

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta
- Eriawan, Nurcahya. 2015. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Mobil Honda Jazz*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS cetakan keempat*. Semarang : BPUNDIP.
- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* . Semarang : BPUNDIP.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Edisi kedua. Jakarta : Center for Academic Publishing Service.
- Kurniawan. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Pertama. Jakarta : Graha Ilmu.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2013. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Edisi kedua. Bandung : Alfabeta.
- Sangadji, E.Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi pertama. Yogyakarta : Andi Offset.
- Setianto, Hari. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Yayasan Internal Audit.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Riset*. Edisi Pertama. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, 2002, *Perilaku Konsumen Edisi II*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Supriyanto. 2015. *Metode Riset Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta : Rineka Cipta.

Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta : Center for Academic Publishing Service.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Edisi pertama. Yogyakarta : Andi Offset.

Widya, Desy. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Sewa Kamar Hotel Muria Semarang*. Universitas Diponegoro.

Oliver, Sandra, 2007. *Strategi Public Relations*, Bandung :Erlangga



KUESIONER PENELITIAN

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dengan
Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Gojek
Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Medan Area**

DATA RESPONDEN:

No. Responden:

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin* : [] Laki-laki [] Perempuan
4. Menggunakan Gojek* : [] Iya [] Tidak
Jika Iya, lanjutkan untuk mengisi kuesioner.

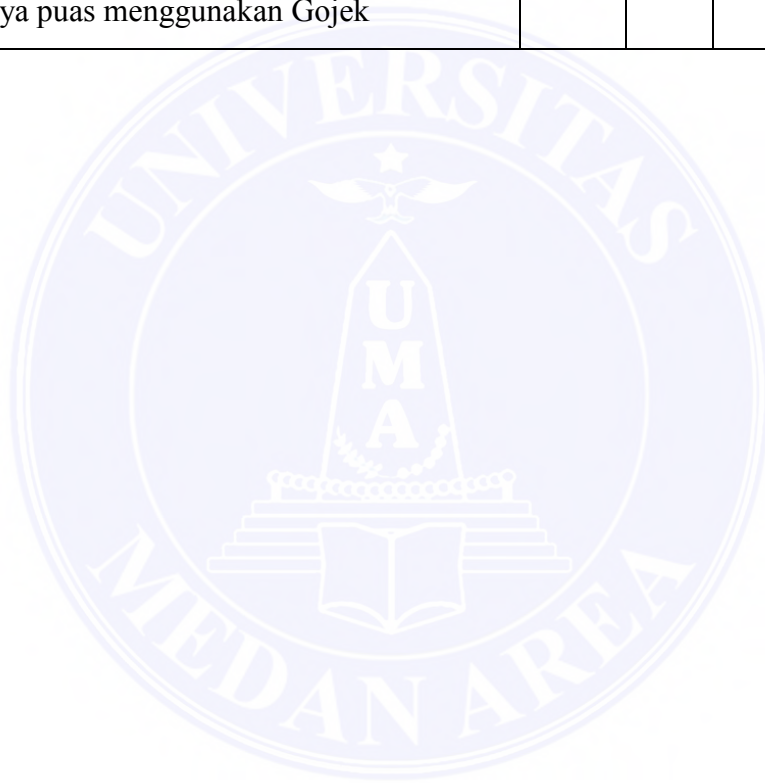
* Berilah tanda (√) pada jawaban yang sesuai dengan pilhan anda.

PETUNJUK PENGISIAN

1. Kuesioner ini terdiri dari pertanyaan dengan alternatif jawaban.
2. Cara mengisi jawaban dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom:
* Sangat Setuju (SS) * Setuju (S) * Kurang Setuju (KS)
* Tidak Setuju (TS) * Sangat Tidak Setuju (STS)

No	Pernyataan Kualitas Pelayanan (X1)	SS	S	RR	TS	STS
1	Driver Gojek memberikan pelayanan yang cepat tanggap					
2	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan konsumen					
3	Drive gojek memberikan jaminan keamanan dalam mengantar pesanan <i>Go-Food</i> dan <i>Go-Mart</i>					
4	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harga yang harus dibayarkan					
5	Fasilitas fisik yang diberikan Gojek bersih dan nyaman					
No	Pernyataan Harga (X2)	SS	S	RR	TS	STS
6	Harga jasa Gojek sesuai dengan kualitasnya					
7	Harga Gojek relatif terjangkau bagi mahasiswa					
8	Gojek memiliki banyak variasi layanan dengan harga yang beragam					
9	Jasa Gojek lebih murah dibandingkan dengan transportasi lainnya.					
10	Manfaat yang diterima lebih besar daripada harga yang dibayarkan untuk penggunaan Gojek					
11	Gojek mudah ditemukan diberbagai daerah kota Medan					
12	Harga layanan Gojek sesuai dengan daya beli masyarakat					
	Pertanyaan Kepuasan Konsumen (Y)	SS	S	RR	TS	STS
13	Para driver Gojek berada di lokasi strategis, sehingga memudahkan pembeli tiket dan penumpang menemukan stasiun					
14	Driver Gojek hadir tepat waktu dan sesuai jadwal					
15	Penumpang mendapat fasilitas pengembalian barang hilang di Gojek					
16	Pembayaran Gojek mudah dapat melalui tunai dan online					
17	Gojek memberikan konsumen kepuasan dalam perjalanan					
18	Penumpang Gojek yang puas akan menceritakan kepada orang lain tentang pengalamannya menggunakan jasa Gojek					

	Pertanyaan Loyalitas Konsumen (z)	SS	S	RR	TS	STS
19	Sering menggunakan layanan Gojek sehari-hari					
20	Saya sering memberi respon positif setelah menggunakan gojek					
21	Saya sering menyarankan pada teman dan keluarga untuk menggunakan Gojek					
22	Saya puas menggunakan Gojek					



Hasil Uji Validitas dan Uji Relibilitas Kualitas Pelayanan

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	Total_X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.302**	.366**	.126	.360**	.707**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.090	.000	.000
	N	181	181	181	181	181	181
X1_2	Pearson Correlation	.302**	1	.275**	.061	.145	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.413	.052	.000
	N	181	181	181	181	181	181
X1_3	Pearson Correlation	.366**	.275**	1	.094	.083	.629**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.209	.264	.000
	N	181	181	181	181	181	181
X1_4	Pearson Correlation	.126	.061	.094	1	.566**	.542**
	Sig. (2-tailed)	.090	.413	.209		.000	.000
	N	181	181	181	181	181	181
X1_5	Pearson Correlation	.360**	.145	.083	.566**	1	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000	.052	.264	.000		.000
	N	181	181	181	181	181	181
Total_X1	Pearson Correlation	.707**	.597**	.629**	.542**	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	181	181	181	181	181	181

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.602	5

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Harga

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	Total_X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.002	.042	.231**	.267**	-.036	.137	.414**
	Sig. (2-tailed)		.983	.576	.002	.000	.628	.067	.000
	N	181	181	181	181	181	181	181	181
X2_2	Pearson Correlation	.002	1	.165*	-.197**	.488**	.444**	.206**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.983		.027	.008	.000	.000	.005	.000
	N	181	181	181	181	181	181	181	181
X2_3	Pearson Correlation	.042	.165*	1	.439**	.166*	.520**	.146*	.629**
	Sig. (2-tailed)	.576	.027		.000	.025	.000	.050	.000
	N	181	181	181	181	181	181	181	181
X2_4	Pearson Correlation	.231**	-.197**	.439**	1	-.008	.243**	.250**	.483**
	Sig. (2-tailed)	.002	.008	.000		.916	.001	.001	.000
	N	181	181	181	181	181	181	181	181
X2_5	Pearson Correlation	.267**	.488**	.166*	-.008	1	.033	.186*	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.025	.916		.654	.012	.000
	N	181	181	181	181	181	181	181	181
X2_6	Pearson Correlation	-.036	.444**	.520**	.243**	.033	1	.236**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.628	.000	.000	.001	.654		.001	.000
	N	181	181	181	181	181	181	181	181
X2_7	Pearson Correlation	.137	.206**	.146*	.250**	.186*	.236**	1	.565**
	Sig. (2-tailed)	.067	.005	.050	.001	.012	.001		.000
	N	181	181	181	181	181	181	181	181
Total_X2	Pearson Correlation	.414**	.579**	.629**	.483**	.574**	.614**	.565**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	181	181	181	181	181	181	181	181

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.614	7

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Total_Y
Y_1	Pearson Correlation	1	.055	.221**	.163*	.242**	.065	.402**
	Sig. (2-tailed)		.463	.003	.029	.001	.388	.000
	N	181	181	181	181	181	181	181
Y_2	Pearson Correlation	.055	1	.047	.307**	.168*	.055	.499**
	Sig. (2-tailed)	.463		.528	.000	.024	.463	.000
	N	181	181	181	181	181	181	181
Y_3	Pearson Correlation	.221**	.047	1	.490**	.372**	.280**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.003	.528		.000	.000	.000	.000
	N	181	181	181	181	181	181	181
Y_4	Pearson Correlation	.163*	.307**	.490**	1	.382**	.487**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.029	.000	.000		.000	.000	.000
	N	181	181	181	181	181	181	181
Y_5	Pearson Correlation	.242**	.168*	.372**	.382**	1	.190*	.721**
	Sig. (2-tailed)	.001	.024	.000	.000		.010	.000
	N	181	181	181	181	181	181	181
Y_6	Pearson Correlation	.065	.055	.280**	.487**	.190*	1	.481**
	Sig. (2-tailed)	.388	.463	.000	.000	.010		.000
	N	181	181	181	181	181	181	181
Total_Y	Pearson Correlation	.402**	.499**	.694**	.761**	.721**	.481**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	181	181	181	181	181	181	181

