

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *REBRANDING* TERHADAP
BRAND IMAGE INDRIVE
(Studi pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur)**

SKRIPSI



OLEH:

ALPIERO JOEVAL ISABILILLAH
20042010157

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UPN VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *REBRANDING* TERHADAP
*BRAND IMAGE INDRIVE***

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

Disusun Oleh:

ALPIERO JOEVAL ISABILILLAH
20042010157

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

Dra. Ety Dwi Susanti, M.SI
NIP. 196805011994032001

Mengetahui,

Dr. Catur-Surarnoaji, M.SI
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN REBRANDING TERHADAP
BRAND IMAGE INDRIVE**

(Studi pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur)

Disusun Oleh:

ALPIERO JOEVAL ISABILILLAH
20042010157

**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 9 Desember 2024**

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

TIM PENGUJI

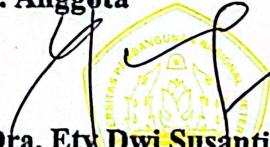
1. Ketua


Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB
NIP. 198910302020121007


2. Sekretaris


Nurul Azizah, S.AB, M.AB
NPT. 21219920526338

3. Anggota


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

**Mengetahui,
KOORDINATOR PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alpiero Joeval Isabilillah

Npm : 20042010157

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**Pengaruh Kualitas Layanan dan Rebranding Terhadap Brand Image
Indrive**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya pribadi saya yang dibutuhkan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 20 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar strata 1 di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai ketentuan yang berlaku.
3. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 9 Desember 2024

Yang membuat pernyataan



Alpiero Joeval Isabilillah

NPM. 20042010157

KATA PENGANTAR

Dengan segala rasa hormat dan syukur, penulis ingin memanjatkan puja dan puji syukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala, dan akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan *Rebranding* terhadap *Brand Image* inDrive (Studi pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur).”

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dra. Ety Dwi Susanti selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dorongan dalam penulisan skripsi ini. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM.,MA, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Para Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang tua, keluarga, dan kerabat yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat dan teman-teman yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama proses penulisan skripsi.
6. Sahabat dan teman-teman Angkatan Tahun 2020 Program Studi Administrasi Bisnis yang saling memberikan motivasi sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari berbagai pihak untuk perbaikan dan pengembangan di masa yang akan datang. Dengan penuh kerendahan hati dan menyadari keterbatasan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan dampak positif bagi pembaca dan pihak-pihak yang memiliki kepentingan.

Surabaya, 9 Desember 2024



Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Teori.....	10
2.2.1. Pemasaran	10
2.2.2. Kualitas Layanan	15
2.2.3. <i>Rebranding</i>	18
2.2.4. <i>Brand Image</i>	21
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	23
2.3.1. Hubungan Kualitas Layanan terhadap <i>Brand Image</i>	23
2.3.2. Pengaruh <i>Rebranding</i> terhadap <i>Brand Image</i>	24
2.3.3. Pengaruh Kualitas Layanan dan <i>Rebranding</i> terhadap <i>Brand Image</i>	24
2.4. Kerangka Berpikir	25
2.5. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Jenis Penelitian	27
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.2.1. Definisi Operasional	27
3.2.2. Pengukuran Variabel	28
3.2.3. Teknik Pengukuran Variabel	30

