

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN
CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN OJEK**

**ONLINE GO-JEK, GRAB, DAN UBER
DI JAKARTA UTARA**

Oleh :

Nama : Farazita Dama Andini

NIM : 21130513

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

OKTOBER 2017

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

Hak Cipta 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

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

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN OJEK *ONLINE* GO-JEK, GRAB, DAN UBER DI JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh :

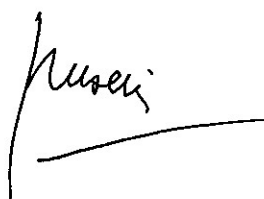
Nama : Farazita Dama Andini

NIM : 21130513

Jakarta, 2 Oktober 2017

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Prof. Dr. Husein Umar, MBA., M.M).

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 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.

ABSTRAK

Farazita Dama Andini / 21130513 / 2017 / Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Ojek *Online* GO-JEK, Grab dan Uber di Jakarta Utara/ Prof. Dr. Husein Umar, MBA., M.M.

Di Indonesia, ojek *online* menjadi pilihan yang banyak diminati masyarakat khususnya di kota besar seperti Jakarta. Transportasi *online* menjadi jawaban keluhan masyarakat yang menginginkan transportasi yang praktis. Sudah ada beberapa perusahaan transportasi *online* di Indonesia, yaitu GO-JEK, Grab dan Uber. Bagi produsen, hal ini akan menimbulkan suatu ancaman, karena apabila semakin banyak jasa baru yang di tawarkan maka itu berarti pesaing semakin banyak. Untuk itu perusahaan harus mampu menciptakan loyalitas bagi konsumen dengan menerapkan kualitas layanan, kepuasan, dan citra merek.

Dalam penelitian ini memiliki beberapa variabel *independen* yaitu Kualitas Layanan terdiri dari 5 dimensi yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Kepuasan Pelanggan yang terdiri dari 4 dimensi yaitu *overall customer satisfaction*, *perceived value*, *affective respond*, dan *fulfilling changing and new needs*. Citra Merek yang terdiri dari 4 dimensi yaitu *brand identity*, *brand personality*, *brand association*, *brand competence and benefit*. Serta Loyalitas Konsumen terdiri dari 4 dimensi yaitu *deeply commitment*, *decrease loyalty to competitors*, *repurchase*, dan *positive word of mouth*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 150 responden yang merupakan pengguna ojek *online* GO-JEK, Grab, dan Uber. Alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji validitas, reliabilitas, skala likert, uji regresi berganda, dan uji asumsi klasik dengan alat bantu yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 20.0.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah secara keseluruhan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan citra merek berpengaruh terhadap loyalitas, yang berarti konsumen loyal karena kualitas layanan dan citra merek yang diberikan oleh ojek *online* GO-JEK, Grab, dan Uber.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan Citra Merek, Loyalitas Konsumen.



ABSTRACT

Farazita Dama Andini / 21130513 / 2017 / *The Impact of Service Quality, Consumer Satisfaction and Brand Image on Consumer Loyalty of GO-JEK, Grab and Uber user in North Jakarta* / Prof. Dr. Husein Umar, MBA., M.M.

In Indonesia, online transportation become the preferred choice for the people who live in big city like Jakarta. Online transportation is the answer the people complaints who needs practical transportation. There are several online transportation in Indonesia, there are GO-JEK, Grab and Uber. For producers, this will pose a threat, because if more new services are on offer, then it means more competitors. For that the company must be able to create loyalty for consumers by applying service quality, satisfaction, and brand image.

In this study has several independent variables, Service Quality consists of 5 dimensions, there are reliability, responsiveness, assurance, empathy and physical evidence. Customer Satisfaction consisting of 4 dimensions, there are customer satisfaction overall, perceived value, affective respond, and fulfilling changing and new needs. Brand image consisting of 4 dimensions, there are brand identity, brand personality, brand association, and brand competence and benefit. And Consumer Loyalty consists of 4 dimensions, there are deeply commitment, decrease loyalty to competitors, repurchase, and positive word of mouth.

The research method used is descriptive method by collecting data by distributing questionnaires to 150 respondents who are use of online transportation, GO-JEK, Grab, and Uber. The measuring instrument used in this research is the validity, reliability, likert scale, multiple regression test, and classical assumption test, and the tools to analyze the data is SPSS 20.0.

