

**PENGARUH POTONGAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
DRIVER TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAN GRAB
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Study Manajemen*



Oleh :

**Nama :SURIANTO
NPM : 1605160432
Program Studi :MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JL. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Sarjana Strata-1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dalam sidang yang diselenggarakan pada hari sabtu, Tanggal 13 Agustus 2020, Pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, melihat, memperhatikan, menimbang :

MEMUTUSKAN

Nama : **SURIANTO**
NPM : **1605160432**
Program Studi : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH POTONGAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN DRIVER TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN GRAB (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)**

Dinyatakan : **(B+) Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

TIM PENGUJI

PENGUJI I

PENGUJI II

(H. MUIZ FAUZI RAMBE, S.E., M.M)

(Drs. DANLISKANDAR, S.E., M.M)

Pembimbing

(MUHAMMAD FAHMI, S.E., M.M)

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si)

(ADE GUNAWAN, S.E., M.Si)



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh:

Nama : **SURIANTO**
NPM : **1605160432**
Program Studi : **MANAJEMEN**
Konsentrasi : **MANAJEMEN PEMASARAN**
Judul Skripsi : **PENGARUH POTONGAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
DRIVER TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN GRAB PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA
UTARA**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Agustus 2020

Persetujuan
Pembimbing


(Muhammad Fahmi, SE., MM)

Disahkan oleh:

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU


(Jasman Saripuddin Hasibuan, SE, M.Si)

Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU


(H. Januri, SE, MM., M.Si)

Unggul | Cerdas | Terpercaya



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

JL. Kapt. Muchtar Basri No.3 Telp.(061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Universitas : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Strata 1 (S1)

Ketua Prog. Studi : Jasman Saripuddin H., SE., M.Si
Dosen Pembimbing : Muhammad Fahmi, SE., MM

Nama Mahasiswa : Surianto
NPM : 1605160432
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan Driver Terhadap Keputusan Penggunaan Grab Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
010820	Perbaiki penulisan yang salah		
	Cek kembali hasil SPSS uji heteroskedastisitas		
040820	Perbaiki saran		
	Lengkapi semua dokumen		
060820	ACC lanjut ke sidang skripsi		

Medan, Agustus 2020

Diketahui /Disetujui

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing Skripsi

(MUHAMMAD FAHMI, SE., MM.)

(JASMAN SARIPUDDIN H., SE., M.Si)

ABSTRAK
PENGARUH POTONGAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
DRIVER TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN GRAB
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah
Sumatera Utara)

Surianto
Muhammad Fahmi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Email : Surianto16031998@gmail.com

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah potongan harga dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan grab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner dengan membagikan daftar pernyataan kepada responden sebanyak 100 responden melalui bantuan program SPSS Versi 17.0,. Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak, apakah variable bebas (independent) secara bersama-sama berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variable terikat (dependen) dan sekaligus juga untuk menguji hipotesis kedua. Kriteria pengisiannya dengan menentukan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} perhitungannya yaitu $F_{tabel} dk = 100 - 2 - 1 = 97$, $\alpha = 5\% = 0,05$, $F_{tabel} = 3,090$. Ketentuannya jika nilai probabilitas F (sig) pada table Anova $< \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak. Dimana $F_{tabel} = 3,090$. Untuk variable potongan harga terhadap keputusan penggunaan (Y) menunjukkan 1,708 berarti $t_{hitung} 1,708 > t_{tabel} 1,660$ dan signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,091 < 0,05$) maka H_0 ditolak, H_a ini diterima menunjukkan bahwa secara parsial potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan grab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Hasil pengujian kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) menunjukkan 7,778 berarti $t_{hitung} 7,778 > t_{tabel} 1,660$ dan signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak H_a diterima ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan grab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kata Kunci : Potongan harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Penggunaan.

ABSTRACT
THE EFFECT OF PRICE DISCOUNT AND SERVICE QUALITY DRIVERS
ON THE DECISION TO USE GRAB (Case Study of Muhammadiyah
University Students in North Sumatera)

Surianto

Muhammad Fahmi

*Management Study Program Faculty of Economics and Business Muhammadiyah
University of North Sumater*

Email : Surianto16031998@gmail.com

The purpose of this study was to determine whether discounted prices and service quality simultaneously and partially had a positive and significant effect on the decision to use grab on students at the Muhammadiyah University of North Sumatra. The data collection technique in this study was carried out using a questionnaire by distributing a list of statements to 100 respondents through the help of the SPSS Version 17.0 program. The F statistical test is carried out to determine whether the hypothesis is accepted or rejected, whether the independent variables together have a significant effect or not on the dependent variable and also to test the second hypothesis. The filling criteria are by determining the value of Fcount and Ftable calculation, namely $F_{table\ dk} = 100 - 2 - 1 = 97$, $\alpha = 5\% = 0.05$ $F_{table} = 3.090$. The condition is that if the probability value F (sig) in the Anova table $< \alpha = 0.05$, then H_0 is rejected. Where $F_{table} = 3.090$. for the discount variable on the use decision (Y) shows 1.708 means $t_{count} 1.708 > t_{table} 1.660$ and significant t is less than 0.05 ($0.091 < 0.05$) then H_0 is rejected, H_a is accepted, indicating that partially discounted has a positive effect and significant towards the decision to use grab at the Muhammadiyah University of North Sumatra Students. The result of testing the quality of service (X2) on the decision to use (Y) shows that $7,778$ means that t_{count} is $7,778 > t_{table}$ is $1,660$ and significant t is less than 0.05 ($0,000 < 0.05$), then H_0 is rejected. H_a is accepted, this shows that partially the quality of service has a positive and significant effect on the decision to use grab at the Muhammadiyah University of North Sumatra Students.

Keywords: Discounts, Service Quality and Use Decisions.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikumWarrahmatullahiWabarakatuh

AlhamdulillahRobbil'alamin dengan rasa syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dalam memenuhi salah syarat gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena ketebatasan kemampuan dan kurangnya pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati mengharapkan dan menerima kritikan dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan dan keberhasilan penulis dimasa yang akan datang.

Penulis menyelesaikan skripsi ini berkat arahan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan ketulusan jiwa penulis ingin menghantarkan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan proposal ini, terutama kepada :

1. Kepada Ibunda tersayang Situm dan Ayahanda Alm. Rusman yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang serta dukungan, doa dan dorongan moril maupun material kepada penulis. Kiranya Allah SWT membalasnya dengan segala berkah-Nya.
2. Kepada seluruh keluarga besar Alm. Bapak Rusman yang telah memberikan semangat, doa, dan kasih sayang yang tiada hentinya.
3. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Januri S.E, M.M, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Ade Gunawan, S.E,M.Si selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr Hasrudi Tanjung, S.E,M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Jasman Saripuddin H. S.E, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi dan Bisnis pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Dr Jufrizen, S.E,M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi dan Bisnis pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Bapak Muhammad Fahmi, S.E, Mm selaku Dosen Pembimbing proposal yang telah rela mengorbankan waktu membimbing, mengarahkan, sehingga tersusunnya proposal ini.
10. Kepada seluruh staff dosen yang membantu dan terutama kepada bang rudi selaku pengurus biro Manajemen yang banyak membantu dalam penyelesaian proposal ini.
11. Special Thank You for Atika Ramadani & Kiki Aulia yang selalu memberikan semangat serta motivasi, sehingga penulis bersemangat untuk menyelesaikan proposal ini.
12. Kepada seluruh sahabat-sahabatku yang kucintai Alumni MAN Lima Puluh, Team Baba parfum, dan teman Manajemen A siang terima kasih

atas tempat, pikiran, dukungan, semangat serta motivasi untuk penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna baik penulisan maupun isi karena keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari pembaca, untuk penyempurnaan isi proposal ini.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga proposal ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis dan semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Wassalamu'alaikumWarrahmatullahiWabarakatu

Medan, 21 April 2020

Penulis,

SURIANTO

NPM. 1605160432

DAFTAR ISI

ABSTAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Identifikasi Masalah.....	7
1.3.Batasan dan Rumusan Masalah	8
1.4.Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1.Uraian Teoritis.....	10
2.1.1 Potongan Harga	10
2.1.1.1 Pengertian potongan harga.....	10
2.1.1.2 Arti penting potongan harga	11
2.1.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi potongan harga.....	12
2.1.1.4 Indikator potongan harga	13
2.1.2 Kualitas Pelayanan	15
2.1.2.1 Pengertian kualitas pelayanan.....	15
2.1.2.2 Arti penting kualitas pelayanan	17
2.1.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan	18
2.1.2.4 Indikator kualitas pelayanan	21
2.1.3 Keputusan Penggunaan.....	22
2.1.3.1 Pengertian keputusan penggunaan.....	22
2.1.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan.....	23
2.1.3.3 Indikator keputusan penggunaan	25
2.2.Kerangka Konseptual	26
2.2.1 Pengaruh potongan harga terhadap keputusan penggunaan.....	26
2.2.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan.....	27

2.2.3 Pengaruh potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan.....	28
2.3.Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan Penelitian	31
3.2 Definisi Operasional	31
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Teknik Analisis Data	39
BAB IV DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi data	46
4.1.1 Identitas Responden.....	47
4.1.2 Analisis Variabel Penelitian	50
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	55
4.1.4 Anlisi Linier Bergannda	60
4.1.5 Uji Hipotesis	61
4.1.6 Koefisien Determinasi	64
4.2 HasiPembahasan.....	64
4.2.1 Potongan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan.....	65
4.2.2 Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan.....	66
4.2.3 Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaa.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan	27
Gambar 2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan	28
Gambar 2.3 Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan	29
Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis t	42
Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis F	43
Gambar 4.1 Uji Normalis Menggunakan Metode P-P Plot	56
Gambar 4.2 Uji Heterokedastitasi	58

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Keputusan Penggunaan	32
Tabel 3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	33
Tabel 3.3 Indikator Potongan Harga	34
Tabel 3.4 Waktu Penelitian	34
Tabel 3.5 Skala Pengukuran Likert	37
Tabel 4.1 Skala Likert	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	49
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan semester	50
Table 4.6 Hasil Jawaban Responden Potongan Harga.....	51
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Kualitas Pelayanan.....	53
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Keputusan Penggunaan	54
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.10 Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.11 Uji Parsial (Uji T)	62
Tabel 4.12 Uji Simultas (Uji F).....	63
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi (R – Square)	64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya jaman dan sulitnya persaingan didunia usaha serta persaingan didunia kerja, masyarakat harus memikirkan bagaimana mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kehidupan sehari-hari baik itu kebutuhan pokok maupun kebutuhan pendukung. Perusahaan-perusahaan serta instansi-instansi pemerintahan lebih mementingkan sumber daya manusia yang produktif serta berpendidikan untuk bisa dapat bergabung di sebuah perusahaan maupun instansi pemerintahan. Sementara sumber daya manusia yang tidak memiliki pengalaman khusus serta tidak mempunyai catatan pendidikan yang bagus, tidak tertutup kemungkinan untuk tidak mempunyai pekerjaan yang tetap.

Adanya grab di Indonesia setidaknya memberikan secercah harapan bagi masyarakat yang tidak mempunyai pekerjaan tetap untuk bisa tetap dapat penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Transportasi merupakan bagian penting dalam hidup masyarakat jaman sekarang ini seiring dengan pertumbuhannya jumlah penduduk. Saat ini rata-rata masyarakat perkotaan sudah memiliki kendaraan pribadi yang efektif dan efisien untuk mobilisasi dari satu tempat ketempat lainnya. Sayangnya jumlah kendaraan tersebut tidak diimbangi dengan pertumbuhan luas jalan yang tersedia. Akhirnya terciptalah masalah baru yaitu kemacetan.

Permasalahan ketepatan waktu akhirnya muncul akibat dampak dari kemacetan di daerah perkotaan seperti Medan. Banyak pihak yang dirugikan seperti misalnya para pekerja dan anak-anak sekolah yang menjadi terlambat

masuk kerja atau masuk sekolah. Untuk mengatasinya, hadirilah perusahaan umum berbasis online, dengan mudahnya kita dapat memesan aplikasi dan dijemput tanpa perlu menunggu lama. Kemacetan pun bisa setidaknya teratasi dengan adanya transportasi yang berbasis online yang dengan mudah bisa ditemui. Salah satu perusahaan transportasi online yang hadir untuk mengatasi masalah tersebut adalah Grab.

Dengan dunia teknologi yang terus bertransformasi menjadi lebih baik dan masalah-masalah seperti kemacetan, Grab juga sudah di pandang sebagai kebutuhan sehari-hari oleh para pengguna atau pun pelanggan dari aplikasi grab tersebut. Disamping itu banyak juga yang harus dipertimbangkan dalam memilih sarana angkutan ojek online tersebut karena terdapat beberapa kekurangan misalnya saja dalam hal penjemputan. Terkadang banyak driver atau pengendara ojek online yang belum tepat waktu dalam hal penjemputan.

Selain dalam hal penjemputan banyak hal juga yang harus diperhatikan untuk memilih layanan grab ini, jika dilihat pada sisi kualitas pelayan pengemudi grab terkadang tidak sedikit kita dapati bahwasannya banyak pengemudi ojek online yang tidak memakai atribut yang lengkap seperti helm dan jaket. Serta kurang ramahnya pengemudi terhadap penumpang, dan terkadang banyak pengemudi yang kurang sopan terhadap penumpang seperti menanyakan hal yang bersifat pribadi kepada penumpang dan sebagainya.

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Menurut (Handoko, 2016). Dalam jurnal “Pengaruh harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan di Titipapan Kilat JNE Medan” mengemukakan bahwa menelusuri arti kualitas pelayanan tidak lepas dari masalah kepentingan umum yang menjadi asal usul timbulnya istilah kualitas pelayanan public. Dengan kata lain antara kepentingan umum ada kaitannya dengan kualitas pelayanan umum.

