

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Grab Di Kota Palopo

Palopo, 11 Februari 2022

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Responden

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dalam rangka memenuhi tugas skripsi saya pada Program Strata Satu Universitas Muhammadiyah Palopo Program Studi Manajemen, maka dengan segala kerendahan hati saya mengharapkan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner mengenai **Pengaruh Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Grab Di Kota Palopo.**

Pengumpulan data ini semata-mata hanya akan digunakan untuk penyusunan skripsi dan dijamin kerahasiaannya. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan juga akan menjadi masukan yang sangat berharga bagi saya maupun bagi Perusahaan Transportasi Online sebagai obyek dari penelitian.

Akhir kata saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat saya,

Arya Alief Batara

KUESIONER

Petunjuk Pengisian :

1. Isilah data responden pada tempat yang disediakan.
2. Berikan jawaban untuk setiap nomor pada kuesioner dengan memberi tanda check list (√) pada kolom di sebelah pernyataan.
3. Berikanlah jawaban yang sejujurnya.
4. Kami akan menjamin kerahasiaan jawaban Anda.

Identitas Responden

1. Nama (boleh kosong) :.....
2. Jenis kelamin pria wanita
3. Usia < 26 26-40 41-55 > 55
4. Masa Kerja < 5 th < 5-10 th > 10 th
5. Pendidikan SLTA D3-S1 S2-S3

Poin untuk tiap jawaban Anda :

- Sangat Tidak Setuju (STS) : 1 poin Setuju (S) : 4 poin
Tidak Setuju (TS) : 2 poin Sangat Setuju (SS) : 5 poin
Netral (N) : 3 poin

Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial (X)

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Grab menetapkan tarif harga sesuai dengan lokasi jarak tempuh penumpang.					
2.	Grab menetapkan tarif harga yang berbeda					

	pada setiap produk jasa yang dimilikinya sehingga memberikan ketertarikan pada pelanggan.					
3.	Grab memanfaatkan internet untuk mengiklankan produk jasanya.					
4.	Iklan yang ditayangkan oleh grab di internet menarik perhatian konsumen.					
5.	Grab selalu berusaha menjaga citra produknya terhadap masyarakat.					
6.	Grab menetapkan sistem rating untuk memberikan penilaian kepada <i>driver</i> .					
7.	Grab menggunakan aplikasi <i>online</i> untuk menjual produk jasa yang dimilikinya.					

Penggunaan Jasa Transportasi (Y)

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	<i>Driver</i> grab selalu datang tepat waktu sesuai dengan yang ditampilkan pada aplikasi.					
2.	Perusahaan grab memberikan pelayanan selama 24 jam.					
3.	<i>Driver</i> grab mengkonfirmasi pesanan dengan menghubungi pelanggan untuk memastikan lokasi penjemputan.					
4.	<i>Driver</i> grab memiliki pemahaman yang					

	cukup untuk membaca peta yang terdapat pada aplikasi.					
5.	Perusahaan grab menyediakan layanan pengaduan pada aplikasi.					
6.	<i>Driver</i> grab sopan dan ramah dalam melakukan pelayanan.					
7.	Kendaraan yang digunakan oleh <i>driver</i> grab layak pakai.					

LAMPIRAN 2 Tabulasi Data

STRATEGI PEMASARAN (X)								KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA TRANSPORTASI (Y)							
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y
4	4	4	4	4	5	5	30	4	4	5	5	5	5	4	32
4	4	4	4	4	4	4	28	3	3	5	5	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28	2	3	4	4	4	4	4	25
1	2	3	3	5	5	5	24	4	4	4	5	4	5	5	31
2	3	3	1	2	3	3	17	3	3	3	3	2	2	1	17
5	4	4	5	5	3	5	31	4	4	5	5	5	5	5	33
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	5	5	4	3	4	29
5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	5	5	5	5	5	33
3	1	2	2	3	5	5	21	1	1	2	2	2	3	3	14
4	5	5	4	4	4	4	30	4	4	5	5	4	3	5	30
5	4	4	4	4	4	5	30	4	1	5	5	5	3	5	28
4	5	5	4	4	5	4	31	3	2	4	4	5	5	5	28
5	4	4	4	5	5	5	32	5	1	5	5	4	4	4	28
4	5	4	4	4	4	5	30	4	1	2	4	4	3	4	22
4	5	5	5	4	4	4	31	4	4	3	4	4	4	4	27
5	4	4	4	5	5	5	32	4	1	3	5	5	5	5	28
5	5	5	4	4	4	4	31	4	4	4	4	5	5	5	31
4	5	5	5	5	4	4	32	4	4	4	5	4	4	4	29
5	5	5	5	5	4	4	33	4	3	4	4	4	5	4	28
4	5	5	5	5	5	4	33	4	1	5	5	4	5	5	29
5	4	4	4	4	4	5	30	4	2	5	5	4	4	4	28

