

**HUBUNGAN ANTARA PROMOSI DAN *SERVICE QUALITY*
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GO-JEK PADA
MAHASISWA DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**SURUR
8135120497**



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

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

***THE CORRELATION BETWEEN PROMOTION AND SERVICE
QUALITY WITH PURCHASE DECISIONS ON GO-JEK AMONG
STUDENTS OF UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

**SURUR
8135120497**



Skripsi is Writen as Part of Bachelor Degree in Education Accomplishment

***Study Program of Commerce Education
Faculty of Economics
Universitas Negeri Jakarta
2016***

ABSTRAK

SURUR. HUBUNGAN ANTARA PROMOSI DAN *SERVICE QUALITY* DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GO-JEK PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Mei 2016.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang Hubungan Antara Promosi dan *Service Quality* dengan Keputusan Pembelian Jasa GO-JEK pada Mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Jakarta, Jakarta Timur. Selama enam bulan terhitung November 2015 sampai April 2016. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* sebanyak 77 orang.

Untuk menjarang data dari ketiga variabel digunakan kuesioner model skala likert untuk Promosi (Variabel X_1), *Service Quality* (Variabel X_2), dan Keputusan Pembelian Jasa GO-JEK (Variabel Y). Sebelum instrumen digunakan sebelumnya dilakukan uji validitas untuk variabel X_1 , X_2 , dan Y. Untuk variabel X_1 , dari 20 butir pernyataan terdapat 15 butir pernyataan yang valid, untuk variabel X_2 , dari 20 pernyataan terdapat 19 pernyataan yang valid, sedangkan untuk variabel Y dari 20 pernyataan terdapat 16 pernyataan yang valid. Perhitungan reliabilitas ketiga variabel tersebut menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Hasil reliabilitas variabel X_1 sebesar 0,754, variabel X_2 sebesar 0,753, dan variabel Y sebesar 0,760. Hasil ini membuktikan bahwa instrumen dari ketiga variabel tersebut *reliable*.

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 19,746 + 0,235X_1 + 0,403X_2$. Dari uji keberartian regresi menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $22,872 > 3,12$, artinya persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi parsial dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} X_1-Y = 2,117$ dan $t_{tabel} = 1,65$, $t_{hitung} X_2-Y = 4,518$ dan $t_{tabel} = 1,65$. Koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson menghasilkan $r_{xy} = 0,618$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,618$ adalah signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 36,5% yang menunjukkan bahwa 36,5% variasi keputusan pembelian ditentukan oleh promosi dan *service quality*/kualitas layanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan *service quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa GO-JEK.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Promosi, Kualitas Layanan

ABSTRACT

SURUR. THE CORRELATION BETWEEN PROMOTION AND SERVICE QUALITY WITH PURCHASE DECISION ON GO-JEK SERVICE AMONG STUDENTS OF UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA. Skripsi, Jakarta: Study Program of Commerce Education, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta, May 2016.

The research was conducted at Universitas Negeri Jakarta, East Jakarta, for six months from November 2015 until April 2016.

The research method used is survey method with the correlational approach. Population in this research is students of Universitas Negeri Jakarta. The technique which is used in gathering the sample was purposive sampling about 77 respondents.

To capture data from these three variables are used questionnaire Likert Scale models for Promotion (X1 Variable), Service Quality (X2 Variable) and Purchase Decision of GO-JEK Service (Y Variable). Before the instrument is used tested the validity for variable X and Y. For variable X1, from 20 statements there are 15 points that valid, for variable X2, from 20 statements there are 19 points that valid., and for variable Y, from 20 statements there are 16 points that valid. Reliability calculation of both variables using Cronbach Alpha formula. The results of the 0,896 and the results of the X1 variable reliability are 0,754, the results of the X2 variable reliability are 0,753 and the results of the Y variable reliability are 0,760. Results prove that the instrument is reliable.

The resulting regression equation is $\hat{Y} = 19,746 + 0,235X1 + 0,403X2$. From test significance regression produces $F_{count} > F_{table}$, which is $22,872 > 3,12$, the meaning is the regression equation is significant. Then performed the test significance correlation coefficient using the t test and the resulting $t_{count} X1-Y = 2,117$ and $t_{table} = 1,65$, $t_{count} X2-Y = 4,518$ and $t_{table} = 1,65$. Correlation coefficient of Pearson Product Moment generating $r_{xy} = 0,618$. It can be concluded that the correlation coefficient $r_{xy} = 0,618$ is significant. The coefficient of determination obtained for 36,5% which shows that 36,5% of the variation of purchase decision determined by promotion and service quality.


