

# **PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI KELAPA GADING**

**Oleh :**

**Nama : Leonardo Agustino**

**NIM : 28160079**

**Skripsi**

**Program Studi : Manajemen**

**Konsentrasi : Pemasaran**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**JULI 2020**

**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.



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## PENGESAHAN

# PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI KELAPA GADING

**Diajukan Oleh**

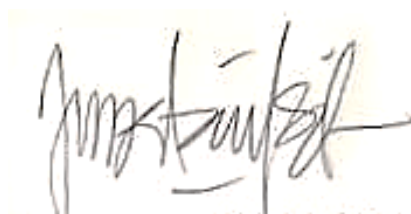
**Nama : Leonardo Agustino**

**NIM : 28160079**

**Jakarta, 2 September 2020**

**Disetujui oleh:**

Pembimbing,



**(Dr.Drs. Tony Sitinjak, M.M.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2020**



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.

## ABSTRAK

Leonardo Agustino / 28160079 / 2020 / Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Kelapa Gading / Pembimbing : Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan dari Gojek di Kelapa Gading melalui variabel citra merek dan kualitas layanan, kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang harus dicapai.

Kepuasan pelanggan adalah perilaku konsumen ketika produk/jasa yang mereka beli sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan mereka. Kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan teknik pengukuran terhadap atribut-atribut yang relevan dari produk yang ditawarkan.

Objek penelitian ini adalah Gojek di Kelapa Gading. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner. Untuk pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling* serta metode yang digunakan adalah *judgment sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier ganda.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi yaitu residu berdistribusi normal, tidak terdapat heteroskedastisitas, dan tidak terdapat multikolinearitas.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan dan berdasarkan uji t dapat disimpulkan bahwa citra merek dan kualitas layanan memiliki nilai signifikansi dibawah 0.05 sehingga hipotesis diterima.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah citra merek dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Kelapa Gading.

**Kata Kunci :** Citra Merek, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan.

1. Tidak diperkenankan untuk menyalin, menduplikasi, atau menggunakan kembali isi dari dokumen ini tanpa izin IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRACT

Leonardo Agustino / 28160079 / 2020 / *The Effect of Brand Image and Service Quality on Customer Satisfaction of Gojek in Kelapa Gading* / Advisor: Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

*The purpose of this study is to determine customer satisfaction from Gojek in Kelapa Gading through brand image and service quality variables, customer satisfaction is the most important thing that must be achieved.*

*Customer satisfaction is the behavior of consumers when the product / service they buy meets the expectations or even exceeds their expectations. Customer satisfaction can be measured using measurement techniques to the relevant attributes of the products offered.*

*The object of this research is the Gojek in Kelapa Gading. Data collection techniques using communication techniques by distributing questionnaires. For sampling, the technique used is non-probability sampling and the method used is judgment sampling. Data analysis techniques used in this study are the validity test, reliability test, descriptive analysis, classic assumption test and multiple linear regression analysis.*

*The classical assumption test results show that the regression model meets the assumption that residues are normally distributed, there is no heteroscedasticity, and there is no multicollinearity. The results of multiple regression analysis show that the regression model can be used to predict customer satisfaction and based on the t test it can be concluded that the brand image and product quality have a significance value below 0.05 so that the hypothesis is accepted.*

*The conclusion of this study is that brand image and service quality have a positive influence on customer satisfaction for Gojek in Kelapa Gading.*

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





## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan mendapat gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya:

1. Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah berkenan menyisihkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, dorongan dan masukan kepada peneliti selama penyusunan skripsi.

2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

3. Seluruh staf perpustakaan, PDPM Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dan serta staf ruang fotokopi yang telah membantu penulis dalam memperoleh buku-buku dan referensi lainnya yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

4. Orang tua yang telah memberi dukungan dan doa selama proses pembuatan skripsi.

5. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam membuat skripsi ini.

6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari akan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki dan bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap agar apa yang telah penulis paparkan dalam skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membaca dan memerlukannya.

Jakarta, Agustus 2020

Leonardo Agustino

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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.



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

# DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Batasan Penelitian.....	6
E. Rumusan Masalah.....	6
F. Tujuan Penelitian.....	6
G. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Merek.....	9
2. Brand Image (Citra Merek).....	11
3. Layanan.....	13
4. Kualitas Layanan.....	14
5. Kepuasan Pelanggan.....	18
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Pemikiran.....	27
D. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
A. Obyek Penelitian.....	29
B. Desain Penelitian.....	29
C. Operasionalisasi Analisis Variabel Penelitian.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	36
F. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji Validitas.....	36
2. Uji Reliabilitas.....	37
3. Analisis Deskriptif.....	38
4. Uji Asumsi Klasik.....	41





5. Analisis Regresi Berganda .....	42
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	46
B. Analisis Deskriptif .....	48
C. Hasil Penelitian .....	64
D. Pembahasan.....	69
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
A. Simpulan .....	72
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipannya 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 .....	22
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu 2 .....	23
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu 3 .....	23
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu 4 .....	25
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu 5 .....	26
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Brand Image .....	31
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan .....	32
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	35
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image .....	49
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	50
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	52
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Image .....	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan .....	54
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	54
Tabel 4.7	Analisis Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.8	Analisis Profil Responden Berdasarkan Umur .....	55
Tabel 4.9	Analisis Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.10	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Image .....	57
Tabel 4.11	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan.....	59
Tabel 4.12	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan .....	62
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas .....	64
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	65
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas .....	65
Tabel 4.16	Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.17	Hasil Uji t.....	67
Tabel 4.18	Koefisien Determinan .....	68



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Service Quality Model .....	16
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1	Logo Gojek .....	47

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

**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.



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pra-Kuesioner .....	77
Lampiran 2	Data Pra-Kuesioner Variable Brand Image .....	81
Lampiran 3	Data Pra-Kuesioner Variabel Kualitas Layanan .....	83
Lampiran 4	Data Pra-Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan .....	85
Lampiran 5	Output Uji Validitas Brand Image .....	87
Lampiran 6	Output Uji Reliabilitas Brand Image .....	87
Lampiran 7	Output Uji Validitas Kualitas Layanan .....	88
Lampiran 8	Output Uji Reliabilitas Kualitas Layanan .....	88
Lampiran 9	Output Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....	89
Lampiran 10	Output Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....	89
Lampiran 11	Kuesioner .....	90
Lampiran 12	Kuesioner dengan Google Docs .....	94
Lampiran 13	Data Kuesioner Variabel Brand Image .....	97
Lampiran 14	Data Kuesioner Variabel Kualitas Layanan .....	101
Lampiran 15	Data Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan .....	105
Lampiran 16	Data Profil Responden .....	109
Lampiran 17	Output Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	114
Lampiran 18	Output Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	114
Lampiran 19	Output Profil Responden Berdasarkan Umur .....	115
Lampiran 20	Output Confidence Interval dan Rata-Rata Variabel .....	115
Lampiran 21	Output Uji Asumsi Klasik : Uji Normalitas .....	117
Lampiran 22	Output Uji Asumsi Klasik : Uji Heterokedastisitas .....	117
Lampiran 23	Output Uji Asumsi Klasik : Uji Multikolinieritas .....	118
Lampiran 24	Output Analisis Regresi Berganda : Uji F .....	118
Lampiran 25	Output Analisis Regresi Berganda : Uji t .....	119
Lampiran 26	Output Analisis Regresi Berganda : Koefisien Determinan .....	119
Lampiran 27	R Table Pearson .....	120
Lampiran 28	Tabel T .....	121