3.3.	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	30
3.3.1.	Populasi	30
3.3.2.	Sampel	31
3.3.3.	Teknik Penarikan Sampel	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data	33
3.4.1.	Jenis Data.....	33
3.4.2.	Sumber Data	33
3.4.3.	Teknik Pengumpulan	34
3.5.	Teknik Analisis Data	35
3.5.1.	Uji Instrumen Penelitian	35
3.5.2.	Uji Asumsi Klasik	36
3.5.3.	Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.5.4.	Uji Hipotesis	38
3.6.	Jadwal Penelitian	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.1.	Hasil Objek Penelitian	42
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.2.	Penyajian data.....	43
4.2.1.	Data Responden	43
4.2.2.	Deskriptif pada variabel penelitian	46
4.3.	Analisis Data.....	49
4.3.1.	Uji Validitas.....	49
4.3.2.	Uji Realibilitas	52
4.4.	Asumsi Klasik.....	52
4.4.1.	Uji Normalitas	52
4.4.2.	Uji Multikolonieritas	53
4.4.3.	Uji Heteroskedastisitas	53
4.5.	Teknik Analisis.....	54
4.5.1.	Regresi Linier Berganda	54
4.5.2.	Uji R Square	55
4.6	Uji Hipotesis.....	55
4.6.1.	Uji T.....	55
4.6.2.	Uji F.....	56
4.7.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	57

4.7.1.	Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) dan <i>Rebranding</i> (X_2) Secara Simultan Terhadap <i>Brand Image</i> InDrive (Y)	57
4.7.2.	Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) Terhadap <i>Brand Image</i> (Y) InDrive.....	57
4.7.3.	Pengaruh <i>Rebranding</i> (X_2) Terhadap <i>Brand Image</i> (Y) InDrive	58
4.8.	Matriks Hasil Peneltian.....	58
BAB V PENUTUP.....		64
5.1.	Kesimpulan.....	64
5.2.	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....		66
LAMPIRAN.....		70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Aplikasi Transportasi Online yang Digunakan Publik	2
Gambar 1. 2 Data Survei Pra Penelitian Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	25
Gambar 4. 1 Logo Indriver	42

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	30
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	45
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	45
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Jasa Trasnportasi Ojek Online Indrive	46
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan	47
Tabel 4. 7 Matriks Hasil Penelitian.....	59

ABSTRAK

Alpiero Joeval Isabilillah (20042010157), *The Influence Of Service Quality And Rebranding On Brand Image Indrive (Study on FISIP UPN "Veteran" East Java Students)*

The growth of the application-based transportation service industry, or ride-hailing, in Indonesia over the past decade has become an interesting phenomenon in the development of the digital economy. This research uses an associative quantitative approach. The sampling technique used is non-probability sampling, specifically purposive sampling. The population in this study consists of students who have used InDrive's online motorcycle taxi services. The sample for this study is 100 respondents. The data collection technique used is a questionnaire. The data analysis method employed is SPSS 27 for Windows, using multiple linear regression analysis, F-test, t-test, and the coefficient of determination. The results of this study conclude that: Service Quality, partially, has a significant influence on InDrive's Brand Image. Rebranding, partially, has a significant influence on Brand Image, and both Service Quality and Rebranding, simultaneously, have a significant influence on the Impact of Service Quality and Rebranding on InDrive's Brand Image.

Keywords: Service Quality, Rebranding, Brand Image.

ABSTRAK

Alpiero Joeval Isabilillah (20042010157), Pengaruh Kualitas Layanan Dan Rebranding Terhadap Brand Image Indrive (Studi pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur)

Perkembangan industri layanan transportasi berbasis aplikasi, atau *ride-hailing*, di Indonesia selama dekade terakhir telah menjadi fenomena menarik dalam perkembangan ekonomi digital. Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah non-probability sampling, khususnya purposive sampling. Populasi dalam studi ini terdiri dari mahasiswa yang telah menggunakan layanan ojek online InDrive. Sampel untuk penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah kuesioner. Metode analisis data yang diterapkan adalah SPSS 27 untuk Windows, menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: Kualitas Layanan, secara parsial, memiliki pengaruh signifikan terhadap Citra Merek InDrive. Rebranding, secara parsial, juga memiliki pengaruh signifikan terhadap Citra Merek, dan baik Kualitas Layanan maupun Rebranding, secara simultan, memiliki pengaruh signifikan terhadap Dampak Kualitas Layanan dan Rebranding terhadap Citra Merek InDrive.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Rebranding, Citra Merek