5	5	5	5	5	5	5	35	4	3	4	4	4	4	4	27
5	5	5	5	4	4	4	32	4	1	4	4	5	5	5	28
5	4	4	4	5	5	5	32	5	4	4	4	5	5	5	32
4	4	5	5	4	4	4	30	4	3	4	4	5	5	5	30
4	5	5	5	5	4	4	32	4	1	5	5	4	4	5	28
4	5	5	5	5	4	4	32	5	4	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	4	4	4	4	4	27
5	5	5	5	5	5	5	35	4	3	4	4	4	4	4	27
4	5	5	5	5	4	4	32	4	1	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	5	5	4	4	4	31
2	1	3	3	3	5	5	22	4	3	4	4	4	4	4	27
5	5	5	5	5	4	4	33	5	2	5	5	5	4	4	30
1	2	2	3	3	3	5	19	4	5	5	5	4	4	4	31
5	5	5	5	4	4	5	33	4	4	4	4	5	5	5	31
5	5	5	5	5	4	4	33	5	4	5	5	4	5	5	33
4	5	5	5	4	4	4	31	5	4	4	4	5	5	5	32
5	5	5	5	5	5	5	35	4	3	5	4	4	5	4	29
4	4	5	4	4	4	5	30	5	1	4	4	5	5	4	28
4	4	4	4	5	5	4	30	4	3	4	4	5	5	5	30
5	4	4	5	5	4	5	32	5	2	4	4	4	4	5	28
4	4	5	4	4	5	5	31	5	4	4	5	5	5	5	33
3	4	4	4	5	5	4	29	4	3	4	4	4	4	4	27
4	4	4	4	4	5	5	30	5	2	4	4	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28	1	3	2	3	5	5	5	24
4	5	5	5	5	4	4	32	2	2	3	3	1	1	3	15

5	5	5	4	4	4	4	31	2	2	2	3	3	3	3	18
5	4	5	5	4	4	4	31	5	4	4	5	5	4	4	31
4	4	4	4	5	5	4	30	5	4	4	5	5	5	4	32
3	3	3	3	3	3	3	21	2	2	2	2	2	2	2	14
4	4	5	5	5	4	4	31	2	2	3	3	3	5	5	23
5	4	4	4	4	4	5	30	5	4	4	4	4	3	5	29
5	5	5	5	5	4	4	33	5	4	4	5	5	4	4	31
4	5	5	5	4	3	4	30	4	4	5	5	5	4	5	32
4	4	5	5	4	4	4	30	4	4	5	4	5	4	4	30
4	4	5	5	4	4	4	30	5	4	5	5	4	4	4	31
5	4	4	4	5	5	4	31	4	4	5	4	5	4	4	30
4	4	5	5	5	5	4	32	4	4	4	5	4	3	4	28
1	2	2	2	3	3	3	16	4	4	5	4	4	5	4	30
5	5	5	5	5	4	4	33	5	4	5	5	4	4	4	31
4	5	5	5	4	4	5	32	4	4	4	5	5	3	4	29
5	5	5	5	5	4	4	33	5	4	5	5	4	4	4	31

LAMPIRAN 3 Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

Strategi Pemasaran (X)

Correlations									
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Strategi Pemasaran
X1	Pearson Correlation	1	.726**	.684**	.681**	.552**	.206	.227	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.108	.076	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
X2	Pearson Correlation	.726**	1	.878**	.776**	.556**	.017	-.082	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.897	.529	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
X3	Pearson Correlation	.684**	.878**	1	.856**	.544**	.128	-.051	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.322	.691	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
X4	Pearson Correlation	.681**	.776**	.856**	1	.698**	.097	.107	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.454	.407	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
X5	Pearson Correlation	.552**	.556**	.544**	.698**	1	.440**	.186	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.149	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
X6	Pearson Correlation	.206	.017	.128	.097	.440**	1	.460**	.391**
	Sig. (2-tailed)	.108	.897	.322	.454	.000		.000	.002

	N	62	62	62	62	62	62	62	62
X7	Pearson Correlation	.227	-.082	-.051	.107	.186	.460**	1	.290*
	Sig. (2-tailed)	.076	.529	.691	.407	.149	.000		.022
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
Strategi Pemasaran	Pearson Correlation	.854**	.840**	.861**	.881**	.786**	.391**	.290*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.022	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									

Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi (Y)

Correlations									
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi
Y1	Pearson Correlation	1	.303*	.591**	.665**	.529**	.302*	.312*	.752**
	Sig. (2-tailed)		.017	.000	.000	.000	.017	.014	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
Y2	Pearson Correlation	.303*	1	.334**	.324*	.240	.140	.084	.541**
	Sig. (2-tailed)	.017		.008	.010	.060	.279	.517	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
Y3	Pearson Correlation	.591**	.334**	1	.752**	.418**	.296*	.345**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008		.000	.001	.019	.006	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
Y4	Pearson Correlation	.665**	.324*	.752**	1	.547**	.288*	.437**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000		.000	.023	.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
Y5	Pearson Correlation	.529**	.240	.418**	.547**	1	.676**	.668**	.804**

	Sig. (2-tailed)	.000	.060	.001	.000		.000	.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
Y6	Pearson Correlation	.302*	.140	.296*	.288*	.676**	1	.661**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.017	.279	.019	.023	.000		.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
Y7	Pearson Correlation	.312*	.084	.345**	.437**	.668**	.661**	1	.671**
	Sig. (2-tailed)	.014	.517	.006	.000	.000	.000		.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi	Pearson Correlation	.752**	.541**	.748**	.794**	.804**	.659**	.671**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									

LAMPIRAN 4 Uji Reliabilitas**Hasil Uji Reliabilitas****Strategi Pemasaran (X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.849	7

Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.821	7

LAMPIRAN 5 Uji Regresi Linear Sederhana

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.383 ^a	.146	.132	4.111
a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran				

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.657	3.894		4.021	.000
	Strategi Pemasaran	.412	.128	.383	3.207	.002
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi						