

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
GO-JEK DI KOTA SURABAYA
SKRIPSI**



Di susun oleh:

MUHAMMAD WILDAN ICKSANI

NIM : 20151221155

**S1 PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2018

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN GO-JEK DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi
Salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis**

Di susun oleh:

MUHAMMAD WILDAN ICKSANI

NIM : 20151221155

**S1 PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2018

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Wildan Icksani

NIM : 20151221155

Program Studi : S1 – Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiat baik sebagai atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat di buktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagai atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 9 September 2018

Yang membuat pernyataan



Muhammad Wildan Icksani

PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
GO-JEK DI KOTA SURABAYA**

Oleh :

MUHAMMAD WILDAN ICKSANI

NIM. 20151221155

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, Agustus 2018

Dosen Pembimbing I



Dr. Siti Maro'ah, M.Pd

Dosen Pembimbing II



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Mengetahui

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE.

PENGESAHAN PANITIAN PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disyahkan di hadapan Komisi Penguji.

Judul : PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GO-JEK DI KOTA SURABAYA

Nama : MUHAMMAD WILDAN ICKSANI

NIM : 20151221155

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhamamdiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal :

Pukul :

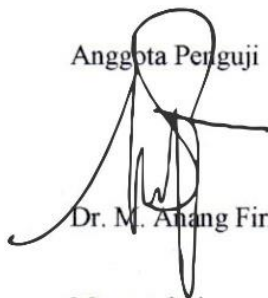
Komisi Pengujian terdiri dari :

Ketua Penguji :



Dr. Siti Maro'ah, M.Pd

Anggota Penguji



Dr. M. Anang Firmansyah, MM

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis**



Dr. Anna Marina, M.Si., Ak., CA

Anggota Penguji



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

**Mengetahui
Kaprosdi Manajemen**



Anita Roosmawarni, SE., M.SE.



MOTTO

“Urep Kudu Urup”

(Pepatah Jawa)

“Teruslah Bergerak, Hingga Lelah Itu Letih Mengejar-Mu”

(Universitas Kehidupan)

“Tidaklah Kuciptakan jin dan manusia kecuali supaya mereka beribadah kepada-Ku”

(QS. Adz-Dzariyat : 56)

Bekerjalah Seakan Engkau Hidup 1000 Tahun Lagi, Beribadahlah Seakan Esok Engkau Mati”

(Ibuku tercinta Siti Fatimah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan kepada :

1. Allah SWT, terimakasih ya Allah atas nikmat –Mu yang tiada henti, untuk diriku dan keluargaku, atas rezeki-Mu yang melimpah, Saudara dan tetangga yang sangat baik, kesehatan yang selalu engkau berikan setiap hembusan nafasku.
2. Alm. Tohari, maafkan anak-Mu yang baru mampu menunaikan aman-Mu, Ingsya Allah ada serangkaian impian yang akan saya tunaikan, atas pesan yang engkau bisikkan di nafas terakhirmu.
3. Siti Fatikah, terimakasih atas doanya, dukungannya perhatiannya dan ketegaran-Mu untuk yang selalu membimbing-ku, maafkanlah bila anak-Mu masih lalai dari nasehat-Mu.
4. Kakak-Ku, Mahmud Suyuti, Arina Fatmawati, Nurul Fadlilah, Sa’roni Ahmadi dan keponakan-Ku, Muhammad Ghazi As’ad Rifai, Mahira Faustian Salvia Ahmadi, Maziya Adzkiya Ahmadi dan Ghalya Afiza Azkadina, atas motivasi, inspirasi dan keceriaan yang selalu di berikan selama ini, semoga di beri perlindungan dan kebersamaan oleh Allah SWT.
5. Sahabat-Ku baik sahabat organisasi intra kampus (BEM FEB, DMP FEB, HMPS M dan HMPS A) maupun extra kampus (KAMMI Surabaya) yang selalu siap membantu bilamana peneliti mengalami kesulitan. Semoga ukhuwah yang sudah terjalin ini akan terikat hingga *Jannah*.
6. Almamater-Ku, Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan pendidikan dan pengalaman, baik ilmu akademik maupun non akademik semoga selalu memberikan yang terbaik untuk mahasiswa maupun untuk Indonesia.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Go-Jek Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kota Surabaya” dengan baik, serta sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang mengantarkan pada sebuah kehidupan yang penuh keselamatan di dunia dan di akhirat.