The results of this study is service quality, and brand image has a positive and significant impact on consumer loyalty. And consumer satisfaction has no impact on customer loyalty.

The conclusion of this study is that overall service quality and brand image has a impact on customer loyalty, which means loyal customers because of the service quality and brand image provided by GO-JEK, Grab and Uber.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Brand Image, Consumer Loyalty.*





KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Ojek *Online* GO-JEK, Grab dan Uber di Jakarta Utara”, sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi, baik berupa bimbingan, nasihat, petunjuk maupun dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis khususnya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Husein Umar, MBA., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran serta perhatian untuk bersedia menyumbangkan tenaga, pikiran dan waktu untuk memberikan bimbingan, kritik dan masukan-masukan berharga dalam skripsi ini.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjalankan proses kuliah.
3. Para staf perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang senantiasa membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Kedua orang tua dan adik atas doa, dukungan dan berbagai fasilitas yang diberikan selama menjalani masa perkuliahan.
5. Ayu Dewanti Larasati, S.Hum., Muhammad Naufal Abyan, S.E., dan Arsari Primadanti, S.E. sahabat penulis yang telah memberikan bantuan dan semangat selama pengerjaan skripsi ini.
6. Anggota Senat Mahasiswa 2014/2015, Senat Mahasiswa 2015/2016, Group Seperjuangan Skripsi (Desy, Theodorus, Dimas, Michael, Reinaldy, Nisya), Medina Adryanti (sahabat belanja) dan Group Pakar Cocokology (Damayanti, Ranti, Ririn, Nisya, Asma, Salma, Yola, Devira, Ipit, dan Dea).
7. Teman-teman penulis di angkatan 2013, 2014, 2015, dan 2012 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.



8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis selama ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menjadi masukan bagi penulis untuk dikemudian hari. Demikian skripsi ini dibuat, semoga dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca.

Jakarta, 2 Oktober 2017

Penulis

Farazita Dama Andini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Batasan Penelitian	11
E. Rumusan Masalah	11
F. Tujuan Penelitian	11
G. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	13
1. Kualitas Layanan/Jasa	13
a. Definisi Kualitas Layanan	13
b. Dimensi Kualitas Jasa	14
c. Karakteristik Kualitas Jasa	15
2. Kepuasan Pelanggan	17
a. Definisi Kepuasan Pelanggan	17
b. Dimensi Kepuasan Pelanggan	18
c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	20
d. Strategi Kepuasan Pelanggan	23
e. Manfaat Kepuasan Pelanggan	26
3. Citra Merek	27
a. Definisi Citra Merek	27
b. Dimensi Citra Merek	29





c. Manfaat Merek	31
d. Syarat-syarat Memilih Merek.....	31
4. Loyalitas Konsumen	32
a. Definisi Loyalitas Konsumen	32
b. Dimensi Loyalitas Konsumen	33
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Pemikiran.....	38
D. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Obyek Penelitian.....	39
B. Desain Penelitian.....	39
C. Variabel Penelitian	42
D. Teknik Pengumpulan Data.....	46
E. Teknik Pengambilan Sample.....	46
F. Teknik Analisis.....	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	48
3. Uji Besar Pengaruh dan Prediksi (Uji T)	49
4. Uji Kecocokan Model (Uji F).....	49
5. Uji Asumsi Klasik.....	49
a. Uji Normalitas	49
b. Uji Heteroskedastisitas	50
c. Uji Multikolinearitas	50
d. Uji Autokorelasi	50
6. Analisis Deskriptif dan Frekuensi.....	51
7. Analisis Regresi	51
8. Skala Likert.....	52
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
1. GO-JEK.....	53
2. Grab.....	56
3. Uber.....	57
B. Analisis Deskriptif	58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



1. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
a. Uji Validitas.....	58
b. Uji Reliabilitas.....	61
2. Analisis Data Responden	62
a. Jenis Kelamin	62
b. Usia.....	63
c. Pekerjaan	63
3. Analisis Jawaban Kuesioner	63
a. Penilaian Indikator Variabel Kualitas Layanan.....	63
b. Penilaian Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan	64
c. Penilaian Indikator Variabel Citra Merek	65
d. Penilaian Indikator Variabel Loyalitas Konsumen	66
4. Analisis Deskriptif Indikator Kuesioner	67
5. Uji Asumsi Klasik.....	122
a. Uji Normalitas	122
b. Uji Multikolinearitas	122
c. Uji Autokorelasi	123
d. Uji Heteroskedastisitas	124
6. Uji Regresi Linier Berganda	124
a. Koefisien Determinasi	124
b. Uji Kecocokan Model	125
c. Uji Pengaruh dan Prediksi	126
C. Hasil Penelitian	127
1. Analisis Validitas dan Realiabilitas.....	127
2. Analisis Profil Responden.....	128
3. Analisis Kualitas Layanan.....	129
4. Analisis Kepuasan Pelanggan	129
5. Analisis Citra Merek	129
6. Analisis Loyalitas	129
7. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas.	129
D. Pembahasan	130

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	138
B. Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA.....	142
LAMPIRAN	145
ORIGINALITAS	

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna Jasa Transportasi <i>Online</i> di Indonesia	5
Tabel 1.2 Hasil Pra Penelitian	6
Tabel 1.3 Data Pengguna Ojek <i>Online</i> Pra-Penelitian	8
Tabel 1.4 <i>Gap Research</i>	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Layanan.....	34
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Variabel Kepuasan Pelanggan	35
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Variabel Citra Merek	36
Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan	43
Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Kepuasan pelanggan.....	44
Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Variabel Citra Merek.....	45
Tabel 3.4 Dimensi dan Indikator Variabel Loyalitas Konsumen	45
Tabel 3.5 Tabel Skala Likert	52
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	59
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen	62
Tabel 4.9 Profil Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4.10 Profil Usia Responden	63
Tabel 4.11 Pekerjaan Responden.....	63
Tabel 4.12 Rata-rata Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Layanan	64
Tabel 4.13 Rata-rata Jawaban Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan.....	65
Tabel 4.14 Rata-rata Jawaban Kuesioner Variabel Citra Merek	66
Tabel 4.15 Rata-rata Jawaban Kuesioner Variabel Loyalitas.....	67

© Hak Cipta Milik IBIKKG (Indonesia Business Information Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kualitas Layanan GO-JEK.....	68
Tabel 4.17 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kualitas Layanan GO-JEK.....	68
Tabel 4.18 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kualitas Layanan GO-JEK.....	69
Tabel 4.19 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kualitas Layanan GO-JEK.....	69
Tabel 4.20 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kualitas Layanan GO-JEK.....	70
Tabel 4.21 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kualitas Layanan GO-JEK.....	70
Tabel 4.22 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kualitas Layanan GO-JEK.....	71
Tabel 4.23 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kualitas Layanan GO-JEK.....	71
Tabel 4.24 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kualitas Layanan GO-JEK.....	72
Tabel 4.25 Analisis Deskriptif Indikator 10 Kualitas Layanan GO-JEK.....	72
Tabel 4.26 Analisis Deskriptif Indikator 11 Kualitas Layanan GO-JEK.....	73
Tabel 4.27 Analisis Deskriptif Indikator 12 Kualitas Layanan GO-JEK.....	73
Tabel 4.28 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kepuasan Pelanggan GO-JEK.....	74
Tabel 4.29 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kepuasan Pelanggan GO-JEK.....	74
Tabel 4.30 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kepuasan Pelanggan GO-JEK.....	75
Tabel 4.31 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kepuasan Pelanggan GO-JEK.....	75
Tabel 4.32 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kepuasan Pelanggan GO-JEK.....	76
Tabel 4.33 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kepuasan Pelanggan GO-JEK.....	76
Tabel 4.34 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kepuasan Pelanggan GO-JEK.....	77
Tabel 4.35 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kepuasan Pelanggan GO-JEK.....	77
Tabel 4.36 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kepuasan Pelanggan GO-JEK.....	78
Tabel 4.37 Analisis Deskriptif Indikator 1 Citra Merek GO-JEK.....	78
Tabel 4.38 Analisis Deskriptif Indikator 2 Citra Merek GO-JEK.....	79
Tabel 4.39 Analisis Deskriptif Indikator 3 Citra Merek GO-JEK.....	79
Tabel 4.40 Analisis Deskriptif Indikator 4 Citra Merek GO-JEK.....	80
Tabel 4.41 Analisis Deskriptif Indikator 5 Citra Merek GO-JEK.....	80
Tabel 4.42 Analisis Deskriptif Indikator 6 Citra Merek GO-JEK.....	81

