

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Sejarah Go-jek .....	1
1.1.2 Metode Pembayaran .....	2
1.1.3 Kelebihan Go-jek .....	2
1.1.4 Sumber Daya Manusia Go-jek .....	3
1.1.5 Layanan Konsumen .....	3
1.1.6 Sharing Fee .....	3
1.1.7 Layanan Tambahan .....	3
1.1.8 Visi dan Misi .....	5
1.1.9 Penghargaan .....	6
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	6
1.3 Perumusan Masalah .....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Kegunaan Penelitian .....	13
1.6 Sistematika Penulisan .....	14

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....15**

2.1	Tinjauan Pustaka .....	15
2.1.1	Manajemen .....	15
2.1.2	Pemasaran (Marketing) .....	15
2.1.3	Bauran Pemasaran (Marketing) .....	16
2.1.4	Jasa .....	18
2.1.5	Karakteristik Jasa .....	18
2.1.6	Preferensi <i>Customer</i> .....	20
2.1.7	Pengukuran Kinerja Preferensi .....	22
2.1.8	Relationship Quality .....	23
2.1.9	Pengukuran Kinerja Relationship Quality .....	24
2.2	Penelitian Terdahulu .....	26
2.3	Kerangka Pemikiran .....	38
2.4	Ruang Lingkup Penelitian .....	39
2.5	Hipotesis Penelitian .....	40

## **BAB III METODE PENELITIAN .....41**

3.1	Karakteristik Penelitian .....	41
3.2	Alat Pengumpulan Data .....	42
3.2.1	Variabel Penelitian .....	42
3.2.2	Variabel Bebas ( <i>Independent</i> ) .....	42
3.2.3	Variabel Terikat ( <i>Dependent</i> ) .....	42
3.2.4	Operasionalisasi Variabel .....	43
3.2.5	Skala Penelitian dan Pengukuran .....	44
3.3	Tahapan Penelitian .....	45
3.4	Populasi dan Sampel .....	46
3.4.1	Populasi .....	46
3.4.2	Sampel .....	46

3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	47
3.5.1	Sumber Data .....	47
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.6	Validitas dan Reabilitas .....	49
3.6.1	Uji Validitas .....	49
3.6.2	Uji Reabilitas .....	52
3.7	Teknik Analisis Data .....	55
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	55
3.7.2	<i>Method of Successive Intervals (MSI)</i> .....	57
3.7.3	Uji Asumsi Klasik .....	58
3.7.4	Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
3.7.5	Analisis Kolerasi .....	61
3.7.6	Analisis Determinasi .....	62
3.8	Pengujian Hipotesis .....	63
3.8.1	Uji F .....	63
3.8.2	Uji t .....	64
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>66</b>
4.1	Hasil .....	66
4.2	Karakteristik Responden .....	66
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	68
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	69
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Bulan .....	70
4.3	Analisis Deskriptif Data Penelitian .....	71
4.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Trust</i> (X1) .....	71
4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Commitment</i> (X2) ..	74

4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Communication Quality</i> (X3)	76
4.3.4	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Cultural Similarity</i> (X4)	77
4.3.5	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Balance Interdependence</i> (X5)	79
4.3.6	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Preferensi Konsumen (Y)	82
4.4	Uji Asumsi Klasik	84
4.4.1	Uji Normalitas Data	85
4.4.2	Uji Multikolinieritas	86
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	87
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	88
4.5.1	Analisis Persamaan Garis Regresi	88
4.5.2	Analisis Koefisien Korelasi Ganda dan Koefisien Determinasi	90
4.5.3	Pengujian Hipotesis Simultan	93
4.5.4	Pengujian Hipotesis Parsial	95
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	100
4.6.1	Relationship Quality	100
4.6.2	Pengaruh Relationship Quality terhadap Preferensi Konsumen	105
	<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>106</b>
5.1	Kesimpulan	106
5.2	Saran	107
5.2.1	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	107

**DAFTAR PUSTAKA .....108**

**LAMPIRAN**