

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN  
DIGITAL MARKETING TERHADAP KEUNGGULAN  
BERSAING**

**(Studi Kasus Pada Gojek di Kota Padang)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Reni Anggraini  
1810011211079**

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
2022**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Kualitas Pelayanan, Harga dan Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing (studi kasus pada Gojek di Kota Padang)**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian komprehensif sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta Padang.

Dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada orang-orang yang telah memberikan kontribusi dan motivasi kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dengan segala kebijaksanaannya.
2. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si. dan Ibu Herawati, S.E., M.Si., Ak. CA selaku Dekan dan wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Lindawati, S.E.,M.Si dan Bapak Purbo Jadmiko, S.E.,M.Sc selaku ketua

dan sekretaris jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta yang telah bersedia membantu segala administrasi penulis dari awal penelitian.

4. Bapak Sefnedi, S.E.,M.M.,ph.D selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran dalam memberikan bimbingan baik berupa pemahaman, petunjuk maupun saran-saran atau pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penelitian ini.
5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan demi kelancaran penelitian ini.
6. Kepada orang tua tercinta “Mama ku yang cantik” yang sangat penulis cintai yang telah mengirimkan doa, memberikan motivasi dan menjadi penyemangat agar penulis dapat menjadi orang yang mandiri, bijaksana, dan berbuat baik kepada orang lain. Berkat Do'a beliaulah penulis dapat mewujudkan semua cita-cita dan impian menjadi seorang Sarjana Manajemen.
7. Kepada kakakku Nuryenti, Ayu Yovela Floria S.Pd., Mike Suci Endriani Amd. Kom., Fitra Wati, Abangku Idrus Sadra, Nofi Sutrisno, Ali Azabar, Usman dan Adikku Shyfa Abelia Putri serta keluarga besar tercinta yang telah memberikan semangat, kasih sayang, pengertian serta selalu mengingatkan demi kelancaran pendidikan penulis di Universitas Bung Hatta.
8. Untuk keponakan-keponakanku yang sangat ku sayangi Arsy, Ahyi, Araf, Habibie, dan Azim yang telah membuat bahagia ketika dirumah di tengah capeknya bikin skripsi.

9. Untuk sahabat seperjuanganku semasa kuliah Yetika Andani, Ossi Adelina Putri, Annisa Febrina, dan Yoga Saputra terimakasih untuk semangat meluangkan waktu untuk menemani dalam setiap langkah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Semoga Allah selalu melindungi kita semua sukses dunia dan akhirat, Aamiin.
10. Untuk sahabat tercinta Ella Mustika, Melynna Dewi, Olivia Adisti, Elsa Melina, Desri Nadia Fitri, Suri Rahmianda dan Delyana Tanjung, Silfia Novriani yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesah penulis serta memberikan semangat, dorongan serta selalu bersedia meluangkan waktu untuk menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
11. Terima kasih Teman-teman Manajemen angkatan 2018 (yang telah bersama-sama bahu membahu dalam suka dan duka selama perkuliahan, semoga semua yang kita perbuat menjadi kenangan dan pengajaran dimasa yang akan datang).
12. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. *All of your Support means the whole to me. Thankyou!*

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT membalas segala bentuk kebaikan dan niat tulus semua pihak terkait yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Penulis terbuka terhadap segala kritik dan saran demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu.

*Wassallammualaikum wr.wb*

Penulis, 15 Juli 2022

**Reni Anggraini  
1810011211079**

## LEMBAR PENGESAHAN

### TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Reni Anggraini

Npm : 1810011211079

Program Studi : Strata Satu (S1)

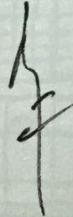
Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Digital Marketing  
terhadap Keunggulan Bersaing (studi kasus Gojek di kota Padang)

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan  
kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian  
komprehensif pada hari **Senin, 25 Juli 2022**.

Disetujui oleh,

Pembimbing



Sefnedi, S.E., M.M., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Eni Fehrina Harahap, SE.,M.Si

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Digital Marketing terhadap Keunggulan Bersaing (studi kasus pada Gojek di Kota Padang)**” merupakan hasil karya saya dan tidak merupakan karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya, ide, gagasan atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan dicantumkan sumbernya sesuai dengan norma, etika dan kaidah penulisan ilmiah yang disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, Juli 2022  
Penulis

**Reni Anggraini  
1810011211079**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING  
(studi kasus pada Gojek di Kota Padang)**

**Reni Anggraini,**

**Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta**  
E-mail : [Reniangrn14@gmail.com](mailto:Reniangrn14@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara kualitas pelayanan, harga dan *digital marketing* terhadap keunggulan bersaing pada Gojek di kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Gojek di kota Padang. Dengan jumlah sampel sebanyak 80 orang responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada konsumen Gojek di kota Padang. Harga berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada konsumen Gojek di kota Padang. dan *digital marketing* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada konsumen Gojek di kota Padang.