Menurut (Kotler, 2000). Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Meenurut (Nasib, 2017). Dalam jurnal “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study kasus Pada Kolam Renang Bengawan Solo pangkalan Brandan) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mencakup dua aspek utama, yaitu konsisten kinerja dan sikap dipercaya serta mencakup daya tanggap yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu dan melayani para konsumen.

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2012). Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mengandung beberapa penafsiran, karena kualitas memiliki sejumlah level universal (sama dimanapun), kultural (tergantung sistem nilai budaya), social (dibentuk oleh kelas social, ekonomi, kelompok, etnis, keluarga, teman sepergaulan) dan personal (tergantung prefensi atau selera setiap individu).

Secara sederhana kualitas pelayanan adalah produk barang atau jasa yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut (Anandar, 2015) dalam jurnal “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa PDAM Tirta kencana Kota Samarinda Terhadap Kepuasan Pelanggan di Wilayah Kelurahan Sungai Pinang” Kualitas dalam kamus bahasa Indonesia (2006:621) adalah baik buruk (suatu benda) atau keadaan suatu benda. Pelayanan dalam bentuk apapun selalu berorientasi pada kualitas karena hal tersebut akan membawa kosekuensi terhadap kepuasan pemakai jasa.

Menurut (Gultom & Sembiring, 2015). Dalam jurnal “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara” mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan mereka.

Menurut (Nel, 2015). Dalam jurnal “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung” menjelaskan bahwa beberapa perusahaan telah sukses untuk membuat konsumen nyaman dengan memberikan pelayanan dan kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen maka perusahaan itu sebaiknya meningkatkan tingkat kinerja dalam pelayanan, sehingga konsumen lebih puas dalam pelayanan yang didapat dan dapat loyal terhadap perusahaan tersebut.

Potongan harga atau disebut juga dengan promo saat ini pastinya sangat ditunggu-tunggu oleh para pelanggan atau pengguna akun grab. Potongan harga ini bisa berbentuk voucher ataupun potongan langsung dengan menggunakan kode promo. Dan biasanya dengan banyaknya voucher ataupun potongan harga yang diberikan pihak grab terhadap pengguna akan meningkatkan jumlah orderan bagi para pengendara atau driver grab tersebut. Hal ini didorong karena pesanan yang semakin meningkat.

Menurut (Rahmat, 2018) Dalam jurnal “Kontribusi Potongan Harga Terhadap Penjualan Pada Lianco Mandiri Corporate (LMC) Lianco group” Potongan harga adalah suatu teknik promosi penjualan dimana seorang pembeli diberikan kembali sebagian dari harga pembelian. Umumnya, ini dikaitkan dengan pengecer mencapai target penjualan yang disepakati sebelumnya.

Menurut (Sari & Faisal, 2018). Dalam Jurnal “Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Extra Banjar”. Potongan harga merupakan penghematan yang ditawarkan pada konsumen dan harga normal akan suatu produk, yang tertera di label atau kemasan produk tersebut.

Dengan didorong oleh kualitas pelayanan dan potongan harga yang diberikan maka penggunaan jasa transportasi online ini semakin meningkat. Penggunaan bisa disebut juga sebagai aktifitas memakai sesuatu atau membeli sesuatu berupa barang dan jasa. Dalam hal mengambil keputusan dalam menggunakan aplikasi ojek online pastinya konsumen melihat kredibilitas yang dimiliki aplikasi ojek online tersebut.

Menurut (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2011). Menggunakan adalah memakai; mengambil manfaatnya, atau melakukan sesuatu dengan.

Menurut (Supranto, 1998). Setiap keputusan yang akan dibuat pasti ada tujuan yang akan dicapai. Inti dari keputusan yang dibuat adalah titik dalam perumusan berbagai alternatif tindakan yang sesuai dengan yang sedang diperhatikan dan memilih dari berbagai macam alternatif yang tepat setelah melakukan evaluasi atau penilaian.

Menurut (Astuti & Abdullah, 2018). Dalam jurnal “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah” menyatakan bahwa Keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi konsumen dalam membentuk preferensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan, konsumen mungkin juga membentuk minat pembelian untuk membeli merek yang paling disukai.

Menurut (Peter & Olson, 2000). Mengungkapkan keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses integrasi tersebut adalah suatu pilihan secara kognitif yang menunjukkan intensi perilaku. Intensi perilaku sendiri adalah suatu rencana untuk menjalankan satu perilaku atau lebih.

Menurut (Iha & Setriani, 2018). Dalam jurnal “Pengaruh Word Of Mouth dan Switching cost Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas” mengemukakan bahwa keputusan pembelian dapat menciptakan loyalitas konsumen. Hal tersebut penting bagi suatu perusahaan. Karena loyalitas konsumen dapat mendukung kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Menurut (Fahmi, 2016). Dalam jurnal “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Tribun Medan” mengemukakan bahwa Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk.

Atas dasar kerjasama yang baik antara aplikator grab dan driver atau pengendara grab yang baik maka menghasilkan sebuah kepuasan yang didapatioleh para konsumen. Kepuasan konsumen ialah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam bentuk karya ilmiah dengan judul “**Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Driver Terhadap Keputusan Penggunaan Grab Pada Mahasiswa/I Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat disimpulkan identifikasi masalah dalam penelitian ini :

- a. Banyaknya pengemudi atau driver yang belum memenuhi standar kualitas driver yang dianggap layak untuk membawa penumpang.
- b. Ketepatan waktu dalam proses penjemputan terdapat banyak yang belum sesuai.
- c. Promo atau potongan harga yang waktunya tidak pasti.
- d. Saat hujan sangat sulit untuk menemukan pengendara.
- e. Harga tarif dikenakan pajak Rp 1000 setiap pemesanan .

1.3 Batasan dan Rumusan Masalah

a. Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu dan pengetahuan yang dimiliki penulis agar penelitian ini terarah dan sistematis maka penulis hanya membatasi masalah pada pemilik akun grab dan dibatasi untuk pengguna grab bike pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

b. Rumusan Masalah

Untuk lebih mempermudah penelitian, maka dari uraian diatas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah potongan harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan grab pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan grab pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ?
3. Apakah potongan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan grab pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka penulis menetapkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh potongan harga terhadap keputusan penggunaan grab pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan grab pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan grab pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

b. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ada di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan penulis khususnya yang berkaitan dengan hal potongan harga, kualitas pelayanan, penggunaan layanan, serta kepuasan pelanggan transportasi online.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan saya sendiri mewakili driver atau penegndara ojek online lainnya mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik agar konsumen mendapatkan kepuasan setelah menggunakan jasa ojek online ini

3. Manfaat bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 URAIAN TEORI

2.1.1 Potongan Harga

2.1.1.1 Pengertian Potongan Harga

Hampir semua jenis transaksi, pihak konsumen pasti sangat menginginkan yang namanya potongan harga. baik itu dari kalangan menengah kebawah maupun kalangan menengah keatas.

Menurut (Cannon et al., 2009). Diskon atau potongan harga adalah pengurangan harga dalam daftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli atau konsumen yang menyerahkan sejumlah fungsi pemasaran atau menyediakan sendiri fungsi tersebut . diskon sendiri terbagi menjadi dua yakni: Diskon kuantitas dan diskon kuantitas komulatif. Diskon kuantitas adalah diskon yang ditawarkan untuk mendorong para pelanggan membeli dalam jumlah yang lebih besar. Diskon kuantitas komulatif berlaku selama pembelian periode yang ada- seperti satu tahun- dan diskon tersebut biasanya meningkat ketika jumlah pembelian meningkat.

Menurut (Tjiptono, 2008). Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.

Menurut (Machfoedz, 2010). Potongan harga yang menarik, sehingga harga sesungguhnya lebih rendah dari harga umum. Discount yang diberikan harus mempunyai arti yang penting bagi konsumen, kalau tidak, tidak ada

artinya.” Untuk itu, diskon secara sederhana diartikan sebagai sebuah penawaran dari penjual/pemasok kepada pembeli dengan mengurangi harga jual jika pembayaran/transaksi dilakukan dalam jangka waktu tertentu.

Dari beberapa pendapat diatas dapat diambil kesimpulan bahwa potongan harga merupakan pengurangan harga dari jumlah harga yang telah ditetapkan sebuah instansi atau perusahaan dengan tujuan untuk menarik minat konsumen.

2.1.1.2 Arti Penting Potongan Harga

Perlu atau pentingnya potongan harga bukan hanya bagi pengguna layanan grab dalam finansial, tetapi juga penting bagi perusahaan atau instansi untuk menjaga kesinambungan perusahaan tersebut agar para pengguna layanan di aplikasi grab tersebut tetap memiliki rasa loyalitas kepada aplikasi yang digunakan tersebut. Disamping itu potongan harga tidak harus juga dilakukan secara terus menerus. Biasanya perusahaan menetapkan potongan harga musiman.

Menurut (Cannon et al., 2009). Mengungkapkan bahwa potongan harga musiman adalah potongan harga yang ditawarkan untuk mendorong para pembeli melakukan pembelian lebih awal dari pada yang dibutuhkan pemerintah saat ini. Apabila digunakan oleh pabrik, potongan harga ini cenderung menyamai penjualan selama tahun tersebut. Perusahaan jasa yang menghadapi permintaan tidak tetap atau kapasitas berlebih sering menggunakan potongan harga musiman.

2.1.1.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Potongan Harga

Banyak faktor yang mempengaruhi potongan harga menurut para ahli salah satunya menurut (Tjiptono, 2014). Bahwa factor-faktor yang mempengaruhi potongan harga atau diskon ialah :Diskon Kuantitas

Diskon kuantitas merupakan potongan harga yang diberikan guna mendorong konsumen agar membeli dalam jumlah yang lebih banyak, sehingga meningkatkan volume penjualan secara keseluruhan. Diskonkuantitas terdiri atas dua jenis, yaitu:

1. Diskon kuantitas Kumulatif.

Diskon kuantitas kumulatif diberikan kepada konsumen yang membeli barang selama periode waktu tertentu, misalnya terus-menerus selama satu tahun.

2. Diskon Kuantitas Non Kumulatif.

Diskon kuantitas non kumulatif didasarkan pada pesanan pembelian secara individual. Jadi hanya diberikan pada satu pembelian dan tidak dikaitkan dengan pembelian-pembelian sebelum dan sesudahnya.

- a. Diskon Musiman

Diskon musiman adalah potongan harga yang diberikan hanya pada masa-masa tertentu saja. Diskonmusiman digunakan untuk mendorong konsumen agar membeli barang-barang yang sebenarnya baru akan dibutuhkan beberapa waktu mendatang.

b. Diskon Kas

Diskon kas merupakan potongan harga yang diberikan apabila pembeli membayar tunai barang-barang yang dibelinya atau membayarnya dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian transaksi (termin penjualan / sales term).

c. Diskon Trade

Diskon Trad merupakan diskon yang diberikan oleh produsen kepada para penyalur yang terlibat dalam pendistribusian barang dan pelaksanaan fungsi-fungsi tertentu, seperti penjualan, penyimpanan, record keeping.

Selain empat macam Diskon tersebut, ada istilah harga obral (sale price), yakni diskon sementara dari harga menurut daftar (list price). Tipe diskon ini bertujuan mendorong pembelian dengan segera. Potongan harga merupakan salah satu strategi untuk menembus pasar persaingan. Apabila beberapa konsumen memiliki harga yang berbeda-beda, maka perusahaan melakukan potongan harga secara random, konsumen lebih suka membeli harga diskon, sedangkan konsumen yang mencari harga murah akan membeli dengan harga yang paling rendah.

2.1.1.4 Indikator Potongan Harga

Menurut (Tjiptono, 2014). Bahwa indicator potongan harga ialah sebagai berikut :

a. Sering adanya potongan harga

Perusahaan sering memberikan potongan harga pada produk-produk tertentu.

- b. Selalu membeli produk yang ada potongan harga.

Konsumen selalu atau terbiasa melakukan pembelian produk karena adanya potongan harga

- c. Alasan adanya diskon

Sering kali menjadi alasan konsumen membeli produk yang saat itu ada potongan harga.

- d. Kesesuaian diskon

Merasa mendapat pembelian yang sesuai bila membeli produk yang mendapat potongan harga

- e. Kebiasaan membeli produk dengan adanya diskon

Konsumen lebih memilih untuk melakukan pembelian produk yang ada potongan harga.

Indikator potongan harga menurut (Nura, 2018). Dalam jurnal “Analisis Pengaruh Merek, Potongan Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk di Kota Batam” terbagi atas 5 bagian yaitu :

- a. Potongan kas : Merupakan potongan dimana pengurangan kas masuk akan suatu neraca keuangan perusahaan.
- b. Potongan jumlah : Suatu potongan jumlah awal yang berbeda dengan jumlah akhir.
- c. Potongan fungsional : Sering disebut juga potongan dagang atau *trade discount* oleh produsen kepada anggota saluran distribusi yang melaksanakan fungsi-fungsi tertentu seperti penjualan maupun penyimpanan.

- d. Potongan musiman : Merupakan suatu pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang membeli barang ataupun jasa dikala musim sedang sepi.
- e. Potongan pembelian : Potongan pembelian biasanya juga kita dapatkan akibat membayar dalam jangka waktu tertentu. Potongan jenis ini disebut dengan istilah potongan tunai, yang kemudian didalam akuntansi dicatat pada rekening pembelian.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Untuk menciptakan kepuasan konsumen para produsen serta penggiat yang terlibat dalam proses pemasaran suatu produk harus mampu menciptakan kualitas pelayanan yang baik agar konsumen pun akan lebih loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan atau produsen.

Menurut (Kotler, 2000). Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Menurut (Gultom & Jufrizen, 2016) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat intangible (tidak teraba), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau pelayanan lain.

Kualitas pelayanan dapat juga dikatakan sebagai aktivitas manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Hal ini dikarenakan pembelian suatu pelayanan seringkali juga melibatkan barang-barang yang melengkapinya misalnya makanan di restoran, tamu yang menginap di hotel, telepon dalam jasa komunikasi, buku yang dijual di toko buku, pemakaian listrik oleh pelanggan listrik dan sebagainya.

