

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP

LOYALITAS KONSUMEN LAYANAN OJEK ONLINE GO-JEK

KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Oleh :

Nama : Hokyanto

NIM : 20130444

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JULI 2017



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN LAYANAN OJEK ONLINE GO-JEK KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Diajukan Oleh:

Nama : Hokyanto

NIM : 20130444

Jakarta, 2 Oktober 2017

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Ir. Tumpal J.R. Sitingak, M.M.)

Institut Bisnis dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Hokyanto / 20130444 / 2017 / Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas konsumen layanan ojek online GO-JEK di Kelapa Gading, Jakarta Utara / Pembimbing : Ir. Tumpal J.R.Sitinjak, M.M.

Saat ini perkembangan zaman sudah semakin maju dimana transportasi terus berkembang. Dengan makin maraknya pengguna kendaraan bermotor muncul masalah baru yaitu kemacetan. Dulunya layanan transportasi ojek pangkalan dianggap sebagai solusi terbaik untuk memecah masalah kemacetan di Jakarta, tetapi ojek pangkalan memiliki kekurangan-kekurangan yang membuat konsumen merasa tidak nyaman saat berkendara. GO-JEK merupakan layanan ojek baru dengan konsep online, selain memberikan layanan yang lebih beragam GO-JEK juga memberikan layanan yang lebih baik dibanding ojek pangkalan. Hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas konsumen layanan ojek online GO-JEK di Kelapa Gading, Jakarta.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi beserta indikator-indikator dari kualitas layanan, citra merek dan loyalitas konsumen.

Objek dari penelitian ini adalah GO-JEK. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengambilan data dan juga untuk penarikan sampel menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Judgement Sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah Model Persamaan Struktural (SEM) dengan menggunakan aplikasi Lisrel dan SPSS.

Output yang dihasilkan Lisrel menunjukkan bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen dan Citra Merek berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas Layanan tidak terbukti berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen dan Citra Merek terbukti berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen.



ABSTRACT

Hokyanto / 20130444 / 2017 / The Influence of Service Quality and Brand Image towards Consumer Loyalty of Ojek Service to GO-JEK at Kelapa Gading, North Jakarta / Advisor : Ir. Tumpal J.R.Sitinjak, M.M.

Currently, the development of the era has been more advanced where transportation continues to grow. With the increasingly motorcycle users, appear a new problem that is congestion. Formerly the conventional ojek service was regarded as the best solution to solve the congestion problem in Jakarta, but the conventional ojek service have shortcomings that make consumers feel uncomfortable while driving. GO-JEK is a new ojek service with online concept, in addition to providing more diverse services GO-JEK also provides better service than conventional ojek. This makes the researcher interested to conduct a research entitled The Influence of Service Quality and Brand Image towards Consumer Loyalty of ojek service to GO-JEK at Kelapa Gading, North Jakarta.

The theories use to support this research were the definitions of Service Quality, Brand Image and Consumer Loyalty along with their indicators.

The object of this research was GO-JEK. This research used questionnaire for data collection and for sampling using Non-Probability Sampling technique with Judgment Sampling technique. The procedure used to test the model and data processing was the Structural Equation Model (SEM) using Lisrel and SPSS.

Output generated Lisrel showed that Service Quality have not a positive influence on Consumer Loyalty and Brand Image have a positive influence on Consumer Loyalty.

The conclusion of this research were Service Quality have not been proven to have positive influence to Consumer Loyalty and Brand Image have been proven to have a positive influence to Consumer Loyalty.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, hikmat dan kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta Utara.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan pengarahan, bimbingan, saran, dukungan, dan nasihat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung penyusunan skripsi, yaitu kepada :

1. Bapak Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M. Selaku dosen pembimbing yang senantiasa sabar membimbing dan meluangkan waktu untuk penulis serta memberikan masukan-masukan yang sangat bermanfaat selama penulisan skripsi ini.
2. Seluruh dosen Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan banyak pengetahuan serta wawasan kepada penulis selama proses perkuliahan maupun selama proses pengerjaan skripsi.
3. Keluarga penulis yang senantiasa memberikan dukungan dalam bentuk finansial maupun moral kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.
4. Para teman – teman kampus (Kui Brother) Andri.k, Setyo.R, Andry Kui, Erwin, Rusmanto.T, Endy, Mathew susu, Raka, Fernanda yang telah banyak membantu dan mendukung penulis dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.