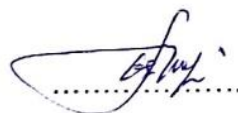

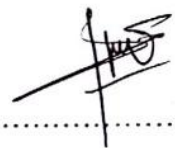

Keywords: Purchase Decision, Promotion, Service Quality

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana, ES, M.Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 1966 1030 200012 1001	Ketua Penguji		19-06-2016
2. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 1955 0722 198210 2001	Penguji Ahli		21-06-2016
3. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 1977 0111 200812 2003	Sekretaris		16-06-2016
4. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 1959 0918 198503 2011	Pembimbing I		16-06-2016
5. <u>Dita Puruwita, M.Si</u> NIP. 1982 0908 201012 2004	Pembimbing II		16-06-2016

Tanggal Lulus : 16-06-2016
.....

PERNYATAAN ORISINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.



LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kau dustakan?"
(Q.S Ar- Rahman: 13)

"Setiap orang adalah guru, setiap tempat adalah sekolah, dan setiap
pengalaman adalah pelajaran yang berharga"

-Surur

*Kupersembahkan untukmu
bersama segenap do'a dan untaian rindu,
Ibu.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah, kasih sayang, kekuatan dan pertolongan. Sehingga memberikan kesempatan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Promosi dan *Service Quality* dengan Keputusan Pembelian Jasa GO-JEK pada Mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi yang ditulis ini merupakan salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Prodi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dengan segenap kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih untuk:

1. Dosen pembimbing Skripsi I, Dr. Corry Yohana, MM, yang telah memberi berbagai macam masukan, saran, motivasi, serta kesabarannya yang luar biasa ketika membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
2. Dosen pembimbing Skripsi II, Dita Puruwita, M.Si yang telah memberikan masukan, saran, dan juga dorongan bagi peneliti.
3. Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si.
4. Dekan Fakultas Ekonomi UNJ, Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya pada Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berguna.
6. Ketua Pondok Pesantren Sulaimaniyah Rawamangun, Abi Mevlana, sebagai orang tua peneliti selama menempuh pendidikan di universitas. Terimakasihku untuk Ibuku Rasyah dan Bapakku Suroso yang telah berkorban banyak demi

anaknya mendapatkan pendidikan yang lebih baik, terimakasih atas doa dan semangat yang senantiasa tercurahkan.

7. Kedua adikku, Nabila Ramadhani dan Sisil Susilawati yang telah menjadi penyemangat dan alasan bagi peneliti untuk terus berjuang.
8. Beasiswa BIDIKMISI, terimakasih karena telah menjadi jembatan yang kokoh dalam mewujudkan impian peneliti untuk meraih jenjang pendidikan tinggi.
9. Keluarga Besar Mahasiswa Cinta Damai Sulaimaniyah Rawamangun, Komunitas Blogger UNJ (KOMBUN), HMJ EA Berdedikasi, BEM FE UNJ SATU, Ikatan Abang None Buku (IKANOBU) Provinsi DKI Jakarta, keluarga All Marketing SMKN 9 Jakarta, serta Forum Bidikmisi UNJ.
10. Sprinkle Team (Andika, Eldy, Febriansyah, Siti, Vitho) sebuah keluarga sederhana dalam suka-duka perkuliahan; Sulaimaniyah Supreme (Raif, Tijani) *thanks for every quality times*; G-C Ganks (Anton, Saprudin, Asep, Barda, Dani, Fikri) ikhwan-ikhwan satu atap selama menuntut ilmu dan tinggal di pondok pesantren UICCI Sulaimaniyah; dan tak lupa Gerobak Dorong Ganks (Ibrahim, Simas) atas segala canda-tawa-suka-duka-bahagia yang tercipta.
11. Seluruh teman-teman seperjuangan selama empat tahun perkuliahan dalam kelas Pendidikan Tata Niaga Reg 2012.
12. Serta semua pihak yang membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, maaf karena tidak bisa peneliti sebutkan namanya satu persatu.

Jakarta, 16 Juni 2016

SURUR