Penyusunan proposal skripsi ini penulis lakukan untuk melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, bantuan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan baik dan benar.
2. Bapak Dr. dr. Sukadiono.,MM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak, CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE selaku kaprodi Manajemen yang telah memberikan semangat kepada penulis hingga terselesainya program Sarjana Ekonomi Manajemen ini.

5. Bapak Dr. Siti Maro'ah, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I atas waktu yang telah diluangkan untuk arahan, bimbingan, petunjuk dan nasehat dalam proses pembuatan proposal skripsi sampai selesai.
6. Bapak Dr. Muchamad Muchklas, S.Si., MM. selaku Dosen Pembimbing II atas waktu yang telah diluangkan untuk arahan, bimbingan, petunjuk dan nasehat dalam proses pembuatan proposal skripsi sampai selesai.
7. Bapak Dr. Anang Firmansyah, MM selaku penguji proposal skripsi atas arahan dan refisinya, sehingga semakin menyempurnakan skripsi.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan seluruh staf pengajaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan membantu administrasi mahasiswa.
9. Almarhum Bapak Tohari, Ibu Siti Fatikah, Mahmud Suyuti, Arina Fatmawati, Nurul Fadlilah, Sa'roni Ahmadi dan keponakan-Ku, Muhammad Ghazi As'ad Rifai, Mahira Faustian Salvia Ahmadi, Maziya Adzkiya Ahmadi dan Ghalya Afiza Azkadina, yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moril maupun materil yang tak terhingga dengan tulus dan ikhlas hingga terselesainya skripsi ini.
10. Seluruh teman-temanku kelas Manajemen Sore yang telah memberikan semangat dan berjuang bersama dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
11. Seluruh pengurus BEM, DPM, HMPS M/A yang telah memberi dukungan, inspirasi dan motivasi baik dalam berorganisasi maupun ketika menghadapi dinamika di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

12. Mas Mochammad Ryan Ardian selaku Gubernur BEM FEB 2018 yang telah bersama-sama membesarkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
13. Pengurus BPH KAMMI Surabaya 2017-2018 serta penghuni Rumah Khidmat Negarawan yang memberi wawasan dan arah baru dalam membangun ideologi yang kuat dan mengakar.
14. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan proposal skripsi ini yang tidak peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk kalian semua.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak baik yang disebutkan maupun yang tidak tersebut. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyusunan proposal skripsi ini. Harapan penulis semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 9 September 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
1. Pemasaran	8
a. Pengertian pemasaran.....	8
2. Citra Merek	9
a. Pengertian citra merek.....	9
b. Indikator citra merek	11
3. Promosi	13
a. Bauran promosi	14
b. Indikator promosi	15
4. Kualitas pelayanan	18
a. Indikator kualitas layanan	19
5. Loyalitas pelanggan	23
a. Indikator loyalitas pelanggan	24
6. Hubungan Antar Variabel.....	26

a. Pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan.....	26
b. Pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan.....	26
c. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.....	27
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Konseptual	29
D. Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	32
B. Identifikasi Variabel.....	32
C. Definisi Operasional	33
1. Variabel <i>Indipenden</i>	34
2. Variable <i>Dependen</i>	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
1. Pengumpulan data primer.....	35
2. Pengumpulan data sekunder.....	37
E. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel	37
F. Teknik Pengolahan data	38
G. Uji Instrumen.....	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reabilitas.....	40
H. Analisis Data	40
1. Uji Asumsi Klasik.....	41
a. Uji Normalitas	41
b. Uji Multikolinieritas.....	41
b. Uji Heteroskedastisitas.....	42
2. Uji Regresi Linier Berganda	42
3. Uji Hipotesis	43
a. Uji F	43
b. Uji t	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	45
1. Sejarah Perusahaan	45
2. Visi dan Misi Go-Jek Cabang Surabaya	46
3. Struktur Organisasi	47
4. Jenis-jenis layanan Go-Jek.....	49
5. Area Layanan Go-Jek	50
6. Standart Layanan Go-Jek.....	52
B. Deskripsi Hasil Penelitian	52
1. Deskripsi karakteristik responden.....	52
2. Deskripsi hasil responden	52
C. Uji Instrumen	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reabilitas	60
D. Analisis Data	61
1. Uji Asumsi Klasik.....	61
a. Uji Normalitas	61
b. Uji Multikolinieritas	62
c. Uji Heteroskedastisitas	62
2. Analisis Regresi linier berganda	63
3. Pengujian Hipotesis	64
a. Pengujian Koefisien Determinasi	64
b. Pengujian Simultan (F-tes).....	65
c. Pengujian parsial (T-test)	67
E. Pembahasan	71