5. Para karyawan di BAAK, perpustakaan, dan *copy centre* di Kwik Kian Gie School of Business yang telah dengan sangat ramah membantu penulis selama proses perkuliahan sampai penyusunan skripsi.

6. Teman-teman Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang tidak dapat disebutkan satu per satu,

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan maaf atas kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan dapat menjadi referensi yang baik bagi para peneliti selanjutnya.

Jakarta, Oktober 2017

Hokyanto

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Masalah	8
G. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Kualitas Layanan	10
a. Pengertian jasa	10
b. Pengertian Kualitas Layanan	11
c. Dimensi Kualitas Layanan	14
2. Citra Merek	15
a. Pengertian Merek	15
b. Pengertian Citra Merek	16
c. Dimensi Citra Merek	17



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Loyalitas Konsumen.....	18
a. Pengertian Loyalitas Konsumen	18
b. Merancang dan Menciptakan Loyalitas.....	19
c. Mempertahankan Loyalitas.....	21
d. Dimensi Loyalitas Konsumen.....	23
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pemikiran.....	27
D. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III Metode Penelitian	29
A. Obyek Penelitian	29
B. Desain Penelitian.....	29
1. Tingkat perumusan masalah	29
2. Metode pengumpulan data	30
3. Pengendalian variabel oleh peneliti.....	30
4. Tujuan penelitian	30
5. Dimensi waktu.....	30
6. Cakupan topik.....	31
7. Lingkungan penelitian	31
8. Persepsi subyek	31
C. Variabel Penelitian	31
1. Kualitas Layanan.....	31
2. Citra Merek.....	33
3. Loyalitas Konsumen.....	34
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data	35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Teknik Analisis Data.....	35
1. Analisis Deskriptif.....	36
a. Rata-rata hitung.....	36
b. Analisis persentase.....	36
c. Rata-rata tertimbang.....	37
d. Rentang skala.....	37
2. Analisis SEM.....	38
a. Penilaian model pengukuran.....	39
1) Uji Validitas.....	40
2) Uji Reliabilitas.....	40
3) Uji Reliabilitas Konstruk.....	40
b. Penilaian Model Struktural.....	41
BAB IV Hasil Analisis dan Pembahasan.....	42
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	42
1. Sejarah singkat GO-JEK.....	42
2. Layanan-layanan GO-JEK.....	42
B. Analisis Deskriptif.....	45
1. Profil Responden.....	45
a. Penggunaan jasa.....	45
2. Analisis Variabel.....	46
a. Kualitas Layanan.....	46
b. Citra Merek.....	48
c. Loyalitas Konsumen.....	50
C. Hasil Penelitian.....	51
1. Uji Validitas.....	51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Uji Realibilitas Indikator	53
3. Uji Realibilitas Konstruk.....	54
4. Uji Hipotesis Penelitian.....	55
D. Pembahasan.....	56
BAB V Simpulan dan Saran	57
A. Simpulan.....	57
B. Saran	57
DAFTAR PUSAKA	59
LAMPIRAN	61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1	24
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2	25
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan	32
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Citra Merek	33
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Loyalitas Konsumen	34
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Seringnya Penggunaan jasa	45
Tabel 4.2 Analisis Variabel Kualitas Layanan.....	46
Tabel 4.3 Analisis Variabel Citra Merek	48
Tabel 4.4 Analisis Variabel Loyalitas Konsumen.....	50
Tabel 4.5 Analisis Pengukuran Variabel Konstruk.....	54

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Gambar Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Logo GO-JEK	44
Gambar 4.2 Tampilan Aplikasi GO-JEK.....	44
Gambar 4.3 Nilai t_{uji} untuk Pengujian Validitas Indikator.....	51
Gambar 4.4 Nilai <i>Loading Factor</i> untuk pengujian Validitas Indikator.....	52
Gambar 4.5 Nilai t_{uji} untuk Pengujian Reliabilitas Indikator	53
Gambar 4.6 Nilai <i>Loading Factor</i> untuk pengujian Reliabilitas Konstruk.....	54
Gambar 4.7 Nilai t_{uji} untuk Pengujian Hipotesis Penelitian.....	55

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 2 Hasil Input Kuesioner.....	64
Lampiran 3 Output SPSS Statistik Deskriptif Penelitian.....	70
Lampiran 4 Output Hasil Olahan data LISREL	72

Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.