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.629	6

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen

		Correlations				
		Z_1	Z_2	Z_3	Z_4	Total_Z
Z_1	Pearson Correlation	1	.205**	.212**	.363**	.678**
	Sig. (2-tailed)		.006	.004	.000	.000
	N	181	181	181	181	181
Z_2	Pearson Correlation	.205**	1	.438**	.376**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.006		.000	.000	.000
	N	181	181	181	181	181
Z_3	Pearson Correlation	.212**	.438**	1	.295**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000	.000
	N	181	181	181	181	181
Z_4	Pearson Correlation	.363**	.376**	.295**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	181	181	181	181	181
Total_Z	Pearson Correlation	.678**	.636**	.674**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	181	181	181	181	181

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.623	4

Hasil Uji Deskriptif Frekuensi

Kualitas Pelayanan * Persepsi Crosstabulation

			Persepsi			Total
			3.00	4.00	5.00	
Kualitas Pelayanan	X1_1	Count	12	110	59	181
		% within Kualitas Pelayanan	6.6%	60.8%	32.6%	100.0%
	X1_2	Count	19	119	43	181
		% within Kualitas Pelayanan	10.5%	65.7%	23.8%	100.0%
	X1_3	Count	12	84	85	181
		% within Kualitas Pelayanan	6.6%	46.4%	47.0%	100.0%
	X1_4	Count	7	130	44	181
		% within Kualitas Pelayanan	3.9%	71.8%	24.3%	100.0%
	X1_5	Count	0	127	54	181
		% within Kualitas Pelayanan	0.0%	70.2%	29.8%	100.0%
Total	Count	50	570	285	905	
	% within Kualitas Pelayanan	5.5%	63.0%	31.5%	100.0%	

Harga * Persepsi_Resp Crosstabulation

			Persepsi_Resp			Total
			3.00	4.00	5.00	
Harga	X2_1	Count	8	143	30	181
		% within Harga	4.4%	79.0%	16.6%	100.0%
	X2_2	Count	8	108	65	181
		% within Harga	4.4%	59.7%	35.9%	100.0%
	X2_3	Count	11	139	31	181
		% within Harga	6.1%	76.8%	17.1%	100.0%
	X2_4	Count	0	127	54	181
		% within Harga	0.0%	70.2%	29.8%	100.0%
	X2_5	Count	0	123	58	181
		% within Harga	0.0%	68.0%	32.0%	100.0%
	X2_6	Count	0	147	34	181
		% within Harga	0.0%	81.2%	18.8%	100.0%
	X2_7	Count	0	117	64	181
		% within Harga	0.0%	64.6%	35.4%	100.0%
Total	Count	27	904	336	1267	
	% within Harga	2.1%	71.3%	26.5%	100.0%	

Kepuasan Konsumen * Persepsi_Responden Crosstabulation

			Persepsi_Responden		Total
			4.00	5.00	
Kepuasan Konsumen	Y_1	Count	172	9	181
		% within Kepuasan Konsumen	95.0%	5.0%	100.0%
	Y_2	Count	139	42	181
		% within Kepuasan Konsumen	76.8%	23.2%	100.0%
	Y_3	Count	136	45	181
		% within Kepuasan Konsumen	75.1%	24.9%	100.0%
	Y_4	Count	161	20	181
		% within Kepuasan Konsumen	89.0%	11.0%	100.0%
	Y_5	Count	113	68	181
		% within Kepuasan Konsumen	62.4%	37.6%	100.0%
	Y_6	Count	172	9	181
		% within Kepuasan Konsumen	95.0%	5.0%	100.0%
Total	Count	893	193	1086	
	% within Kepuasan Konsumen	82.2%	17.8%	100.0%	

Loyalitas Pelanggan * Persepsi Crosstabulation

			Persepsi			Total
			3.00	4.00	5.00	
Loyalitas Pelanggan	Z_1	Count	0	114	67	181
		% within Loyalitas Pelanggan	0.0%	63.0%	37.0%	100.0%
	Z_2	Count	0	165	16	181
		% within Loyalitas Pelanggan	0.0%	91.2%	8.8%	100.0%
	Z_3	Count	7	143	31	181
		% within Loyalitas Pelanggan	3.9%	79.0%	17.1%	100.0%
	Z_4	Count	11	119	51	181
		% within Loyalitas Pelanggan	6.1%	65.7%	28.2%	100.0%
	Total	Count	18	541	165	724
		% within Loyalitas Pelanggan	2.5%	74.7%	22.8%	100.0%

Statistics

		JENIS KELAMIN	UMUR
N	Valid	181	181
	Missing	0	0

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	83	45.9	45.9	45.9
	P	98	54.1	54.1	100.0
Total		181	100.0	100.0	

UMUR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19.00	12	6.6	6.6	6.6
	20.00	79	43.6	43.6	50.3
	21.00	57	31.5	31.5	81.8
	22.00	22	12.2	12.2	93.9
	23.00	11	6.1	6.1	100.0
Total		181	100.0	100.0	