Hak cipta ini 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.43 Analisis Deskriptif Indikator 7 Citra Merek GO-JEK.....	81
Tabel 4.44 Analisis Deskriptif Indikator 8 Citra Merek GO-JEK.....	82
Tabel 4.45 Analisis Deskriptif Indikator 1 Loyalitas Konsumen GO-JEK.....	82
Tabel 4.46 Analisis Deskriptif Indikator 2 Loyalitas Konsumen GO-JEK.....	83
Tabel 4.47 Analisis Deskriptif Indikator 3 Loyalitas Konsumen GO-JEK.....	83
Tabel 4.48 Analisis Deskriptif Indikator 4 Loyalitas Konsumen GO-JEK.....	84
Tabel 4.49 Analisis Deskriptif Indikator 5 Loyalitas Konsumen GO-JEK.....	84
Tabel 4.50 Analisis Deskriptif Indikator 6 Loyalitas Konsumen GO-JEK.....	85
Tabel 4.51 Analisis Deskriptif Indikator 7 Loyalitas Konsumen GO-JEK.....	85
Tabel 4.52 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kualitas Layanan Grab	86
Tabel 4.53 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kualitas Layanan Grab	86
Tabel 4.54 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kualitas Layanan Grab	87
Tabel 4.55 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kualitas Layanan Grab	87
Tabel 4.56 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kualitas Layanan Grab	88
Tabel 4.57 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kualitas Layanan Grab	88
Tabel 4.58 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kualitas Layanan Grab	89
Tabel 4.59 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kualitas Layanan Grab	89
Tabel 4.60 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kualitas Layanan Grab	90
Tabel 4.61 Analisis Deskriptif Indikator 10 Kualitas Layanan Grab	90
Tabel 4.62 Analisis Deskriptif Indikator 11 Kualitas Layanan Grab	91
Tabel 4.63 Analisis Deskriptif Indikator 12 Kualitas Layanan Grab	91
Tabel 4.64 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kepuasan Pelanggan Grab.....	92
Tabel 4.65 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kepuasan Pelanggan Grab.....	92
Tabel 4.66 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kepuasan Pelanggan Grab.....	93
Tabel 4.67 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kepuasan Pelanggan Grab.....	93
Tabel 4.68 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kepuasan Pelanggan Grab.....	94
Tabel 4.69 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kepuasan Pelanggan Grab.....	94

Hak cipta milik IBKKG 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 IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Tabel 4.70 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kepuasan Pelanggan Grab.....	95
Tabel 4.71 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kepuasan Pelanggan Grab.....	95
Tabel 4.72 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kepuasan Pelanggan Grab.....	96
Tabel 4.73 Analisis Deskriptif Indikator 1 Citra Merek Grab.....	96
Tabel 4.74 Analisis Deskriptif Indikator 2 Citra Merek Grab.....	97
Tabel 4.75 Analisis Deskriptif Indikator 3 Citra Merek Grab.....	97
Tabel 4.76 Analisis Deskriptif Indikator 4 Citra Merek Grab.....	98
Tabel 4.77 Analisis Deskriptif Indikator 5 Citra Merek Grab.....	98
Tabel 4.78 Analisis Deskriptif Indikator 6 Citra Merek Grab.....	99
Tabel 4.79 Analisis Deskriptif Indikator 7 Citra Merek Grab.....	99
Tabel 4.80 Analisis Deskriptif Indikator 8 Citra Merek Grab.....	100
Tabel 4.81 Analisis Deskriptif Indikator 1 Loyalitas Grab	100
Tabel 4.82 Analisis Deskriptif Indikator 2 Loyalitas Grab	101
Tabel 4.83 Analisis Deskriptif Indikator 3 Loyalitas Grab	101
Tabel 4.84 Analisis Deskriptif Indikator 4 Loyalitas Grab	102
Tabel 4.85 Analisis Deskriptif Indikator 5 Loyalitas Grab	102
Tabel 4.86 Analisis Deskriptif Indikator 6 Loyalitas Grab	103
Tabel 4.87 Analisis Deskriptif Indikator 7 Loyalitas Grab	103
Tabel 4.88 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kualitas Layanan Uber	104
Tabel 4.89 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kualitas Layanan Uber	104
Tabel 4.90 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kualitas Layanan Uber	105
Tabel 4.91 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kualitas Layanan Uber	105
Tabel 4.92 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kualitas Layanan Uber	106
Tabel 4.93 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kualitas Layanan Uber	106
Tabel 4.94 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kualitas Layanan Uber	107
Tabel 4.95 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kualitas Layanan Uber	107
Tabel 4.96 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kualitas Layanan Uber	108