**Kata kunci :** kualitas pelayanan, harga, *digital marketing* dan keunggulan bersaing.

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE AND DIGITAL  
MARKETING ON COMPETITIVE ADVANTAGE**  
*(a case study on Gojek in Padang City)*

Reni Anggraini

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta  
E-mail: [Reniangrn14@gmail.com](mailto:Reniangrn14@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of service quality, price and digital marketing on the competitive advantage of Gojek in the city of Padang. The population in this study are Gojek consumers in the city of Padang. With a sample of 80 respondents who were selected using purposive sampling technique. Based on the results of the study, it can be concluded that service quality has no effect on competitive advantage for Gojek consumers in the city of Padang. Price has a positive effect on competitive advantage for Gojek consumers in the city of Padang. and digital marketing has a positive effect on competitive advantage for Gojek consumers in the city of Padang.*

**Keywords:** service quality, price, digital marketing and competitive advantage

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>I</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>V</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>VI</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XIII</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	1
1.2 PERUMUSAN MASALAH .....	6
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN .....	6
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>8</b>
2.1 KAJIAN LITERATUR .....	8
2.1.1 Keunggulan Berasing.....	8
2.1.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing.....	8
2.1.1.2 Pentingnya Keunggulan Bersaing .....	9
2.1.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing .....	10
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.2.2 Pentingnya Kualitas Pelayanan .....	13
2.1.3 Harga.....	15
2.1.3.1 Pengertian Harga .....	15
2.1.3.2 Pentingnya Harga .....	16
2.1.4 Digital Marketing.....	16
2.1.4.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	16
2.1.4.2 Pentingnya <i>Digital Marketing</i> .....	18
2.2 PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	21
2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing .....	21
2.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keunggulan Bersaing .....	22
2.2.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keunggulan Bersaing .....	24
2.3 KERANGKA KONSEPTUAL.....	26
<b>BAB III.....</b>	<b>27</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 OBJEK PENELITIAN, POPULASI DAN SAMPEL .....	27
3.2 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	28
3.2.1 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.3 DEFINISI OPERASIONAL .....	28
3.3.1 Keunggulan bersaing .....	28
3.3.2 Kualitas Pelayanan .....	29
3.3.3 Harga.....	29
3.3.4 <i>Digital Marketing</i> .....	30
3.4 PENGUKURAN INSTRUMENT .....	30

<b>3.5 TEKNIK ANALISIS DATA .....</b>	<b>31</b>
<b>3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....</b>	<b>31</b>
<b>3.5.1.1 Uji Validitas .....</b>	<b>31</b>
<b>3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....</b>	<b>32</b>
<b>3.5.2 Analisis Deskriptif .....</b>	<b>32</b>
<b>3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>34</b>
<b>3.5.3.1 Uji Normalitas.....</b>	<b>34</b>
<b>3.5.3.2 Uji Linearitas.....</b>	<b>34</b>
<b>3.5.3.3 Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>34</b>
<b>3.5.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....</b>	<b>35</b>
<b>3.5.4 Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>35</b>
<b>3.5.4.1 Uji F .....</b>	<b>35</b>
<b>3.5.4.2 Uji T .....</b>	<b>36</b>
<b>3.5.5 Koefesien Determinasi.....</b>	<b>36</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>37</b>
<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
<b>4.1 HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
<b>4.1.1 Response Rate.....</b>	<b>37</b>
<b>4.1.2 Profil Responden.....</b>	<b>38</b>
<b>4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>39</b>
<b>4.1.3.1 Keunggulan Bersaing .....</b>	<b>40</b>
<b>4.1.3.2 Kualitas Pelayanan .....</b>	<b>42</b>
<b>4.1.3.3 Harga .....</b>	<b>43</b>
<b>4.1.3.4 Digital Marketing .....</b>	<b>43</b>
<b>4.1.4 Analisis Deskriptif .....</b>	<b>45</b>
<b>4.1.4.1 Keunggulan bersaing.....</b>	<b>45</b>
<b>4.1.4.2 Kualitas Pelayanan .....</b>	<b>47</b>
<b>4.1.4.3 Harga .....</b>	<b>48</b>
<b>4.1.4.4 Digital Marketing .....</b>	<b>49</b>
<b>4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>50</b>
<b>4.1.5.1 Uji Normalitas .....</b>	<b>50</b>
<b>4.1.5.2 Uji Linearitas.....</b>	<b>51</b>
<b>4.1.5.3 Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>52</b>
<b>4.1.5.4 Uji Heteroskedastisitas.....</b>	<b>53</b>
<b>4.1.6 Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>53</b>
<b>4.1.6.1 Uji F .....</b>	<b>54</b>
<b>4.1.6.2 Uji T .....</b>	<b>54</b>
<b>4.1.7 Koefesien Determinasi.....</b>	<b>55</b>
<b>4.2 PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
<b>4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing .....</b>	<b>56</b>
<b>4.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keunggulan Bersaing .....</b>	<b>57</b>
<b>4.2.3 Pengaruh Digital Marketing terhadap Keunggulan Bersaing .....</b>	<b>58</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>60</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
<b>5.1 KESIMPULAN .....</b>	<b>60</b>
<b>5.2 IMPLIKASI PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>66</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jasa Transportasi <i>online</i> yang sering digunakan.....	3
Tabel 1.2 Fenomena Keunggulan Bersaing Gojek di kota Padang.....	4
Tabel 3.1 Pengukuran Instrumen .....	32
Tabel 3.2 Tingkat Capaian Responden (TCR).....	35
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i> .....	39
Tabel 4.2 Profil Responden.....	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keunggulan Bersaing .....	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga .....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Digital Marketing</i> .....	49
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing .....	50
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan .....	52
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga .....	53
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Digital Marketing</i> .....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Nilai Residual .....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas .....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.15 Hasil Heteroskedastisitas .....	59
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	60
Tabel 4.18 Hasil Uji T.....	61
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi .....	62

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....</b>	<b>27</b>
--	-----------