

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
PREFERENSI KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI
GOJEK
(Studi Kasus Mahasiswa Fisip UPN “Veteran” Jawa Timur)**

SKRIPSI



Oleh :

RACHMAD VINCET ABIMANYU
(1642010019)

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2020**

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

(Studi Kasus Mahasiswa FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur)

Disusun oleh :

RACHMAD VINCET ABIMANYU

1642010019

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si

NIP : 030227786

Mengetahui,

DEKAN


Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA

NIP : 195907011987031001

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

(Studi Kasus Mahasiswa Fisip UPN "Veteran" Jawa Timur)

Oleh:


RACHMAD VINCET ABIMANYU

(1642010019)

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 26 Januari 2021


Menyetujui:

DOSEN PEMBIMBING

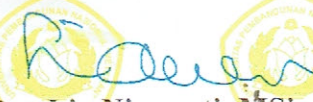

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 030227786

TIM PENGUJJI


1. Ketua


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

2. Sekretaris



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

3. Anggota


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 030227786

Mengetahui,

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**


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

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Preferensi Konsumen dalam menggunakan Aplikasi GOJEK”**

Sekalipun penulis harus mengalami berbagai kesulitan, tetapi syukurlah bahwa skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Selesaiannya kegiatan hingga penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Ibu Dra. Ety Dwi Susanti M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, diantaranya :

1. Allah SWT yang memberikan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Ibu Dra. Ety Dwi Susanti M.Si selaku dosen Pembimbing.
5. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
6. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman penulis yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
8. Firnanda Hariyati yang selalu mendukung dalam penulisan skripsi ini

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan proposal skripsi ini.

Surabaya, Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LatarBelakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Pemasaran	10
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.2.1.3 Konsep Pemasaran	13
2.2.2 Jasa.....	14
2.2.2.1 Pengertian Jasa.....	14

2.2.2.2	Klasifikasi Jasa.....	16
2.2.2.3	Karakteristik Jasa	18
2.2.3	Citra Merek	21
2.2.3.1	Pengertian Citra Merek	21
2.2.3.2	Indikator Citra Merek.....	23
2.2.4	Kualitas Layanan (Jasa).....	25
2.2.4.1	Pengertian Kualitas Layanan (Jasa)	25
2.2.4.2	Indikator Kualitas Layanan (Jasa).....	26
2.2.5	Preferensi Konsumen.....	28
2.2.5.1	Pengertian Preferensi Konsumen	28
2.2.5.2	Indikator Preferensi Konsumen.....	28
2.2.6	Kerangka Berfikir	28
2.2.7	Hipotesis	30
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.1.1	Definisi Operasional	33
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	35
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	36
3.2.1	Populasi.....	36
3.2.2	Sampel	36
3.2.3	Teknik Penarikan Sampel	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1	Jenis Data.....	39
3.3.2	Sumber Data	40

3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4 Teknik Analisis Data	42
3.4.1 Teknik Analisis	42
3.4.2 Uji Validitas	43
3.4.3 Uji Realibilitas	44
3.4.4 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.4.6 Uji Hipotesis	50
3.4.6.1 Uji F	50
3.4.6.2 Uji t	52
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1 Sejarah Perusahaan	55
4.1.2 Visi dan misi Perusahaan	56
4.1.3 Lokasi PT. Gojek	57
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	57
4.2 Penyajian Data Hasil Penelitian	60
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	61
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	64
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis	70
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	70
4.3.1.1 Uji Validitas	70
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	72
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	73