Menurut (Tjptono & Chandra,2012). Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mengandung beberapa penafsiran, karena kualitas memiliki sejumlah level universal (sama dimanapun), kultural (tergantung sistem nilai budaya), sosial dibentuk oleh kelas sosial, ekonomi, kelompok, etnis, keluarga, teman sepekerjaan) dan personal (tergantung preferensi atau selera setiap individu). Secara sederhana kualitas pelayanan adalah produk barang atau jasa yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut (Aisha & Kurnia, 2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah jumlah pelayanan yang dilaksanakan oleh seseorang pegawai dalam suatu periode tertentu. Hal ini terlihat dari hasil kerja pegawai dalam penggunaan waktu tertentu dan kecepatan dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya.

Dari beberapa pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah salah satu upaya dalam memenuhi kepuasan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen yang dilakukan oleh perusahaan dalam kasus ini driver atau pengemudi grab dalam memenuhi kebutuhan konsumen dalam menggunakan fasilitas grab tersebut.

2.1.2.2 Arti Penting Kualitas Pelayanan

Menurut (Putra & Yasa, 2015) kualitas pelayanan sebagai penentu kinerja organisasi dan sumber keunggulan kompetitif telah menjadi prinsip utama dalam pemasaran jasa. Perusahaan jasa seharusnya menggunakan prinsip tersebut sebagai upaya dalam memenangkan persaingan melalui berbagai pertimbangan yang bersifat strategis. Faktor pelayanan harus dijadikan sebagai strategi utama yang memungkinkan suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa dikenal memiliki karakteristik tertentu yang menjadi pembeda dengan perusahaan jasa yang lain. Oleh karena itu, pelayanan prima (excellent service) harus diimplementasikan dan bisa dirasakan secara memuaskan oleh para konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Keberhasilan perusahaan apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas dan dimata pelanggan citra menjadi positif (Philip & Keller, 2004)

Kualitas pelayanan yang baik dipandang sebagai salah satu cara yang baik agar para konsumen lebih mempercayai produk barang atau jasa yang dimiliki perusahaan yang memiliki kualitas pelayanan yang baik. Ini adalah salah satu cara perusahaan dalam mempertahankan konsumen agar tetap memakai produk yang mereka hasilkan.

2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjptono, 2011). Mengungkapkan ada beberapa faktor yang dapat memperlancar dan menghambat pelayanan yang berkualitas, yaitu:

a. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu hal yang paling penting dalam kemajuan suatu perusahaan. Sumber daya manusia sangat berpengaruh bagi kualitas pelayanan suatu perusahaan, sebab jika suatu SDM tidak memiliki kompetensi dan pengetahuan yang tinggi, dapat menyebabkan buruknya kualitas pelayanan, dan sebaliknya, jika sumber daya manusia ataupun karyawan yang memiliki kompetensi dan pengetahuan tinggi, hal tersebut dapat meningkatkan kualitas pelayanan asalkan pekerjaan yang mereka lakukan sesuai dengan tugas yang diberikan. Karyawan harus memiliki keterampilan dan pengetahuan teknis yang diperlukan untuk menjalankan tugas sesuai dengan posisi atau jabatannya. Setiap karyawan diharapkan memiliki kesempatan untuk berkembang dalam perusahaan.

Karyawan merupakan bagian paling berpengaruh demi kemajuan perusahaan, diantara beberapa bagian yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan yang berasal dari karyawan ialah: deskripsi pekerjaan (kejelasan pekerjaan suatu karyawan), rekrutmen dan seleksi karyawan (merekrut karyawan yang memiliki potensi, pengetahuan dan kemampuan teknis), pelatihan dan pengembangan (mengadakan pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan potensi dan pengetahuan karyawan), sistem kompensasi (untuk memperhitungkan besarnya imbalan atau balasan jasa karyawan), jalur karir (tahap-tahap pekerjaan karyawan).

b. Organisasi

Organisasi maupun struktur dalam suatu perusahaan karyawan harus memiliki koordinasi dan pembauran hingga menjadi satu kesatuan yang utuh dan menjalankan upaya pelayanan terhadap pengguna jasa sesuai dengan tugas dan fungsinya secara tersusun yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Organisasi merupakan suatu wadah yang didalamnya para anggota organisasi harus melakukan dan megupayakan apa yang menjadi visi dan misi organisasi secara bersama-sama dan mencapai suatu tujuan bersama. Dalam mencapai hal tersebut, dibutuhkan kerjasama antar anggota organisasi khususnya pegawai perusahaan yang melayani publik dan memiliki struktur pekerjaan yang jelas. Jika pegawai suatu perusahaan tidak menjalankan tugas dan fungsi secara terstruktur, maka perusahaan tersebut dapat menghambat suatu pelayanan yang berkualitas.

c. Pengukuran

Pengukuran merupakan pengevaluasian kinerja dan pemantauan keluhan dan kepuasan pelanggan. Jika evaluasi suatu kinerja menghasilkan kesesuaian antara penyedia jasa dan harapan pelanggan, maka pelayanan yang diberikan berkualitas, jika hasil evaluasi tidak menunjukkan adanya kesetaraan antara penyedia jasa dan harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan tersebut buruk.

d. Pendukung sistem

Pendukung sistem juga dapat memperlancar dan sekaligus menghambat layanan yang berkualitas. Misalnya pada perangkat komputer, jika didalam penggunaan komputer tersebut terjadi kesalahan yang datang baik dari pihak pengguna maupun komputer itu sendiri, maka hal tersebut dapat memperlambat pelayanan dan membuat pelayanan menjadi buruk. Dengan

adanya sistem komputer yang lancar tanpa gangguan dan database yang mendukung, suatu perusahaan akan lebih mudah memberi layanan kepada pengguna jasa, sebab segala bentuk data pelayanan akan tersusun dalam sistem database secara praktis tanpa harus menyimpan secara manual. Beberapa alat pendukung sistem misalnya: internet banking, customer care online dan sebagainya.

e. Program

Rangkaian kegiatan dan tindakan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan yang meliputi pengelolaan keluhan pelanggan, alat-alat penjualan/promosi, alat-alat manajemen berupa alat-alat yang menunjang pelayanan seperti sumber daya manusia, biaya pelayanan, cara yang dilakukan perusahaan dalam melayani pelanggan, mesin penunjang pelayanan (komputer, kapal, motor, mobil, alat pengangkut barang dan lain-lain).

f. Komunikasi internal

Segenap kegiatan yang secara khusus diarahkan kepada seluruh anggota yang ada di perusahaan penyedia layanan dan terdiri atas prosedur dan kebijakan perusahaan dalam membentuk pelayanan terhadap pelanggan, serta umpan balik dalam organisasi. Suatu perusahaan harus memberikan umpan balik terhadap pelanggan, contohnya perusahaan memberikan janji yang dapat menarik perhatian pelanggan, lalu perusahaan harus menepati janji tersebut sehingga pada akhirnya pelanggan dapat percaya kualitas pelayanan perusahaan tersebut.

g. Komunikasi eksternal

Komunikasi eksternal merupakan bentuk komunikasi yang diarahkan kepada pelanggan, yakni edukasi pelanggan, manajemen ekspektasi / harapan pelanggan dan pembentukan citra positif perusahaan. Edukasi pelanggan merupakan cara perusahaan dalam mendidik pelanggan misalnya mengajarkan pelanggan cara mengisi formulir pelayanan, mengikuti alur pembayaran sesuai dengan prosedur dan sebagainya. Sedangkan dalam manajemen ekspektasi pelanggan dan pembentukan citra positif perusahaan misalnya suatu perusahaan menyebarkan iklan, brosur, pamflet berisi kelebihan-kelebihan suatu perusahaan dan janji pelayanan yang baik kepada pelanggan.

2.1.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2016). Terdapat indikator yang mempengaruhi sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Indikator-indikator kualitas layanan menurut (Selvy et al., 2016). Dalam jurnal “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan “ terbagi atas 3 bagian yaitu :

1. Perspektif “stakeholders” : Istilah stakeholders sering digunakan banyak orang untuk kelihatan “high profile” (walaupun belum tentu mengerti arti sesungguhnya kata tersebut). “stakeholders” adalah orang, kelompok, perusahaan, dan sebagainya, yang memiliki “saham” atau kepentingan dalam suatu bisnis, kegiatan, atau industri.
2. Aspek struktur, proses, dan “Outcome” pelayanan Kesehatan : sesuai dengan matriks Donabedian tentang struktur, proses, dan “outcome” pelayanan Kesehatan, pemilahan aspek-aspek tersebut menentukan indikator-indikator yang akan dinilai. Indikator struktur memberikan informasi tentang penyediaan sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai standar kualitas, berkaitan dengan personalia, peralatan, keuangan, dan sebagainya.
3. Metode untuk memperoleh informasi tentang indikator kualitas
Dua pendekatan metodologis untuk memperoleh dan memilih indikator kualitas yaitu sistematis dan non sistematis. Metode sistematis menggunakan bukti-bukti kuat riset untuk menghasilkan indikator kualitas, sehingga indikator yang dihasilkan memiliki validitas isi (*content validity*), sedangkan metode non-sistematis menggunakan consensus untuk memperoleh dan memilih indikator kualitas, sehingga indikator yang dihasilkan memiliki validitas muka (*face validity*)

2.1.3 Keputusan Penggunaan

2.1.3.1 Pengertian Keputusan Penggunaan

Menurut (Supranto, 1998) Setiap keputusan yang akan dibuat pasti ada tujuan yang akan dicapai. Inti dari keputusan yang dibuat adalah titik dalam perumusan berbagai alternatif tindakan yang sesuai dengan yang sedang diperhatikan dan memilih dari berbagai macam alternatif yang tepat setelah melakukan evaluasi atau penilaian.

(Asrizal & Muhammad, 2018) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternative. Tindakan pengambilan keputusan tersebut meliputi keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualannya dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya.

(Peter & Olson, 2000), mengungkapkan keputusan penggunaan ialah sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk menggabungkan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses integrasi tersebut adalah suatu pilihan secara kognitif yang menunjukkan intensi perilaku. Intensi perilaku sendiri adalah suatu rencana untuk menjalankan satu perilaku atau lebih.

Menurut (Asrizal et al., 2019) menyatakan bahwa jika dilihat dari segi aspek gaya hidup, golongan social bebrbeda prilaku dalam proses pencarian informasi sebelum dan selama berbelanja atau memilih suatu produk. Para konsumen menengah dan atas cedrung terlihat dalam beberapa pencarian

informasi sebelum mereka membeli. Sebaiknya konsumen golongan bawah cenderung berpegang pada penataan di toko dan nasehat dari para penjual.

Menurut (Linzzy & Nasution, 2019) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil setelah melalui tahap pemilihan produk dari berbagai alternative yang ada dan memutuskan membeli atau tidak membeli.

Menurut (Pane, 2018) mengemukakan bahwa proses psikologi dasar memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka.

2.1.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli atau menggunakan jasa menurut (Kotler & Amstrong, 2001). Adalah sebagai berikut :

a. Faktor budaya

Dalam hal ini terdiri dari budaya, sub budaya, dan kelas sosial.

b. Faktor pribadi

Faktor pribadi dalam hal ini terdiri dari usia dan tahap siklus, pekerjaan, situasi ekonomi, dan gaya hidup.

c. Faktor psikologis

Faktor psikologis dalam hal ini terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

Sedangkan menurut (Boyd dkk, 2000). Mengemukakan ada tiga faktor yang mempengaruhi keputusan membeli atau menggunakan jasa yaitu :

1. Faktor Sosial

Pengaruh sosial yang mempengaruhi keputusan membeli atau menggunakan jasa mencakup kebudayaan, subkebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga.

2. Faktor Pribadi

Faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan membeli atau menggunakan jasa adalah demografi dan gaya hidup seseorang.

3. Faktor Psikologis

Faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan membeli atau menggunakan jasa adalah persepsi, memori, kebutuhan, sikap terhadap kelas produk dan sikap terhadap merk. Berdasarkan uraian di atas

maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen adalah faktor kebudayaan (budaya, subbudaya, dan kelas sosial), faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), faktor pribadi (usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian), dan faktor psikologis (motivasi, persepsi, proses belajar, keyakinan dan sikap).

2.1.3.3 Indikator Keputusan Penggunaan

Ada beberapa indikator dalam hal pengambilan keputusan dalam menggunakan produk. Menurut (Kotler & Keller, 2016). Menyatakan bahwa :

a. Pemilihan Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini, perusahaan harus

memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif mereka pertimbangkan.

b. Pemilihan Merek

Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaannya tersendiri. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

c. Pemilihan Tempat Penyalur

Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap pembeli mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain.

d. Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya: ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dan dua minggu sekali, tiga minggu sekali atau sebulan sekali.

e. Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini, perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

f. Metode Pembayaran

Pembeli dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan konsumen menggunakan barang dan jasa, dalam hal ini juga keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian.

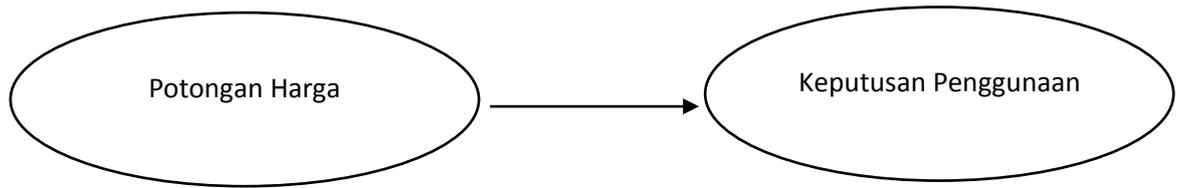
2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah pengaruh atau keterkaitan antara konsep yang satu dengan yang lain dari masalah yang ingin diteliti.

2.2.1 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan.

Potongan harga ialah salah satu hal yang sangat di nanti oleh para konsumen dalam pembelian dan penggunaan suatu jasa. Oleh karena itu banyak perusahaan baik itu manufaktur ataupun perusahaan yang banyak melakukan potongan harga pada satu ataupun beberapa produk untuk mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk baik itu barang ataupun jasa

Dengan adanya diskon atau potongan harga dipastikan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi grab yang dilakukan oleh mahasiswa UMSU. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh (Widjaya Putra et al., 2016). Yang berjudul “Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Study Kasus Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon di Malang”. Mengemukakan bahwa diskon atau potongan harga sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dan pembelian produk jasa

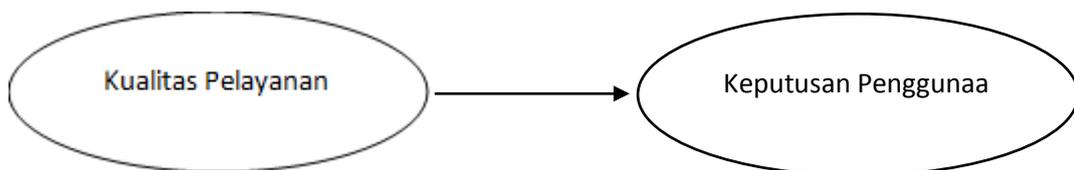


Gambar 2.1 : Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan.

2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan

Pelayanan yang maksimal akan memungkinkan calon konsumen untuk melakukan pembelian ataupun penggunaan terhadap layanan dalam kasus ini dalam penggunaan jasa layanan grab. Oleh karena itu aplikasi maupun driver harus mampu bekerja sama dengan baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan performa terbaik. Atas dasar tersebut besar terjadi kemungkinan bahwa kualitas pelayanan driver atau pengendara grab berpengaruh terhadap keputusan penggunaan grab

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh (Azhar et al., 2018); (Azhar et al., 2019); (Radiman et al., 2018); (Jumini & Realize, 2020) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan didorong dengan kelebihan-kelebihan lainnya yang dimiliki oleh suatu perusahaan.



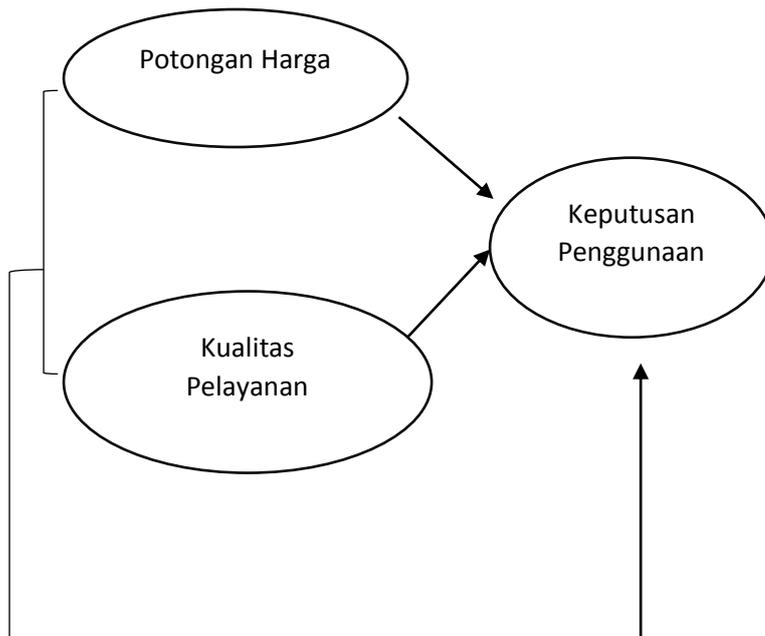
Gambar 2.2 : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan penggunaan

2.2.3 Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan

Dengan adanya potongan harga dan kualitas pelayanan akan terjadi kemungkinan positif yakni calon pelanggan akan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian atau penggunaan terhadap suatu layanan jasa dan kepuasan seorang pelanggan setelah memakai atau menggunakan jasa tersebut.

Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen meliputi ketepatan waktu, akurasi pelayanan, sopan santun serta keramahan, dan kenyamanan. Jika beberapa pelayanan tersebut sudah didapatkan oleh konsumen sangat mungkin terjadi apabila konsumen merasa diberikan pelayanan dengan baik dan pastinya pelanggan ataupun konsumen akan merasa terpuaskan oleh pelayanan-pelayanan tersebut. (Tjiptono & Chandra, 2012)

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh (Dewi & Kusumawati, 2018). Yang berjudul “Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online Traveloka” yang menyimpulkan bahwa potongan harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Didukung juga oleh penelitian terdahulu oleh (Emma, 2019). Yang berjudul Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Himalaya Drug Company, mengemukakan bahwa potongan harga dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ataupun penggunaan produk jasa.



Gambar 2. 3: Pengaruh Potongan Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang ada di perumusan masalah penelitian.(Juliandi Dkk, 2015). Berdasarkan dari kerangka konseptual diatas maka hipotesisnya adalah :

1. Potongan berpengaruh harga terhadap keputusan penggunaan grab pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Kualias pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan grab pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Potongan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan grab pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey, karena mengambil sampel dari satu populasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian esosiatif, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel penelitian dan hipotesis pengujian (Nasution et al., 2020). Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah pendekatan asosiatif dan pendekatan kuantitatif. Dalam (Juliandi & Dkk, 2015). Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan suatu variable dengan variable lainnya. Melalui teori ini dibangun suatu teori yang dapat menjelaskan dan mengontrol suatu fenomena.

Menurut (Juliandi & Dkk, 2015). Dalam penelitian kuantitatif permasalahan tidak ditentukan diawal, tetapi permasalahan ditemukan setelah peneliti terjun kelapangan dan apabila peneliti memperoleh permasalahan baru maka permasalahan tersebut diteliti Kembali sampai semua permasalahan jenuh dan penelitian telah terjawab dan penelitian kuantitatif tidak dilakukan secara mendalam umumnya menyelidiki permukaan saja dan memerlukan waktu yang relative lebih singkat.

3.2 Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variable diukur, untuk mengetahui baik buruknya dari suatu penelitian yang menjadi defenisi operasional. Adapun yang menjadi defenisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

3.2.1 Keputusan Penggunaan (Y1)

Menurut (Peter & Olson, 2000). Mengungkapkan keputusan penggunaan ialah sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses integrasi tersebut adalah suatu pilihan secara kognitif yang menunjukkan intensi perilaku. Intensi perilaku sendiri adalah suatu rencana untuk menjalankan satu perilaku atau lebih.

Tabel 3.I

Indikator Keputusan Penggunaan

No	Indikator
1.	Tujuan
2.	Identifikasi alternative
3.	Faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya
4.	Dibutuhkan sarana untuk mengukur hasil yang dicapai

Sumber:(Syamsi, 2002)

3.2.2 Kualitas Pelayanan (X2)

Menurut (Kotler, 2000). Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Tabel 3.2
Indikator Kualitas Pelayanan

No	Indikator
1.	Perspektif <i>stakeholders</i>
2.	Aspek struktur, proses, dan <i>outcome</i> pelayanan Kesehatan
3.	Metode untuk memperoleh informasi

Sumber: (Bhisma Murti, 2003)

3.2.3 Potongan Harga (X1)

Menurut (Tjiptono, 2007). Potongan harga ialah pengurangan terhadap harga yang diberikan dari penjual untuk pembeli sebagai penghargaan atas kegiatan tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.

Menurut (Kotler, 2007). Arti diskon adalah penyesuaian harga dasar untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan atas reaksi tertentu seperti pembayaran tagihan lebih awah, jumlah pembelian, dll.

Dalam kasus ini yang dimaksud potongan harga grab bike yang diterima oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Tabel 3.3
Indikator Potongan Harga

NO	Indikator
1.	Sering adanya potongan harga
2.	Selalu membeli produk yang ada potongan harga
3.	Kesesuaian potongan harga
4.	Kebiasaan membeli produk dengan adanya potongan harga

Sumber : (Tjiptono, 2014)

3.3 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jl.Kapten Muchtar Basri No.3, Medan.Waktu penelitian dilakukan mulai bulai Januari 2020 sampai dengan Juni 2020. Untuk lebih jelasnya, jadwal kegiatan penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Jenis Kegiatan	Bulan																															
	Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	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																																
Seminar Proposal																																
Riset																																
Penulisan Skripsi																																
Bimbingan Skripsi																																
Sidang Meja Hijau																																

Tabel 3.4 Waktu Penelitian.

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Dalam (Juliandi & Dkk, 2015). Populasi merupakan totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam sebuah wilayah penelitian. Populasi dalam ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan data sementara berjumlah 14.955 mahasiswa.

3.4.2 Sampel

Dalam (Juliandi & Dkk, 2015). Sampel adalah wakil-wakil dari populasi. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel penelitian yang digunakan melalui nonprobability sampling dengan menggunakan sampling purposive. Menurut (Sugiyono, 2016). Sampling purposive adalah Teknik untuk penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam hal ini pertimbangannya adalah

mahasiswa aktif universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang memakai aplikasi grab, penulis menggunakan rumus sovlin (Ikhsan, 2014). Dengan demikian jumlah sampel sebanyak 100 orang

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

Sumber : (Ikhsan, 2014, hal 116)

Dimana :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah populasi

e^2 : Presisi

Dengan rumus :

Dik: Jumlah mahasiswa aktif (N) : 14.955

(e) : 0.1

Dit : Jumlah Sampel (n) ?

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

Maka : $n = \frac{14.955}{1 + 14.955(0.01)}$

$$n = \frac{14.955}{150.5}$$

$$n = 99 .$$

Maka disimpulkan untuk mengambil sampel sebanyak 100 orang Mahasiswa.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan data-data yang relevan bagi penelitian. Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

a. Wawancara

Yaitu untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

b. Angket/Kuisisioner

yaitu mengumpulkan data dengan cara menyebarkan lembaran pertanyaan/pernyataan yang disusun oleh peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden peneliti tentang suatu variable yang di teliti. Angket/Kuisisioner ini ditujukan kepada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan menggunakan skala likert dengan bentuk checklist dimana setiap pernyataan mempunyai 5 opsi yaitu ;

Keterangan	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju (TS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Tabel 3.5 Skala Pengukuran Likert

Untuk menguji hasil angket yang akan disebar akan digunakan beberapa rumus untuk mengujinya, yaitu :

3.5.1 Uji Validasi

Dalam (Juliandi & Dkk, 2015). Uji validasi berarti menguji sejauh mana ketetapan atau kebenaran suatu instrument sebagai alat ukur variable penelitian.

$$r_{xy} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi) - (\sum Yi)}{\sqrt{\{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} \{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Sumber : (Sugiyono, 2016)

Dimana :

r_{xy} : Koefisien korelasi antara x dan y

x : variabel bebas (Kualitas produk, Promosi dan Kualitas Produk)

y : variabel terikat (keputusan pembelian)

n : sampel Σx = jumlah pengamatan variabel x

Kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

- a. Tolak H_0 jika nilai korelasi adalah positif dan probabilitas yang dihitung $<$ nilai probabilitasnya yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig 2-tailed $< \alpha 0,05$).
- b. Terima H_0 jika nilai korelasi adalah negative dan atau probabilitas yang dihitung $>$ nilai probabilitas yang diterapkan sebesar 0,05 (Sig 2-tailed $> \alpha 0,05$).

Dalam (Juliandi dkk, 2015). Jika korelasi (r) yang diperoleh positif. Kemungkinan butir yang diuji tersebut adalah valid. Namun walaupun positif, perlu pula nilai korelasi (r) yang dihitung tersebut dilihat signifikan tidaknya. Caranya adalah dengan membandingkan nilai korelasi yakni r hitung dengan nilai r table. Apabila nilai r hitung $>$ r table, maka butir instrument tersebut adalah signifikan. Dan jika nilai probabilitas sig $< \alpha 0.05$ maka suatu item instrument yang diuji korelasinya adalah valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Dalam (Juliandi dkk, 2015). Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk menilai apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Jika variable penelitian menggunakan instrument yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas atas pernyataan telah valid. Pengujian reliabilitas dapat dengan menggunakan teknik Cronbach Alpha

rumus :

$$r = \left[\frac{K}{(K-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma i^2} \right]$$

Dimana :

r = Reliabilitas instrument

k = banyaknya

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir

σi^2 = varians total

Dalam (Juliandi dkk, 2015). Nilai kritik dari reabilitas ini dapat juga dengan membandingkan nilai koefisien reabilitas dengan r-tabel. Jika nilai koefisien lebih besar dari nilai r-tabel maka suatu instrument adalah variable.

