

## ABSTRAK

### **Nurul Arifin (1158020234) : “Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan Konsumen PT Grab Indonesia di Kota Bandung”**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya permasalahan mengenai kualitas pelayanan konsumen PT Grab Indonesia di Kota Bandung, dimana masih ada beberapa konsumen yang merasa belum puas atas pelayanan yang telah diberikan. Hal ini diduga dipengaruhi oleh komitmen organisasi driver PT Grab Indonesia di Kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel afektif komitmen terhadap kualitas pelayanan konsumen, pengaruh variabel komitmen berkelanjutan terhadap kualitas pelayanan konsumen, pengaruh variabel normatif komitmen terhadap kualitas pelayanan konsumen. Serta untuk mengetahui pengaruh variabel afektif komitmen, komitmen berkelanjutan, dan normatif komitmen terhadap kualitas pelayanan konsumen.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian di atas peneliti menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 50. Teknik pengambilan data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner yang dibagikan kepada driver PT Grab Indonesia di Kota Bandung. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, uji linier berganda, uji parsial, uji simultan, uji koefisien determinasi.

Pembahasan Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel afektif komitmen terhadap kualitas pelayanan konsumen dengan diperoleh nilai  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel ( $2.946 > 2.012$ ) dan nilai signifikan variabel afektif komitmen lebih kecil daripada nilai signifikan yang digunakan ( $0.05 < 0.05$ ), maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. (2) tidak terdapat pengaruh variabel komitmen berkelanjutan terhadap kualitas pelayanan konsumen dengan diperoleh nilai  $t$  hitung lebih kecil daripada  $t$  tabel ( $1.426 < 2.012$ ), maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima. (3) tidak terdapat pengaruh variabel normatif komitmen terhadap kualitas pelayanan konsumen dengan diperoleh nilai  $t$  hitung lebih kecil daripada  $t$  tabel ( $-0.919 < 2.012$ ), maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima (4) variabel afektif komitmen, komitmen berkelanjutan, dan normatif komitmen secara simultan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan konsumen. Hal ini bisa dilihat dari nilai signifikansi variabel afektif komitmen, komitmen berkelanjutan, dan normatif komitmen lebih kecil daripada nilai signifikansi yang digunakan ( $0.04 < 0.5$ ) maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

**Kata Kunci : Afektif Komitmen, Komitmen Berkelanjutan, Normatif Komitmen Kualitas Pelayanan Konsumen.**