4.3.2.1 Uji Multikolinieritas.....	73
4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.3.2.3 Uji Autokorelasi.....	75
4.3.2.4 Uji Normalitas.....	77
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
4.3.3.1 Regresi Linier Berganda.....	78
4.3.3.2 Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R^2).....	80
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	82
4.3.4.1 Uji F (Uji Simultan).....	82
4.3.4.2 Uji t (Uji Parsial).....	84
4.4 Pembahasan.....	88
4.4.1 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Secara Simultan Terhadap Preferensi Konsumen.....	88
4.4.2 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Secara Parsial Terhadap Preferensi Konsumen.....	89
4.4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Preferensi Konsumen.....	89
4.4.2.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Preferensi Konsumen.....	89
BAB V.....	93
KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunduh Aplikasi Transportasi Online.....	3
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	62
Tabel 4.3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	63
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Citra Merek (X1).....	64
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X2).....	66
Tabel 4.6 Uji Validitas	71
Tabel 4.7 Uji Reabilitas.....	73
Tabel 4.8 Nilai VIF Variabel Bebas.....	74
Tabel 4.9 Nilai Durbin Waston	76
Tabel 4.10 Analisis Regresi Berganda	79
Tabel 4.11 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	81
Tabel 4.12 Uji F	82
Tabel 4.13 Uji t	85
Tabel 4.14 Perbandingan Hasil Penelitian	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perbandingan Pertumbuhan Jalan dan Kendaraan.....	2
Gambar 1.2 Data Mahasiswa aktif Fisip pengguna aplikasi transportasi online ...	4
Gambar 1.3 Data aplikasi transportasi online yang digunakan Mahasiswa FISIP	4
Gambar 1.4 Kerangka Berpikir	30
Gambar 3.1 Skala Likert (Bentuk Checklist).....	41
Gambar 3.2 Kurva Uji F.....	52
Gambar 3.3 Kurva Uji t.....	54
Gambar 4.1 Diagram Scatterplot.....	75
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	77
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan H_0 dan Penolakan H_0 Uji F	83
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan H_0 Variabel X_1	86
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan H_0 Variabel X_2	8

ABSTRAK

RACHMAD VINCET ABIMANYU, 1642010019, Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Gojek (Study Kasus Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Citra Merek dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Preferensi Konsumen. Penelitian ini menggunakan objek aplikasi Gojek. Dalam penelitian ini populasinya ialah mahasiswa Fisip UPN “Veteran” Jawa Timur. Sedangkan sampelnya sebanyak 100 responden, yaitu mahasiswa Fisip yang memiliki kriteria usia 17 tahun keatas, menggunakan layanan Gojek minimal 3 kali dalam 2 bulan terakhir, mempunyai akun customer Gojek dan menggunakan Gojek. Sampel tersebut diperoleh dengan rumus unknown population, sedangkan pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dengan menggunakan metode Non Probability Sampling, dan dengan teknik Purposive Sampling.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis model statistik yang terdiri dari Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda, Uji F dan Uji t. Hasil penelitian ini terdapat pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu menggunakan uji t. Pada Uji F juga menghasilkan fakta bahwa F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $9,378 > 3,09$. Sehingga disimpulkan bahwa Citra Merek dan Kualitas Layanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Preferensi Konsumen.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Layanan, Preferensi Konsumen

ABSTRACT

RACHMAD VINCET ABIMANYU, 1642010019, The Influence of Brand Image and Service Quality on Consumer Preferences In Using Gojek Application (Case Study on FISIP STUDENTS UPN "Veteran" Jawa Timur)

This study aims to find out if Brand Image and Service Quality affect Consumer Preferences. This research uses Gojek app object. In this study, the population is students of Fisip UPN "Veteran" East Java. While the sample of 100 respondents, namely Fisip students who have criteria of age 17 years and above, using Gojek service at least 3 times in the last 2 months, have Gojek customer account and use Gojek. The sample was obtained by unknown population formula, while the data collection using questionnaire using Non Probability Sampling method, and purposive sampling technique.

The hypothesis testing in this study used statistical model analysis consisting of Validity Test, Reliability Test, Classic Assumption Test, Multiple Linear Regression, F Test and t Test. The results of this study there is a partial influence of each variable free of bound variables that is using the test t. In Test F also produces the fact that Brand Image and Service Quality simultaneously have an influence on Consumer Preferences.

Keywords : Brand Image, Service Quality, Consumer Preferences