3.6 Teknik Anaisis Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah ;

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Hipotesis memerlukan uji asumsi klasik, karena model analisis yang dipakai adalah regresi linier berganda. Asumsi klasik yang dimaksud terdiri dari :

a. Uji Normalitas

Menurut (Juliandi dkk, 2015). Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variable dependen dan independen memiliki normal atau tidak, Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

kriteria pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual suatu pengamatan kepengamatan lainnya yang tepat maka disebut homoskedastisitas, sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat grafik scatterplot antar nilai prediksi variable independent nilai residualnya.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi kolerasi yang kuat diantara variable-variabel independen yang diikutsertakan dalam pembentukan model. Untuk mendeteksi apakah model linier regresi mengalami multikonearitas dapat diperiksa menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk masing-masing variable independen, jika mempunyai variable independent mempunyai nilai VIF tidak melebihi 4 atau 5 berarti tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.2 Regresi Linier Berganda

Regresi berganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variable dependen, bila dua atau lebih variable independen sebagai factor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y_2 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Sumber : (Sugiyono, 2012, hal 192)

Dimana :

Y_1 : Keputusan pengguna

Y_2 : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

X_1 : Potongan Harga

X_2 : Kualiatas Pelayanan

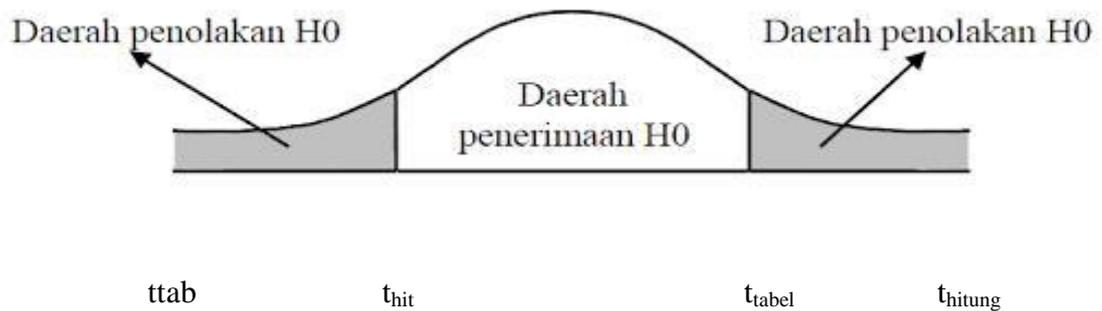
3.6.3 Uji Hipotesis

a. Uji Stastik t (uji parsial)

Uji statitik t adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable penjelas/independent secara individual dalam marangkai variasi dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol, atau $H_0 : b_i = 0$. Artinya, apakah independent bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variable dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variable tidak sama dengan nol atau :

$$H_a : b_i \neq 0$$

Artinya variable tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variable dependen.



Gambar 3.1
Kriteria Pengujian Hipotesis t

Uji koefisien korelasi persial dapat dihitung dengan rumus :

$$t = \frac{r_p \sqrt{n-3}}{\sqrt{1-(r_p)^2}}$$

Sumber : (Sugiyono, 2016)

Dimana :

t : t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

r_p : korelasi parsial yang ditemukan

n : Jumlah sampel

Bentuk pengujinya adalah :

- 1) $H_0 : r_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara variable bebas (X) dengan variable terikat (Y)

- 2) $H_0 : r \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara variable bebas (X) dengan variable terikat (Y)

b. Uji Statistik F (Uji Simultan)

Uji Statitik F adalah uji yang menunjukkan apakah semua variable bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap variable terikat/dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau :

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independent bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variable dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan statitik F dengan kriteria pengambilan keputusan.

$$f_h = \frac{R^2/k}{(1-r^2)/(n-k-1)}$$

Sumber : (Sugiyono, 2016, hal 192)

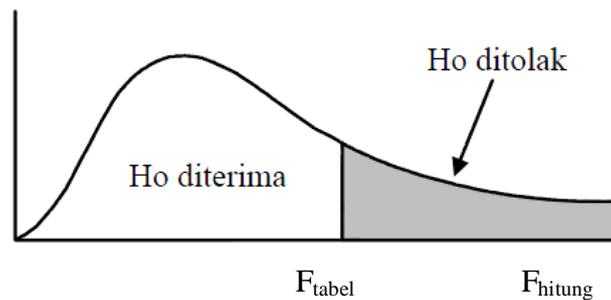
Dimana :

- R : Koefisien korelasi ganda
 k : Jumlah Variabel independent
 n : Jumlah anggota sampel

Bentuknya Pengujiannya adalah :

- 1) $H_0 : \beta = 0$, tidak ada pengaruh variable x dengan variable y

2) $H_0 : \beta \neq 0$, ada pengaruh variable x dengan variable y



Gambar 3.2

Kriteria Pengujian Hipotesis f

3.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menjelaskan variable dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variable-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable dependen.

$$D = R^2 \times 100\%$$

Dimana :

D : Koefisien determinasi

R : R-Square

100% : Persentase kontribusi

BAB IV DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Dalam penelitian ini penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 5 butir pernyataan untuk variable potongan harga (X1), 5 pernyataan untuk variable kualitas pelayanan, dan 5 butir pernyataan untuk variable keputusan penggunaan (Y). Angket yang disebarakan ini diberikan kepada 100 orang mahasiswa sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan skala likert berbentuk ceklis.

Tabel 4.1 Skala Likert

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

Pada table diatas berlaku baik didalam menghitung variable X1 dan X2 yaitu variable bebas (terdiri dari variable motivasi dan variable kompensasi) maupun variable Y yaitu variable terikat (kinerja). Dengan demikian skor angket dimulai dari 5 sampai 1.

4.1.1 Identitas Responden

Untuk dapat mengetahui identitas responden maka dapat dilihat dari karakteristik responden berikut ini :

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

GENDER		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	42	42.0	42.0	42.0
	Perempuan	58	58.0	58.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Dari tabel diatas diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin responden penelitian ini adalah laki-laki yaitu sebanyak 42 orang (42 %) dan perempuan sebanyak 58 orang (58 %). Hal ini disebabkan karena pada waktu penerimaan proposinya lebih banyak diterima mahasiswa perempuan dibandingkan laki-laki.

b. Kelompok Usia

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

USIA

Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17 - 20 Tahun	10	10.0	10.0	10.0
21 - 25 Tahun	89	89.0	89.0	99.0
26-30 Tahun	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar usia responden dalam penelitian ini yaitu berusia antara 17-20 tahun sebanyak 10 orang (10 %), yang memiliki usia 21-25 tahun sebanyak 89 orang (89 %), yang memiliki usia 26-30 tahun sebanyak 1 orang.

c. Fakultas Responden

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

FAKULTAS	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
EKONOMI	49	49.0	49.0	49.0
HUKUM	6	6.0	6.0	55.0
KEGURUAN ILMU DAN PENDIDIKAN	10	10.0	10.0	65.0
Valid Agam Islam	6	6.0	6.0	71.0
Pertanian	7	7.0	7.0	78.0
Teknik	13	13.0	13.0	91.0
Ilmu Sosial dan politik	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Dari data diatas diketahui bahawa mayoritas fakultas responden dalam penelitian ini adalah fakultas ekonomi sebanyak 49 orang (49%), fakultas hukum sebanyak 6 orang (6%), fakultas keguruan ilmu dan pendidikan sebanyak 10 orang (10%), fakultas agama islam sebanyak 6 orang (6%), fakultas pertanian sebanyak 7 orang (7%), fakultas teknik sebanyak 13 orang (13%), fakultas ilmu sosial dan teknik sebanyak 13 orang (13%), fakultas ilmu sosial dan politik sebanyak 9 orang (9%).

d. Semester Responden

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Semester Responden

SEMESTER	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali VI	13	13.0	13.0	13.0
d VIII	87	87.0	87.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Dari tabel diatas diketahui bahwa berdasarkan semester responden penelitian ini semester VIII sebanyak 87 orang (87%), dan responden semester VI sebanyak 13 orang (13%). Hal ini disebabkan karena pada waktu penerimaan proposinya lebih banyak diterima oleh mahasiswa yang berada di semester VIII dibandingkan semester lainnya.

4.1.2 Analisis Variabel Penelitian

Untuk lebih membantu berikut ini penukis sajikan table skor jawaban responden dari kuisisioner yang penulis sebarakan yaitu :

a. Potongan Harga (XI)

Berdasarkan penyebaran kuisisioner kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara diperoleh nilai-nilai Frekuensi jawaban responden tentang Variabel potongan harga berikut :

Tabel 4. 6
Hasil Jawaban Responden Potongan Harga

ALTERNATIF JAWABAN												
No	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	62	62%	18	18%	4	4%	3	3%	13	13%	100	100%
2	43	43%	30	30 %	11	11%	4	4%	12	12%	100	100%
3	33	33%	41	41%	12	12%	5	5%	9	9%	100	100%
4	33	33%	44	44%	9	9%	3	3%	11	11%	100	100%
5	44	44%	34	34%	9	9%	5	3%	8	11%	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Dari table diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang “Potongan harga sangat digemari konsumen” mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 62 orang dengan persentase (62%).
- 2) Jawaban responden tentang “Dengan adanya potongan harga, konsumen akan terus berlangganan” mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 43 orang dengan persentase (43%).
- 3) Jawaban responden tentang “Jika penyesuaian potongan harga sering dipantau maka konsumen akan terus loyal terhadap produk maupun

perusahaan” mayoritas menjawab setuju sebanyak 41 orang dengan persentase (41%)

- 4) Jawaban responden tentang “Konsumen biasanya menjadikan potongan harga sebagai tolak ukur pembelian produk” mayoritas menjawab setuju sebanyak 44 orang dengan persentase (44%).
- 5) Jawaban responden tentang”Terlalu sering perusahaan memberikan potongan harga maka konsumen pun terus mencari produk tersebut” mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang dengan persentase(44%).

b. Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan penyebaran kuisisioner kepada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variable kualitas pelayanan sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Kualitas Pelayanan

ALTERNATIF JAWABAN												
No	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	49	49%	30	30%	8	8%	2	2%	11	11%	100	100%
2	43	43%	36	36%	5	5%	5	5%	10	10%	100	100%
3	47	47%	32	32%	5	5%	6	6%	10	10%	100	100%
4	33	33%	41	41%	9	9%	6	6%	13	13%	100	100%
5	33	33%	42	42%	13	13%	4	4%	8	8%	100	100%

Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Dari table diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang “Kualitas pelayanan yang diharapkan pengguna akun grab salah satu diantaranya ialah jujur, ramah, sopan dan lain sebagainya” mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 49 orang dengan persentase (49%).
- 2) Jawaban responden tentang “Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan maka perusahaan dalam hal ini driver grab harus memberikan kualitas pelayanan yang prima” mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 43 orang dengan persentase (43%).
- 3) Jawaban responden tentang “Kualitas pelayanan yang diterima pelanggan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan (contoh kasus grab)” mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 47 orang dengan persentase (47%).

- 4) Jawaban responden tentang “Baik buruknya kualitas pelayanan ditentukan driver grab itu sendiri” mayoritas menjawab setuju sebanyak 38 orang dengan persentase (38%).
- 5) Jawaban responden tentang “ Kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan yang sifatnya memnuhi harapan pelanggan secara konsisten” mayoritas menjawab setuju sebanyak 42 orang dengan persentase (42%)

c. Keputusan Penggunaan (Y)

Berdasarkan penyebaran kuisisioner kepada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variable Keputusan Penggunaan sebagai berikut :

Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Keputusan Penggunaan

ALTERNATIF JAWABAN												
No	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	38	38%	40	40%	9	9%	6	6%	7	7%	100	100%
2	42	42%	33	33%	8	8%	7	7%	10	7%	100	100%
3	30	30%	48	48%	8	8%	9	9%	5	5%	100	100%
4	27	27%	40	40%	18	18%	7	7%	8	8%	100	100%
5	22	22%	46	46%	19	19%	6	6%	7	7%	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Dari table diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang ”Salah satu hal yang menentukan konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian/ penggunaan adalah kualitas pelayanan” mayoritas menjawab setuju sebanyak 40 orang dengan persentase (40%)
- 2) Jawaban responden tentang “ Konsumen dapat mengambil keputusan pembelian/penggunaan sesuai hak pribadi tanpa ada paksaan” mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 42 orang dengan persentase(42%)
- 3) Jawaban responden tentang “Perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih brand yang dibutuhkannya. Untuk dapat menarik minat konsumen dan terjadi proses pembelian” mayoritas menjawab setuju sebanyak 48 orang dengan persentase (48%0
- 4) Jawaban responden tentang “factor yang mempengaruhi keputusan penggunaan/ pembelian biasanya dipengaruhi oleh factor sosial, ekonomi, politik, agama dan sebagainya” mayoritas menjawab setuju sebanyak 40 orang dengan persentase (40%)
- 5) Jawaban responden tentang “Keputusan penggunaan ialah proses kombinasi antara pengetahuan dan pengaruh external serta internal dalam memilih suatu produk, misalkan grab” mayoritas menjawab setuju sebanyak 46 orang dengan persentase (46%)

4.1.3 Uji Asumsi Klasik

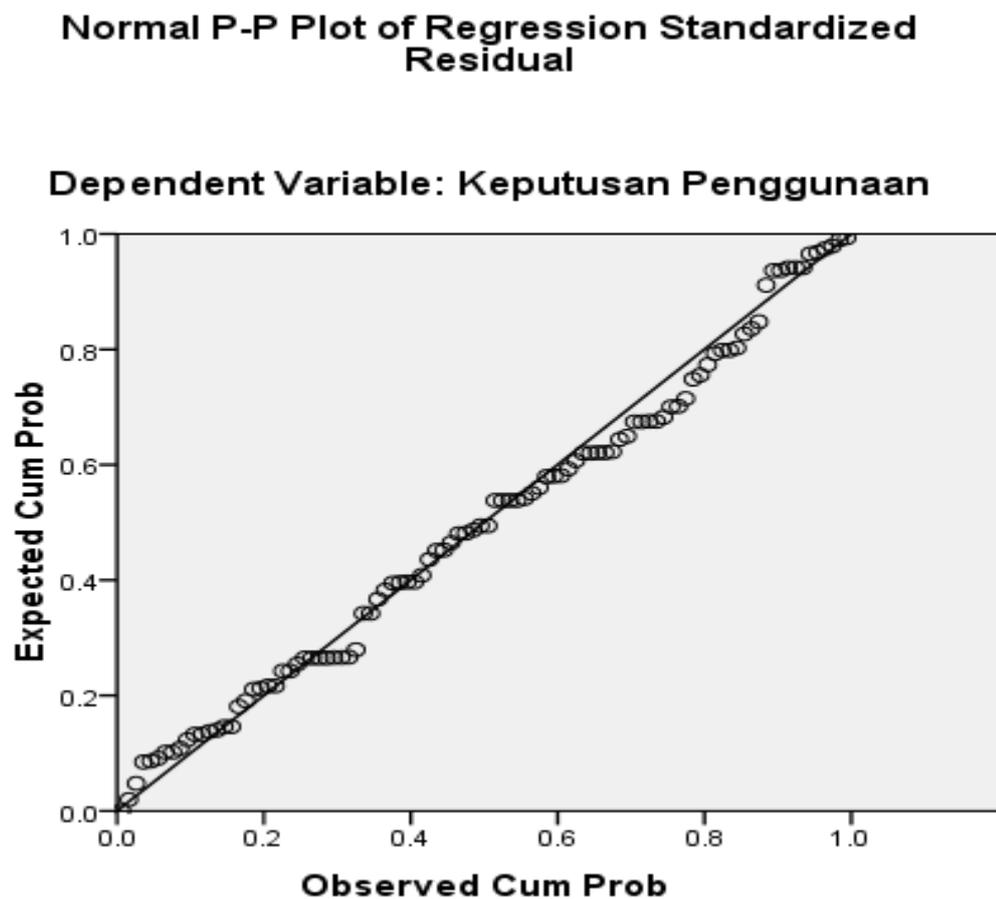
Hasil pengolahan data spss tentang pengaruh Potongan Harga dan Kulaitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mahasiswa dapat dilihat dengan menggunakan uji asumsi klasik yaitu :

a. Uji Normalis

Uji normalis bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi, variable dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.1

Uji Normalis Menggunakan Metode P-P Plot



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

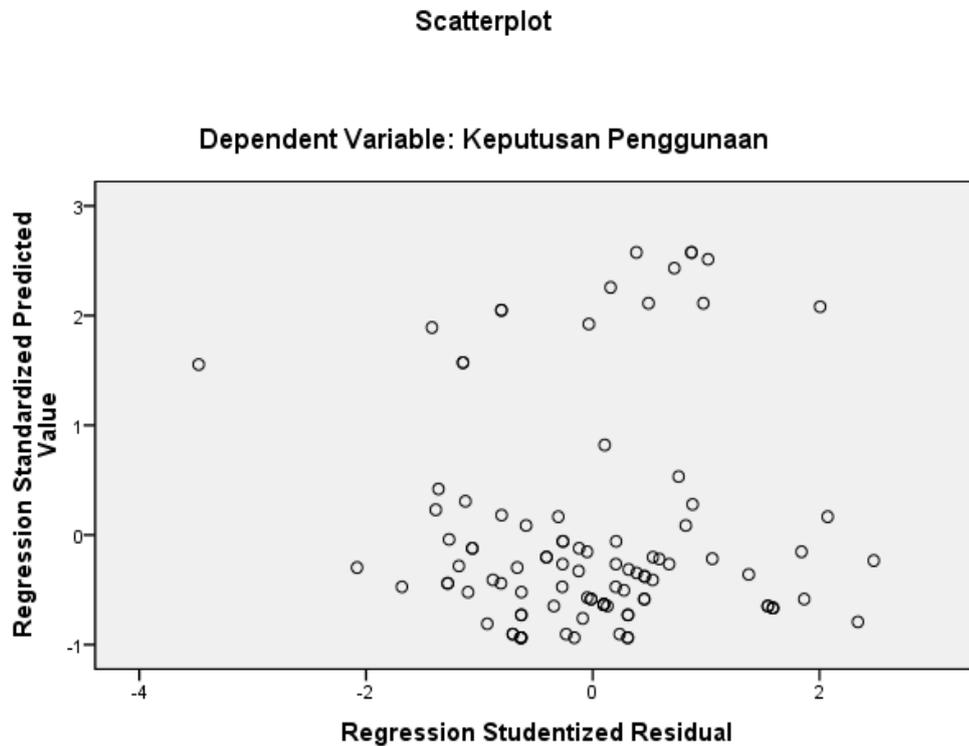
Gambar 4.1 menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya yaitu titik-titik telah membentuk dan mengikuti garis diagonal pada gambar, dengan demikian dinyatakan bahwa data berdistribusi dengan normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterkedastitasitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 4.2

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Gambar diatas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk variable independent maupun variable bebasnya.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Cara yang digunakan dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflation Factor/VIF*), yang tidak melebihi 4 atau 5.

Table 4.9 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	2,129	,448		4,747	,000					
Potongan 1 Harga	,152	,089	,167	1,708	,091	,857	,171	,070	,176	5,681
Kualitas Pelayanan	,691	,089	,760	7,778	,000	,912	,620	,319	,176	5,681

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Kriteria pengujian :

1. Adanya multikolinearitas bila nilai Tolerance $< 0,05$ atau nilai VIF < 5
2. Tidak adanya multikolinearitas bila nilai Tolerance $> 0,05$ atau nilai VIF < 5

Kedua variabel independen yakni X1 dan X2 memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan yaitu tidak mendekati nilai 1, sehingga terjadi multikolinearitas dalam variabel independen penelitian ini

4.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variable terikat. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa model hubungan dari analisis regresi linier berganda dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 4.10 Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,129	,448		4,747	,000
Potongan Harga	,152	,089	,167	1,708	,091
Kualitas Pelayanan	,691	,089	,760	7,778	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Dari perhitungan dengan menggunakan program SPSS di dapat :

Konstanta = 2.219

Potongan Harga = 0,152

Kualitas Pelayanan = 0,691

Jadi persamaan regresi linier berganda potongan harga dan kualitas pelayanan adalah :

$$Y = 2.219 + 0,152 \text{ XI} + 0,691 \text{ X2}$$

Persamaan diatas memperlihatkan bahwa semua variable bebas potongan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) memiliki koefisien yang positif, berarti seluruh variable mempunyai pengaruh yang searah terhadap variable Y (Keputusan Penggunaan). Model penelitian dalam bentuk persamaan regresi linier berganda dapat diartikan sebagai berikut :

- a. Jika potongan harga dan kualitas pelayanan diasumsikan sama dengan nol, maka keputusan penggunaan bernilai 2.219
- b. Jika potongan harga ditingkatkan 100% maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan penggunaan sebesar 15,2%. Dengan asumsi variable lain tidak mengalami perubahan.
- c. Jika kualitas pelayanan ditingkatkan 100% maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan penggunaan sebesar 69,1%. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan.

4.1.5 Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistic t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independent secara individual dalam menerangkan variable dependen. Kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah tolak H_0 jika nilai probabilitas < taraf signifikan sebesar 0,05 (Sig. < α 0,05) sedangkan terima H_0 jika nilai probabilitas > taraf signifikan sebesar 0,05 (Sig. < α 0,05). Dimana (dk)

$$N-k = 100 - 3 = 97 \alpha = 0,05 = 1,660$$

Tabel 4.11 Uji Parsial (Uji t)Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,129	,448		4,747	,000
Potongan Harga	,152	,089	,167	1,708	,091
Kualitas Pelayanan	,691	,089	,760	7,778	,000

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

1) Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} 1,708 untuk variable potongan harga terhadap keputusan penggunaan (Y) menunjukkan 1,708 berarti t_{hitung} 1,708 > t_{tabel} 1,660 dan signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,091 < 0,05$) maka H_0 ditolak, H_a ini diterima menunjukkan bahwa secara parsial potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan grab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil pengujian kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) menunjukkan 7,778 berarti t_{hitung} 7,778 > t_{tabel} 1,660 dan signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 di tolak H_a diterima ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan penggunaan grab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak, apakah variable bebas (independent) secara bersama-sama berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variable terikat (dependen) dan sekaligus juga untuk menguji hipotesis kedua. Kriteria pengisiannya dengan menentukan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} perhitungannya yaitu $F_{tabel} dk = 100 - 2 - 1 = 97$, $\alpha = 5\% = 0,05$ $F_{tabel} = 3,090$. Ketentuannya jika nilai probabilitas F (sig) pada table Anova $< \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak. Dimana $F_{tabel} = 3,090$

Tabel 4.12 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2282.212	2	1141.106	24,860	.000 ^a
Residual	445.228	97	4.590		
Total	2727.440	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Potongan Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Dari table diatas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah 24,860 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F_{tabel} 3,090 dengan signifikan 0,05. Dengan demikian $F_{hitung} 24,860 > F_{tabel} 3,090$ artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara potongan harga dan kualitas

pelayanan terhadap keputusan penggunaan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4.1.6 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengatur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R-Square sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Table 4.13 Koefisien Determinasi (R-Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.915 ^a	.837	.833	2.142	1.917

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Potongan Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Dari hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,837. Hal ini berarti 83,4% variasi variabel keputusan penggunaan (Y) ditentukan oleh kedua variabel independen yaitu potongan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan sisanya 15,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4.2 Hasil Pembahasan

Setelah penulis mendapat data penelitian dari responden dan kemudian mendapatkan hasilnya melalui pengolahan data SPSS, maka analisis temuan penelitian mengenai variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

4.2.1 Potongan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan terdapat pengaruh variable potongan harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh t_{hitung} 1,708 > 1,660 t_{tabel} dengan probabilitas sig 0,031 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal tersebut berarti hipotesis nol (H_0) ditolak dan dapat disimpulkan bahwa potongan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan grab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dengan adanya diskon atau potongan harga dipastikan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi grab yang dilakukan oleh mahasiswa UMSU. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh (Widjaya Putra et al., 2016). Yang berjudul “Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Study Kasus Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon di Malang”. Mengemukakan bahwa diskon atau potongan harga sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dan pembelian produk jasa.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kartika Dewi & Kusumawati, 2018). Yang berjudul “Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan kepuasan Pelanggan Bisnis Onlie(Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014Konsumen Traveloka)”. Menyimpulkan bahwa variable potongan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian aplikasi Traveloka.

4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan terhadap pengaruh variable kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) diperoleh $t_{hitung} 7,778 > 1,660 t_{tabel}$ dengan probabilitas 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal tersebut berarti hipotesis nol (H_0) ditolak dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan grab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh (Jumini & Realize, 2020). Dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Bus Trans Batam”. Mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan didorong dengan kelebihan-kelebihan lainnya yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Budi Satria & Widi Oetomo, 2016). Dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Knowledge dan Wom Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian”. Menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada bengkel MJV audio dan variasi mobil.

4.2.3 Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan terdapat pengaruh variable potongan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) diperoleh nilai $F_{hitung} 248,608 > F_{tabel} 3,090$ dengan probabilitas sig 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal ini terus berarti hipotesis nol (H_0) ditolak dan dapat disimpulkan bahwa potongan harga dan kualitas pelayanan secara Bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan grab pada Mahasiswa universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Didukung juga oleh penelitian terdahulu oleh (Emma, 2019). Yang berjudul Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Himalaya Drug Company, mengemukakan bahwa potongan harga dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ataupun penggunaan produk jasa.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Uji secara parsial
 - a. Potongan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan grab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
 - b. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan grab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
 - c. Potongan harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan grab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi (R-Square) diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,837. Hal ini berarti 83,4% variasi variabel keputusan penggunaan (Y) ditentukan oleh kedua variabel independen yaitu potongan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan sisanya 15,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Berdasarkan uji simultan (uji F) menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 24,860 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F_{tabel} 3,090 dengan signifikan 0,05. Dengan demikian $F_{hitung} 24,860 > F_{tabel} 3,090$ artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian, analisis data, pembahasan dan kesimpulan yang telah diambil, maka dapat dikemukakan saran penulis untuk pengguna akun dan driver grab sebagai berikut :

1. Potongan harga seharusnya tidak menjadi patokan yang dilakukan oleh pengguna akun grab sebagai tolak ukur untuk menggunakan aplikasi grab tersebut. Konsumen atau pengguna akun juga harus melihat beberapa kelebihan ataupun kekurangan dalam memilih jasa transportasi online tersebut.
2. Kualitas pelayanan sebaiknya harus sangat diprioritaskan oleh semua driver tersebut, karena akan berdampak positif pada loyalitas konsumen ataupun keputusan dalam penggunaan akun grab tersebut. Sehingga driver grab akan terus mendapatkan orderan karena banyak yang memilih grab sebagai sarana transportasi online.
3. Bagi peneliti lain selanjutnya dapat meneliti kembali variable potongan harga, kualitas pelayanan, dan keputusan penggunaan. Maupun variable-variabel lain diluar variable ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat menggambarkan hal-hal apa saja yang dapat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dan lebih teliti lagi dalam membuat kuisisioner agar pernyataan dan pertanyaan yang dibuat dapat dikatakan valid dan reliabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, N., & Kurnia, E. (2018). Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kualitas pelayanan Terhadap Citra Merek pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 130–167.
- Asrizal, E. N., Linzzy, P. P., & Muhammad, T. L. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 165–173.
- Asrizal, E. N., & Muhammad, T. L. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 84–123.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Kumpulan Penelitian Dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Azhar, M. E., Jufrizen, J., Prayogi, M. A., & Sari, M. (2018). The Role of Marketing Mix and Service Quality on Tourist Satisfaction and Loyalty at Samosir. *Journal of Tourism*, 26.
- Azhar, M. E., Jufrizen, J., Prayogi, M. A., & Sari, M. (2019). Effect of Marketing Mix and Service Quality on Tourist Satisfaction. *Proceeding of The 3rd International Conference on Accounting, Business & Economics (UII-ICABE 2019)*, 133–140.
- Boyd, W., & Dkk. (2000). *Manajemen Pemasaran 1* (2nd ed.). Erlangga.
- Cannon, J. P., Perreault, W. D., & Jr., E. J. M. (2009). *pemasaran dasar pendekatan manajerial global* (D. Sunardi (ed.); 16th ed.). Selemba Empat.
- Dewi, I. K., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online Traveloka. *Administrasi Bisnis*, 56(7), 162–202.
- Emma, N. (2019). Pengaruh Potongan Harga Dan Kulaitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Himalaya Drug Company. *Jurnal Ilmiah Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(1979), 109–201.
- Endar, W. P., Srikandi, K., & Edy, Y. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Study Kasus Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon di Malang. *Ilmiah Administrasi Bisnis*, 1(9), 170–205.
- Fahmi, M. (2016). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Tribun Medan. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen*, 1(1), 65–72.
- Gultom, D. K., & Jufrizen, J. (2016). Nilai-Nilai Islam Sebagai variabel Moderating Pada Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan mahasiswa (Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Swasta di Kota Medan).

