat		

Medan, 13 /03/ 2019

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Pembimbing Skripsi

Ainul Mardhiyah, SP, M.Si



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Nurdesi Susanti
 NPM : 1501280046
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)
 Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
 Dosen Pembimbing : Ainul Mardhiyah, SP, M.Si
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (Grab) pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
14/1/2019	Revisi I. - Latar Belakang kurang spesifik. - Identifikasi masalah belum fokus. - Rumusan masalah & tujuan. - Bab II → Konsep Kualitas.		
	- Bab III → Analisa data. Uji Asumsi Klasik. Uji Instrument. - Hipotesis		

Medan, 14/1/2019

Diketahui/Disetujui:

Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Pembimbing Proposal

Ainul Mardhiyah, SP, M.Si



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Nurdesi Susanti
 NPM : 1501280046
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)
 Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
 Dosen Pembimbing : Ainul Mardhiyah, SP, M.Si
 Judul Skripsi : **pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (GRAB) Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syari'ah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
24/1/2019	Revisi lanjut. - Latar Belakang. - Batasan Masalah.		
	- Populasi & Sampel. - Daftar Pustaka.		
30/1/2019	- Populasi & Sampel. - Batasan Masalah		

Medan, 30/1/2019

Diketahui/Disetujui:
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Dosen Pembimbing

Ainul Mardhiyah, SP, M.Si



Unggul Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Nurdesi Susanti
 NPM : 1501280046
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)
 Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
 Dosen Pembimbing : Ainul Mardhiyah, SP, M.Si
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (GRAB) Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syari'ah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
31/1/2019.	Acc Seminar Proposal		
UMSU			

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Medan, 31/1/2019

Diketahui/Disetujui:

Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Dosen Pembimbing

Ainul Mardhiyah, SP, M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari ini Kamis, Tanggal 07 Februari 2019 M telah diselenggarakan Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah menerangkan bahwa :

Nama : Nurdesi Susanti
Npm : 1501280046
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (GRAB) Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	✓
Bab I	Perbaiki sesuai arahan dan saran
Bab II	Tambahkan jurnal yang relevan dan teori-teori
Bab III	Perbaiki sesuai arahan dan bimbingan
Lainnya	
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, 07 Februari 2019

Tim Seminar

Ketua

(Isra Hayati, S.Pd, M.Si)

Pembimbing

(Ainul Mardiyah, SP, M.Si)

Sekretaris

(Khairunnisa, MM)

Pembahas

(Hj. Dahraani, SE, M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang diselenggarakan pada hari Senin, 07 Februari 2019 M, menerangkan bahwa :

Nama : Nurdesi Susanti
Npm : 1501280046
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (GRAB) pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syari'ah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi.

Medan, Februari 2019

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayafi, S.Pd, M.Si)

Pembimbing

(Ainul Mardhiyah, SP, M.Si)

Sekretaris Program Studi

(Khairunnisa, MM)

Pembahas

(Hj. Dahrani, SE, M.Si)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan
Wakil Dekan I

(Zailani, S.PdI, M.A)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6621003
Website : www.umsu.ac.id Email : rektor@umsu.ac.id

Nomor : @/IL3/UMSU-01/F/2019
Lamp : -
Hal : Izin Riset

Kepada Yth : Dekan Fakultas Agama Islam
Di

Tempat.

Didugun
17/02/19
Duan

10 J. Akhir 1440 H
15 Februari 2019 M

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan Skripsi Mahasiswa guna memperoleh Gelar Sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada Mahasiswa kami yang mengadakan Penelitian/Riset dan Pengumpulan Data dengan :

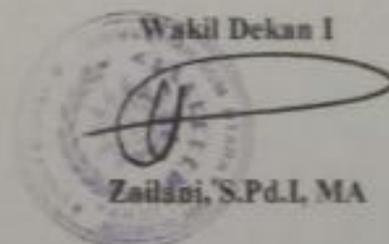
Nama : Nurdesi Susanti
NPM : 1501280046
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (Grab) pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Demikianlah hal ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

A.n Dekan

Wakil Dekan I



Zailani, S.Pd.I, MA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Beari No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
Website : www.umsu.ac.id Email : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 7/IL3/UMSU-01/F/2019
Lamp :
Hal : Balasan Ijin Riset

17 J. Akhir 1440 H
19 Februari 2019 M

Kepada Yth : Biro Fakultas Agama Islam UMSU
Di

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, menindak lanjuti surat dari Biro Fakultas Agama Islam dengan nomor surat : 61/IL3/UMSU-01/F/2019, perihal : ijin riset, maka dengan ini kami dari biro Fakultas Agama Islam UMSU memberikan ijin untuk mengadakan riset atas nama mahasiswa :

Nama : Nurdesi Susanti
NPM : 1501280046
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online (Grab) Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Demikianlah hal ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

A.n Dekan

Wakil Dekan I

Zailani, S.Pd.I, MA

CC. File

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Nurdesi Susanti
NPM : 1501280046
Tempat, Tanggal Lahir : Rawang, 21 Desember 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Dusun IV Rawang Lama, kec.
Panca Arga
Nama Orangtua
a. Ayah : Misrowadi
b. Ibu : Ernawati

B. Jenjang Pendidikan

SD Mis Muhammadiyah : Tamat Tahun 2009
SMP MTs.N Meranti : Tamat Tahun 2012
SMA Muhammadiyah 8 Kisaran : Tamat Tahun 2015
S1 UMSU : Tamat Tahun 2019

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya dengan rasa tanggung jawab.

Medan, 13 Maret 2019

Penulis



Nurdesi Susanti
NPM: 1501280046