Hak cipta ini milik IBIKKG Insitut 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.



Tabel 4.97 Analisis Deskriptif Indikator 10 Kualitas Layanan Uber	108
Tabel 4.98 Analisis Deskriptif Indikator 11 Kualitas Layanan Uber	109
Tabel 4.99 Analisis Deskriptif Indikator 12 Kualitas Layanan Uber	109
Tabel 4.100 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kepuasan Pelanggan Uber.....	110
Tabel 4.101 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kepuasan Pelanggan Uber.....	110
Tabel 4.102 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kepuasan Pelanggan Uber.....	111
Tabel 4.103 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kepuasan Pelanggan Uber.....	111
Tabel 4.104 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kepuasan Pelanggan Uber.....	112
Tabel 4.105 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kepuasan Pelanggan Uber.....	112
Tabel 4.106 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kepuasan Pelanggan Uber.....	113
Tabel 4.107 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kepuasan Pelanggan Uber.....	113
Tabel 4.108 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kepuasan Pelanggan Uber.....	114
Tabel 4.109 Analisis Deskriptif Indikator 1 Citra Merek Uber.....	114
Tabel 4.110 Analisis Deskriptif Indikator 2 Citra Merek Uber.....	115
Tabel 4.111 Analisis Deskriptif Indikator 3 Citra Merek Uber.....	115
Tabel 4.112 Analisis Deskriptif Indikator 4 Citra Merek Uber.....	116
Tabel 4.113 Analisis Deskriptif Indikator 5 Citra Merek Uber.....	116
Tabel 4.114 Analisis Deskriptif Indikator 6 Citra Merek Uber.....	117
Tabel 4.115 Analisis Deskriptif Indikator 7 Citra Merek Uber.....	117
Tabel 4.116 Analisis Deskriptif Indikator 8 Citra Merek Uber.....	118
Tabel 4.117 Analisis Deskriptif Indikator 1 Loyalitas Uber	118
Tabel 4.118 Analisis Deskriptif Indikator 2 Loyalitas Uber	119
Tabel 4.119 Analisis Deskriptif Indikator 3 Loyalitas Uber	119
Tabel 4.120 Analisis Deskriptif Indikator 4 Loyalitas Uber	120
Tabel 4.121 Analisis Deskriptif Indikator 5 Loyalitas Uber	120
Tabel 4.122 Analisis Deskriptif Indikator 6 Loyalitas Uber	121
Tabel 4.123 Analisis Deskriptif Indikator 7 Loyalitas Uber	121

Hak cipta ini 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.124 Hasil Uji Normalitas.....	132
Tabel 4.125 Hasil Uji Multikolinearitas	133
Tabel 4.126 Hasil Uji Autokorelasi.....	134
Tabel 4.127 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	135
Tabel 4.128 <i>Model Summary</i>	136
Tabel 4.129 Tabel ANOVA.....	137
Tabel 4.130 Uji Besar Pengaruh dan Prediksi	137



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 GAMBAR

C	Hak Cipta		
	Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	38
	Gambar 4.1	Logo GO-JEK.....	53
	Gambar 4.2	Tampilan Aplikasi GO-JEK	54
	Gambar 4.3	Logo Grab.....	56
	Gambar 4.4	Tampilan Aplikasi Grab	57
	Gambar 4.5	Logo Uber.....	57
	Gambar 4.6	Tampilan Aplikasi Uber	58

© Hak Cipta dan Merek Dagang 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 LAMPIRAN

KUESIONER	145
PRA-PENELITIAN	149
DATA RESPONDEN	150
JAWABAN KUESIONER.....	154
TABEL SPSS.....	178
FOTO RESPONDEN.....	181

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.