

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA
TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN
APLIKASI GOJEK**
**(Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis
UPN “Veteran” Jawa Timur)**

SKRIPSI



Oleh :

**SEPTIAN DAVIS PERMANA
NPM. 18042010044**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI GOJEK

(Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis
UPN "Veteran" Jawa Timur)

Disusun Oleh :

Septian Davis Permana
NPM. 18042010044

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

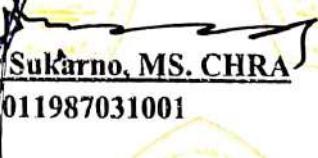
Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NPT. 370119500421

Mengetahui,

DEKAN FISIP


Dr. Dr. E. Gendri Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI GOJEK

(Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis
UPN "Veteran" Jawa Timur)

Disusun oleh :
Septian Davis Permana

NPM. 18042010044

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh tim penguji skripsi program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 15 Desember 2022

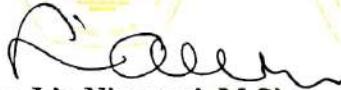
Menyetujui,

Pembimbing Utama


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NPT. 370119500421

Tim Penguji

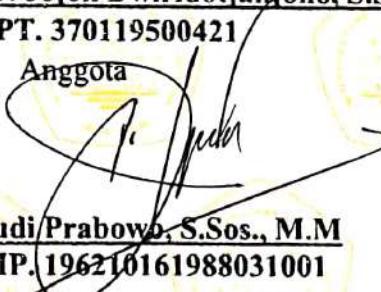
1. Ketua


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

2. Sekretaris

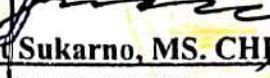

Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NPT. 370119500421

3. Anggota


Budi Prabowo, S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,
DECAN FISIP




Dr. Drs. E. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat kesehatan, kesempatan, serta limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Gojek (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur)”** dengan lancar dan tepat pada waktunya meskipun terdapat banyak kekurangan. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat Bapak Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah mencerahkan segala perhatian dan bantuannya dengan memberikan saran, arahan serta nasihat sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Demikian ucapan yang sama pula penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua yang telah memberikan motivasi, do'a restu dan dukungan sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Teman-teman Administrasi Bisnis 2018 yang selalu membantu penulis selama masa perkuliahan sampai penulisan proposal skripsi ini.
6. M. Amin Saifudin yang selalu mendukung dalam penulisan skripsi ini
7. Rara Aldavina Pramita Azzahra yang selalu mendukung dalam penulisan skripsi ini

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam skripsi ini, baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu, dengan senang hati penulis menerima segala saran dan kritik yang membangun dari pembaca agar nantinya penulis dapat memperbaiki penulisan skripsi yang lebih baik.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca khususnya bagi rekan-rekan mahasiswa, semoga Allah SWT selalu melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya pada kita semua.

Surabaya, Oktober 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Pemasaran.....	15
2.2.2 Jasa	18
2.2.3 Citra Merek.....	24
2.2.4 Kualitas Layanan (Jasa).....	27
2.2.5 Harga	29

2.2.6 Preferensi Konsumen	31
2.3 Kerangka Berpikir	32
2.4 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.1.1 Definisi Operasional.....	36
3.1.2 Pengukuran Variabel	40
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel.....	42
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel.....	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.1 Jenis Data.....	44
3.3.2 Sumber Data	45
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	45
3.4 Teknik Analisis Data	47
3.4.1 Teknik Analisis	47
3.4.2 Uji Validitas.....	48
3.4.3 Uji Reliabilitas	49
3.4.4 Uji Asumsi Klasik	50
3.4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.4.6 Uji Hipotesis	54
3.5 Jadwal Penelitian	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61

4.1.1 Sejarah Perusahaan	61
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	62
4.1.3 Lokasi PT. Gojek	62
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	62
4.2 Penyajian Data Hasil Penelitian	65
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	65
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	67
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis	72
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	72
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	74
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	80
4.4 Pembahasan.....	89
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Preferensi Konsumen	89
4.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Preferensi Konsumen.....	90
4.4.3 Pengaruh Harga terhadap Preferensi Konsumen	90
4.4.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga terhadap Preferensi Konsumen	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Top Brand Index (TBI) Jasa Transpotasi Online	6
Tabel 3. 1 Skala Likert (Bentuk Checklist).....	46
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	59
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4. 2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	67
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Citra Merek (X1)	68
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X2).....	69
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Harga (X3)	70
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Preferensi Konsumen (Y)	71
Tabel 4. 7 Uji Validitas	73
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas	74
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas	75
Tabel 4. 10 Nilai Durbin Watson.....	77
Tabel 4. 11 Analisis Regresi Berganda	78
Tabel 4. 12 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	79
Tabel 4. 13 Uji F.....	81
Tabel 4. 14 Uji Parsial.....	83
Tabel 4. 15 Perbandingan Hasil Penelitian	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase Pengguna Aplikasi Transportasi Online di Indonesia	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 3. 1 Kurva Uji F.....	56
Gambar 3. 2 Kurva Uji t.....	58
Gambar 4. 1 Diagram Scatterplot	76
Gambar 4. 2 Kurva Daerah Penerimaan H ₀ dan Penolakan H ₀ Uji F.....	82
Gambar 4. 3 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan H ₀ Variabel X1.....	84
Gambar 4. 4 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan H ₀ Variabel X2.....	87
Gambar 4. 5 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan H ₀ Variabel X3.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	101
Lampiran 2 : Tabulasi dan Data Responden	105
Lampiran 3 : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	108
Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik.....	112
Lampiran 5 : Uji F dan Uji T	113

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Gojek pada Mahasiswa program studi Administrasi Bisnis FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur. Sampel pada penelitian ini terdiri dari 90 Mahasiswa pada Mahasiswa program studi Administrasi Bisnis FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur dengan karakteristik mahasiswa aktif program studi Administrasi Bisnis FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* karena yang diambil hanya pada mahasiswa program studi Administrasi Bisnis FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur. Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis model statistik yang terdiri dari Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Regesi Linier Berganda, Uji F, dan Uji T. Hasil penelelitian ini menunjukan adanya pengaruh secara parsial dari keseluruhan masing masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan uji T. Pada pengujian Simultan menunjukan adanya pengaruh secara simultan dari keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukan dengan nilai T tabel sebesar 114,858. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Preferensi Konsumen.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga, dan Preferensi konsumen

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of brand image, service quality, and price on consumer preferences in using the Gojek application for Business Administration students FISIP UPN "Veteran" East Java. The sample in this study consisted of 90 Business Administration students FISIP UPN "Veteran" East Java with the characteristics of active Business Administration students FISIP UPN "Veteran" East Java. The sampling technique in this study used the Purposive Sampling technique because it was taken only on Business Administration students FISIP UPN "Veteran" East Java. Hypothesis testing in this study uses statistical model analysis consisting of Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression, F Test, and T Test. The results of this study indicate that there is a partial effect of each independent variable on the dependent variable. by using the T test. Simultaneous testing shows that there is a simultaneous effect of all independent variables on the dependent variable as indicated by the T table value of 114.858. So it can be concluded that Brand Image, Service Quality, and Price simultaneously have an influence on Consumer Preference.

Keywords: **Brand Image, Service Quality, Price, and Consumer Preference**