Maksitek, 1(1), 36–47.

Gultom, D. K., & Sembiring, B. K. . (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 14(1), 24–58.

Handoko, B. (2016). Pengaruh harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan di Titipapan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 17(3), 3–56.

Iha, H. H., & Setriani, S. (2018). Pengaruh Word Of Mouth dan Switching cost Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 33–95.

Ikhsan, A., Muhyarsyah, M., Tanjung, H., & Oktaviani, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*.

Indonesia, D. P. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.

Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. UMSU PRESS.

Jumini, I., & Realize. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Bus Trans Batam. *Ilmiah Cor IT*, 8(2548), 93–165.

Kotler, P. (2007). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhalindo.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Prnsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajement* (15th ed.). Global edition.

Linzy, P. P., & Nasution, A. E. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Online. *Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 1(1), 493–560.

Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern* (1st ed.). Cakra Ilmu.

Mahayana, P. Ik., & Yasa, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa, Citra dan Positive Word Of Mouth Politeknik Negri Bali. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(3), 90–156.

Nasib, P. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study kasus Pada Kolam Renang Bengawan Solo pangkalan Brandan). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 33–44.

Nasution, M. I., Fahmi, M., Jufrizen, J., Muslih, M., & Prayogi, M. A. (2020). The Quality of Small and Medium Enterprises Performance Using the Structural Equation Model-Part Least Square (SEM-PLS). *Journal of Physics: Conference Series*, 1477(2020), 1–7. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1477/5/052052>

- Nel, A. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 20–78.
- Nura, P. N. (2018). Analisis Pengaruh Merek, Potongan Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk di Kota Batam. *Akuntansi Barelang*, 3(1), 84–154.
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Penggunaan Pembelian Teh Botol Sosro (Study Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda) Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Penggunaan Pembelian Teh Botol Sosro (Study Kasus K. *Manajemen Tools*, 9(1), 15–87.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Prilaku Konsumen Dan Stratetegi Pemasaran* (4th ed.). Erlangga.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2004). *Manajemen Pemasaran*. indeks.
- Putri, A. A. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa PDAM Tirta kencana Kota Samarinda Terhadap Kepuasan Pelanggan di Wilayah Kelurahan Sungai Pinang. *Administrasi Negara*, 3(4), 1100–1200.
- Radiman, R., Gunawan, A., Wahyuni, S. F., & Jufrizen, J. (2018). The Effect of Marketing Mix, Service Quality, Islamic Values and Institutional Image on Students' Satisfaction and Loyalty. *Expert Journal of Marketing*, 6(2), 95–105.
- Rahmat. (2018). Kontribusi Potongan Harga Terhadap Penjualan Pada Lianco Mandiri Cooperate (LMC) Lianco group. *Education and Develovment*, 6(3), 20–67.
- Ruslimah, S. Della, & Ikhwan, F. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Extra Banjar. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(6), 50–57.
- Selvy, N., Srikandi, K., & Andriani, K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Administrasi Bisnis*, 6(2), 1–47.
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.
- Supranto, J. (1998). *Teknik Pengambilan Keputusan*. PT. Rineka Cipta.
- Syamsi, I. (2002). *Pengambilan Keputusan Dan Sistem Informasi*. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012a). *Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satis function, Strategi Kompetitif* (2nd ed.).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012b). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (Andang (ed.); 4th ed.). Andi Offset.

Tjptono, F. (2011). *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Surianto
Tempat / Tgl Lahir : Simpang Nangka, 16 -3 – 1998
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Gang 3 Jl. Jawa Medan Belawan
Anak KE : 6

NAMA ORANG TUA

Nama Ayah : Alm Rusman
Nama Ibu : Situm
Alamat : Dusun 6 Desa Lubuk Cuik Kec. Lima Puluh Kab. Batu Bara

PENDIDIKAN FORMAL

Sd : SD N Tanah Hitam Hilir
SMP : MTs Al-wasliyah Bilan-Bulan
SMA : MAN Lima Puluh

GENDER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	42	42.0	42.0	42.0
	Perempuan	58	58.0	58.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 20 Tahun	10	10.0	10.0	10.0
	21 - 25 Tahun	89	89.0	89.0	99.0
	26-30 Tahun	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

FAKULTAS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	EKONOMI	49	49.0	49.0	49.0
	HUKUM	6	6.0	6.0	55.0
	KEGURUAN ILMU DAN PENDIDIKAN	10	10.0	10.0	65.0
	Agam Islam	6	6.0	6.0	71.0
	Pertanian	7	7.0	7.0	78.0
	Teknik	13	13.0	13.0	91.0
	Ilmu Sosial dan Teknik	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

SEMESTER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	VI	13	13.0	13.0	13.0
	VIII	87	87.0	87.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Potongan harga sangat digemari konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	62	62.0	62.0	62.0
	Setuju	18	18.0	18.0	80.0
	Kurang setuju	4	4.0	4.0	84.0
	Tidak setuju	3	3.0	3.0	87.0
	Sangat tidak setuju	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dengan adanya potongan harga konsumen akan terus berlangganan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	43	43.0	43.0	43.0
	Setuju	30	30.0	30.0	73.0
	Kurang setuju	11	11.0	11.0	84.0
	Tidak setuju	4	4.0	4.0	88.0
	Sangat tidak setuju	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jika penyesuaian potongan harga sering dipantau maka konsumen terus loyal terhadap produk maupun perusahaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	33	33.0	33.0	33.0
	Setuju	41	41.0	41.0	74.0
	Kurang setuju	12	12.0	12.0	86.0

Tidak setuju	5	5.0	5.0	91.0
Sangat tidak setuju	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Konsumen biasanya menjadikan potongan harga sebagai tolak ukur pembelian produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	33	33.0	33.0	33.0
Setuju	44	44.0	44.0	77.0
Kurang setuju	9	9.0	9.0	86.0
Tidak setuju	3	3.0	3.0	89.0
Sangat tidak setuju	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Terlalu sering perusahaan memberikan potongan harga maka konsumen pun terus mencari produk tersebut

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	44	44.0	44.0	44.0
Setuju	34	34.0	34.0	78.0
Kurang setuju	9	9.0	9.0	87.0
Tidak setuju	5	5.0	5.0	92.0
Sangat tidak setuju	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Kualitas layanan yang diharapkan pengguna akun grab salah satunya jujur, ramah, dan sopan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	49	49.0	49.0	49.0
Setuju	30	30.0	30.0	79.0
Kurang setuju	8	8.0	8.0	87.0
Tidak setuju	2	2.0	2.0	89.0
Sangat tidak setuju	11	11.0	11.0	100.0

Kualitas layanan yang diharapkan pengguna akun grab salah satunya jujur, ramah, dan sopan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	49	49.0	49.0	49.0
	Setuju	30	30.0	30.0	79.0
	Kurang setuju	8	8.0	8.0	87.0
	Tidak setuju	2	2.0	2.0	89.0
	Sangat tidak setuju	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan maka perusahaan dalam hal ini driver harus memberikan kualitas pelayanan yang prima

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	43	43.0	43.4	43.4
	Setuju	36	36.0	36.4	79.8
	Kurang setuju	5	5.0	5.1	84.8
	Tidak setuju	5	5.0	5.1	89.9
	Sangat tidak setuju	10	10.0	10.1	100.0
	Total	99	99.0	100.0	
Missing	System	1	1.0		
Total		100	100.0		

Kualitas pelayanan yang diterima pelanggan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan (contoh kasus grab)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	47	47.0	47.0	47.0
	Setuju	32	32.0	32.0	79.0
	Kurang setuju	5	5.0	5.0	84.0
	Tidak setuju	6	6.0	6.0	90.0
	Sangat tidak setuju	10	10.0	10.0	100.0

Kualitas pelayanan yang diterima pelanggan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan (contoh kasus grab)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	47	47.0	47.0	47.0
	Setuju	32	32.0	32.0	79.0
	Kurang setuju	5	5.0	5.0	84.0
	Tidak setuju	6	6.0	6.0	90.0
	Sangat tidak setuju	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Baik buruknya kualitas pelayanan ditentukan oleh driver grab karena dialah yang langsung terjun menjumpai konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	34	34.0	34.0	34.0
	Setuju	38	38.0	38.0	72.0
	Kurang setuju	9	9.0	9.0	81.0
	Tidak setuju	6	6.0	6.0	87.0
	Sangat tidak setuju	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan yang sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	33	33.0	33.0	33.0
	Setuju	42	42.0	42.0	75.0
	Kurang setuju	13	13.0	13.0	88.0
	Tidak setuju	4	4.0	4.0	92.0
	Sangat tidak setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Salah satu hal yang menentukan konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian/penggunaan adalah kualitas pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	38	38.0	38.0	38.0
	Setuju	40	40.0	40.0	78.0
	Kurang setuju	9	9.0	9.0	87.0
	Tidak setuju	6	6.0	6.0	93.0
	Sangat tidak setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Konsumen dapat mengambil keputusan pembelian/penggunaan sesuai hak pribadi tanpa ada paksaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	42	42.0	42.0	42.0
	Setuju	33	33.0	33.0	75.0
	Kurang setuju	8	8.0	8.0	83.0
	Tidak setuju	7	7.0	7.0	90.0
	Sangat tidak setuju	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Perusahaan harus mengetahui bagaimana memilih brand yang dibutuhkannya. Hal tersebut harus dilakukan agar bisa mengukur keinginan dan daya beli konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	30	30.0	30.0	30.0
	Setuju	48	48.0	48.0	78.0
	Kurang setuju	8	8.0	8.0	86.0
	Tidak setuju	9	9.0	9.0	95.0
	Sangat tidak setuju	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan biasanya dipengaruhi oleh faktor sosial,
budaya, ekonomi, politik dan sebagainya**

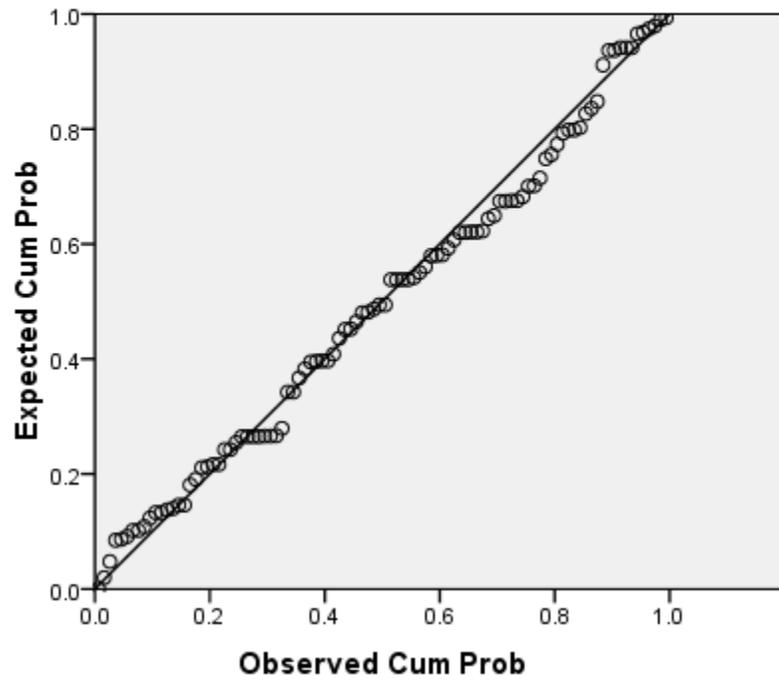
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	27	27.0	27.0	27.0
	Setuju	40	40.0	40.0	67.0
	Kurang setuju	18	18.0	18.0	85.0
	Tidak setuju	7	7.0	7.0	92.0
	Sangat tidak setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Keputusan penggunaan ialah proses kombinasi antara pengetahuan dan pengaruh pihak internal
serta external dalam memilih suatu produk, misalkan grab**

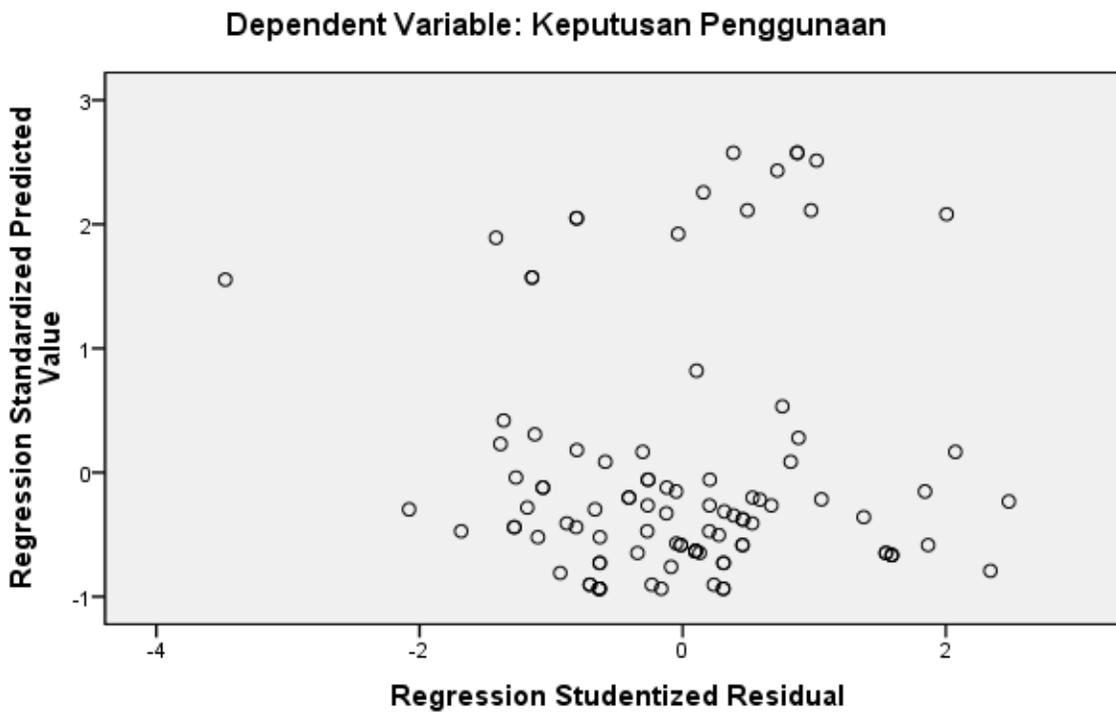
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	22	22.0	22.0	22.0
	Setuju	46	46.0	46.0	68.0
	Kurang setuju	19	19.0	19.0	87.0
	Tidak setuju	6	6.0	6.0	93.0
	Sangat tidak setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Penggunaan



Scatterplot

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.129	.448		4.747	.000					
	Potongan Harga	.152	.089	.167	1.708	.091	.857	.171	.070	.176	5.681
	Kualitas Pelayanan	.691	.089	.760	7.778	.000	.912	.620	.319	.176	5.681

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	2282.212	2	1141.106	248.608	.000 ^a
	Residual	445.228	97	4.590		
	Total	2727.440	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Potongan Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.915 ^a	.837	.833	2.142	.837	248.608	2	97	.000	1.917

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Potongan Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Kuisisioner Penelitian

Kuisisioner
Penelitian

Medan, 14 Juli 2020
Kepada yang Terhormat
Bapak/Ibu Responden Di
Medan

Dengan Hormat

Dalam rangka memenuhi tugas skripsi saya pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen, maka saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu Responden untuk memberikan pendapat mengenai “Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Driver Terhadap Keputusan Penggunaan Grab Pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”.