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	73
Daftar Pustaka	74

DAFTAR TABEL

No Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Estimasi lalulintas website www.go-jek.com.....	2
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian	33
Table 4.1 Area layanan Go-Jek	50
Table 4.2 Tabel Standart pelayanan Go-Jek.....	53
Tabel 4.3 Kerangka Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan penggunaan aplikasi Go-jek di Kota Surabaya dalma 1 tahun terakhir	55
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasar kan penggunaan Go-Jek 2 kali dalam 1 tahun terakhir	55
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasar kan usia.....	56
Tabel 4.7 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	56
Tabel 4.8 Rekapitulasi pernyataan responden mengenai variabel citra merek	57
Tabel 4.9 Rekapitulasi pernyataan responden mengenai vatiabel promosi	58
Tabel 4.10 Rekapitulasi pernyataan responden mengenai variabel kualitas layanan	59
Tabel 4.11 Rekapitulasi pernyataan responden mengenai variabel loyalitas pelanggan	60
Tabel 4.13 Uji Reabilitas	61
Tabel 4.14 Uji Multikonearitas.....	64

Tabel 4.15 Uji Regresi linier berganda.....	65
Tabel 4.16 Hasil koefisien determinasi (r^2)	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (F-Test).....	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (T-Test)	69

DAFTAR GAMBAR

No Tabel	Halaman
Gambar 2.1 Tingkat Loyalitas Pelanggan.....	22
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	28
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi	46
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	63
Gambar 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1	76
Lampiran 2	80
Lampiran 3	89
Lampiran 4	91
Lampiran 5	92
Lampiran 6	91
Lampiran 7	107

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, David A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2013). *Manajemen Pemasaran*. cet. II. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Aaker, David A. dan Alexander L. Biel. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Ed Revisi VI. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Agus Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta, Erlangga.
- Fatihudin, Didin. (2012). *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Akutansi Dari Teori Ke Praktek*. Surabaya: PPs UMSurabaya.
- Fatihudin, Didin. (2015). *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Akutansi, Dari Teori Ke Praktek*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayumedia.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Lupiyoadi, Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mochklas, Setiawan. (2018). *Sistem Informasi Manajemen*. Surabaya, TS
- Philip Kotler, (2002), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, Jakarta: PT Prenhallindo.
- Safitri. D. S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Ojek Online Go-Jek*. Jurnal Psikologi Volume 15 Nomor 1. Universitas Esa Unggul.

Tjiptono, Fandy. (2014), Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

Efendi. F.H (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas konsumen (studi pada dealer motor honda di Surabaya)*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 2. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STESIA) Surabaya.

Hartatik. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap customer loyalty dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening (studi pada pengguna Go-Jek Di Kota Semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang.

Nababan, B.N.S. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam pembelian pembalut wanita (*Studi kasus pada pengguna brand laurier di kalangan wanita usia subur di bandung*).

Zahra. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

<https://driver.go-jek.com>

<https://gelegakzaki.wordpress.com/2016/10/17/pt-go-jek-visi-misi-struktur-organisasi-dan-sop/>

<https://www.scribd.com/doc/315476753/Sejarah-gojek>

<http://travel.kompas.com/read/2011/07/23/07594563/Surabaya.Oh.Surabaya.yang.Macet>

<http://www.statshow.com/www/go-jek.com>

<http://www.internetworldstats.com/stats.html>

<https://www.emarketer.com/>