Pengumpulan data ini semata-mata hanya akan digunakan untuk penyusunan skripsi dan akan dijamin kerahasiaannya.

Ketersediaan dan Kerjasama Bapak/Ibu berikan dalam bentuk informasi yang benar dan lengkap akan sangat mendukung keberhasilan penelitian ini. Selain itu jawaban yang Bapak/Ibu berikan juga akan merupakan masukan yang sangat berharga bagi saya.

Akhir kata saya mengucapkan terimakasih atas bantuan dan ketersediaan Bapak/Ibu yang telah meluangkan waktunya dalam pengisian kuisisioner ini

Salam hormat saya

SURIANTO

***Wajib**

Identitas Responden

Klik salah satu jawaban yang tersedia pada pernyataan

1. Nama *
2. Jenis Kelamin *

Tandai satu oval saja.

Laki-laki Perempuan

3. Usia *

Tandai satu oval saja.

17-20 Tahun

21-25 Tahun

26-30 Tahun

Yang Iain: _____

4. Fakultas *

Tandai satu oval saja.

Ekonomi

Hukum

Keguruan Ilmu dan Pendidikan Agama

Islam

Pertanian

Teknik

Ilmu Sosial dan Politik

5. Semester *

Tandai satu oval saja.

V

VII

Yang lain: _____

Variabel Bebas (Potongan harga)

Klik salah satu jawaban yang tersedia pada setiap pernyataan di bawah ini.
Maknanya Adalah

1= Sangat Setuju;

2= Setuju;

3= Kurang Setuju;

4= Tidak Setuju;

5= Sangat Tidak Setuju;

6. 1. Potongan harga sangat di gemari konsumen *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

Sangat Tidak Setuju

7. 2. Dengan adanya potongan harga konsumen akan terus berlangganan *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

Sangat Tidak Setuju

8. 3. Jika penyesuaian potongan harga sering dipantau maka konsumen terus loyal terhadap produk maupun perusahaan *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

Sangat Tidak Setuju

9. 4. Konsumen biasanya menjadikan potongan harga sebagai tolak ukur pembelian produk *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

Sangat Tidak Setuju

10. 5. Terlalu sering perusahaan memberikan potongan harga maka konsumen pun terus mencari produk tersebut *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

Sangat Tidak Setuju

Variabel Intervening (Kualitas Pelayanan)

Klik salah satu jawaban yang tersedia pada setiap pernyataan dibawah ini.
Maknanya Adalah

1= Sangat Setuju;

2= Setuju;

3= Kurang Setuju;

4= Tidak Setuju;

5= Sangat Tidak Setuju;

11. 1. Kualitas layanan yang diharapkan pengguna akun grab salah satunya jujur, ramah, dan sopan *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

Sangat Tidak Setuju

12. 2. Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan maka perusahaan dalam hal ini driver harus memberikan kualitas pelayanan yang prima

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

Sangat Tidak Setuju

13. 3. Kualitas pelayanan yang diterima pelanggan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan (contoh kasus grab) *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

Sangat Tidak Setuju

14. **4. Baik buruknya kualitas pelayanan ditentukan oleh driver grab karena dialah yang langsung terjun menjumpai konsumen ***

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

sangat Tidak Setuju

15. 5. Kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan yang sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten *

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4	5
Sangat Setuju			Sangat Tidak Setuju	

Variabel Indikator (Keputusan Penggunaan)

Klik salah satu jawaban yang tersedia pada setiap pernyataan dibawah ini.
Maknanya Adalah

1= Sangat Setuju;

2= Setuju;

3= Kurang Setuju;

4= Tidak Setuju;

5= Sangat Tidak Setuju;

16. 1. Salah satu hal yang menentukan konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian/penggunaan adalah kualitas pelayanan *

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4	5
Sangat Setuju			Sangat Tidak Setuju	

17. 2. Konsumen dapat mengambil keputusan pembelian / penggunaan sesuai hak pribadi tanpa ada paksaan *

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4	5
Sangat Setuju			Sangat Tidak Setuju	

18. 3. Perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih brand yang dibutuhkannya. Hal tersebut harus dilakukan agar bisa mengukur keinginan dan daya beli konsumen *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

Sangat Tidak Setuu

19. 4. Faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan/pembelian biasanya dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, ekonomi, politik dan lainnya *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

Sangat Tidak Setuju

20. 5. Keputusan penggunaan ialah proses kombinasi antara pengetahuan dan pengaruh pihak internal serta external dalam memilih suatu produk, misalkan grab *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

Sangat Tidak Setuju

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Ext: 304 Medan 220238



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Manajemen yang diselenggarakan pada hari *Rabu, 17 Juni 2020* menerangkan bahwa:

Nama : Surianto
N.P.M. : 1605160432
Tempat / Tgl.Lahir : Simpang Nangka, 16 Maret 1998
Alamat Rumah : Jalan Ciamis Gang III Medan Belawan
JudulProposal : Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan Driver Terhadap Keputusan Penggunaan Grab Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan pembimbing : Muhammad Fahmi, SE, MM.

Medan, Rabu, 17 Juni 2020

TIM SEMINAR

Ketua

JASMAN SARIPUDDIN, SE., M.Si.

Sekretaris

Dr. JUFRIZEN, SE., M.Si.

Pembimbing

Muhammad Fahmi, SE, MM.

Pemanding

JASMAN SARIPUDDIN, SE., M.Si.

Diketahui / Disetujui

**A.n. Dekan
Wakil Dekan - I**

ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Ext: 304 Medan 20238

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL JURUSAN MANAJEMEN

Pada hari ini Rabu, 17 Juni 2020 telah diselenggarakan seminar Proposal Program Studi Manajemen menerangkan bahwa :

N a m a : **Surianto**
N . P . M . : **1605160432**
Tempat / Tgl.Lahir : **Simpang Nangka, 16 Maret 1998**
Alamat Rumah : **Jalan Ciamis Gang III Medan Belawan**
JudulProposal : **Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan Driver Terhadap Keputusan Penggunaan Grab Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Disetujui / tidak disetujui *)

<i>Item</i>	<i>Komentar</i>
Judul	<i>Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan Driver Terhadap Keputusan Penggunaan Grab (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)</i>
<i>Bab I</i>	<i>Perbaiki penulisan</i>
<i>Bab II</i>	<i>Perbaiki Mendeley</i>
<i>Bab III</i>	<i>Tambah referensi</i>
<i>Lainnya</i>
<i>Kesimpulan</i>	<input type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, Rabu, 17 Juni 2020

TIM SEMINAR

Ketua

JASMAN SARIPUDDIN, S.E., M.Si.

Sekretaris

Dr. JUFRIZEN, SE., M.Si.

Pembimbing

Muhammad Fahmi, SE, MM.

Pemanding

JASMAN SARIPUDDIN, SE., M.Si.



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301, Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING
PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA

NOMOR : 545 / TGS / IL.3-AU / UMSU-05 / F / 2020

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Skripsi dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : MANAJEMEN
Pada Tanggal : 03 Februari 2020

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Skripsi Mahasiswa :

Nama : SURIANTO
N P M : 1605160432
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Proposal / Skripsi : Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Driver Terhadap Penggunaan Dan Keputusan Grab Pada Mahasiswa Di UMSU

Dosen Pembimbing : MUHAMMAD FAHMI, SE., MM.

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Skripsi dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Skripsi harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkannya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
3. **Proyek Proposal / Skripsi dinyatakan " BATAL " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal :03 Februari 2021**
4. Revisi Judul. *Pengaruh potongan Harga dan Kualitas Pelayanan Driver Terhadap keputusan Penggunaan Grab pada Mahasiswa UMSU.*

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

MUHAMMAD FAHMI, SE., MM.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 09 Jumadil Akhir 1441 H
03 Februari 2020 M

Dekan ✓
H. JANURI, SE., MM., M.Si.

Tembusan :

1. Peringgal.

**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjabar surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301, Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 545 /II.3-AU/UMSU-05/ F / 2020 Medan, 09 Jumadil Akhir 1441 H
Lampiran : 03 Februari 2020 M
Perihal : IZIN RISET PENDAHULUAN

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan/Direksi/Kepala Dinas
WAKIL REKTOR I UMSU
Jln.Muchtar Basri No.3 Medan
Di tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan mahasiswa kami akan menyelesaikan studi, untuk itu kami memohon kesediaan Bapak / Ibu sudi kiranya untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa kami melakukan riset di **Perusahaan / Instansi** yang Bapak / Ibu pimpin, guna untuk penyusunan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program **Studi Strata Satu (S-1)**

Adapun mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tersebut adalah:

Nama : **SURIANTO**
Npm : **1605160432**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Semester : **VIII (Delapan)**
Judul : **Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Driver Terhadap Penggunaan Dan Keputusan Grab Pada Mahasiswa Di UMSU**

Demikianlah surat kami ini, atas perhatian dan kerjasama yang Bapak / Ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb


Dekan
H.JANURI,SE.,MM.,M.Si.

Tembusan :

1. Pertinggal

Akreditasi A : Program Studi Manajemen - Program Studi Akuntansi - Program Studi EP
Akreditasi B : Program Studi DIII Manajemen Perpajakan



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

No. Agenda: 605/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/16/12/2019

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Medan, 16/12/2019

Dengan hormat.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Surianto
NPM : 1605160432
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

- Identifikasi Masalah :
- Judul 1.
 - A. kurangnya kepercayaan pelanggan terhadap driver
 - B. Masi banyak pengguna aplikasi yang belum mengerti tentang promo yang berlaku
 - c. Belum semua driver yang tepat waktu dalam penjemputan
 - Judul 2.
 - A. Kurangnya pengenalan produk baik dimedia cetak maupun media elektronik
 - B. Masi lamanya proses administrasi
 - Judul 3.
 - A. Masi banyaknya UKM yang kurang mengerti tentang Digital Marketing
 - B. Ruang Lingkup pemasaran yang terbatas jika dipasarkan hanya dari mulut ke mulut

- Rencana Judul :
- 1. Pengaruh Promo (Potongan Harga) Dan Kualitas Pelayanan Driver Terhadap Penggunaan Dan Kepuasan Pelanggan Grab Pada Mahasiswa/I Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 - 2. Pengaruh Pengenalan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Minat Dalam Menggunakan Jasa Asuransi Di Pt Jiwarsaya Jalan Palang Merah Medan.
 - 3. Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Promosi Dan Peningkatan Pendapatan Bagi Para Penggiat Usaha Kecil Menengah Di Sekitar Kawasan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Objek/Lokasi Penelitian : Judul 1 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Judul 2 : Pt Jiwarsaya Jalan Palang Merah Medan. Judul 3 : Ukm Di Sekitar Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya
Pemohon



(Surianto)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: 605/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/16/12/2019

Nama Mahasiswa : Surianto
NPM : 1605160432
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Pengajuan Judul : 16/12/2019
Nama Dosen Pembimbing¹⁾ : Muhammad Fahmi *MF*

Judul Disetujui²⁾ : Pengaruh promo (Potongan Harga) Dan
kualitas Pelayanan Driver Terhadap Peggncian
Dan kepuasan pelanggan grab pada mahasiswa/i
Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Disahkan oleh
Ketua Program Studi Manajemen
Jasman
(Jasman Sarifuddin Hasibuan, SE., M.Si.)

Medan, 10 Januari 2020
Dosen Pembimbing
Muhammad Fahmi
(MUHAMMAD FAHMI, SE, MM.)

Keterangan:

¹⁾ Ditua oleh Pimpinan Program Studi

²⁾ Ditua oleh Dosen Pembimbing

Setelah disahkan oleh Prodi dan Dosen pembimbing, scan foto dan uploadlah lembaran ke-2 ini pada form online: "Upload Pengesahan Judul Skripsi"

PERNYATAAN SKRIPSI

Saya saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Surianto
NPM : 1605160432
Program : Strata-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa data-data dalam skripsi atau data-data lainnya adalah benar saya peroleh dari **Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**.

Dan apabila ternyata dikemudian hari data-data dari skripsi ini salah dan merupakan hasil **PLAGIAT** karya orang lain maka dengan ini saya bersedia menerima sanksi akademik.

Medan, September 2020
Saya yang menyatakan



SURIANTO