

**PENGARUH CITRA MEREK, *DIGITAL
MARKETING*, DAN DAYA TARIK PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Desi Ria Wati
190910261**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH CITRA MEREK,
DIGITAL MARKETING, DAN DAYA TARIK PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Desi Ria Wati
190910261**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Desi Ria Wati
NPM : 190910261
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH CITRA MEREK, *DIGITAL MARKETING*, DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 01 Juli 2023



Desi Ria Wati
190910261

**PENGARUH CITRA MEREK,
DIGITAL MARKETING, DAN DAYA TARIK PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI
KOTA BATAM**

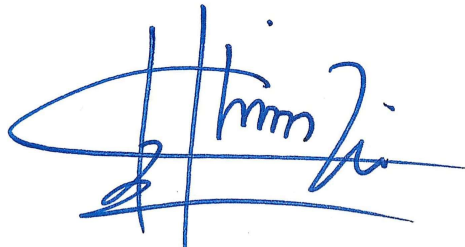
SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Desi Ria Wati
190910261**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 03 Agustus 2023



**M. Khoiri, S.Pd., M.Pd
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra merek, *digital marketing*, dan daya tarik promosi terhadap kepuasan pelanggan Gojek di kota Batam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini semua orang yang menggunakan aplikasi Gojek di wilayah Batam Kota dengan jumlah sampel sebanyak 204 responden yang diperoleh dari perhitungan rumus menggunakan Teknik Jacob Cohen. Pengolahan data menggunakan software aplikasi SPSS versi 26. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan citra merek, digital marketing, dan daya tarik promosi baik secara parsial dan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di kota Batam.

Kata Kunci: Citra Merek, *Digital Marketing*, Daya Tarik Promosi, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine brand image, digital marketing, and promotional attractiveness on Gojek customer satisfaction in Batam city. This research uses quantitative methods. The population in this study is all people who use the Gojek application in the Batam City area with a total sample of 204 respondents obtained from formula calculations using the Jacob Cohen Technique. Data processing using the SPSS application software version 26. The analytical method used in this study is quality data test, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of the study show that brand image, digital marketing, and promotional appeal both partially and simultaneously have a positive and significant effect on Gojek customer satisfaction in Batam city.

Keywords: *Brand Image, Digital Marketing, Promotional Attractiveness, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas putera Batam;
2. Bapak Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak M. Khoiri, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Seluruh dosen dan staff Universitas Putera Batam yang telah membagikan ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
7. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian;
8. Teman-teman se-angkatan yang selalu memberikan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan memberikan kelancaran dalam segala hal yang dikerjakan. Amin

Batam, 01 Juli 2023

Desi Ria Wati



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1. Citra Merek	11
2.1.2. Digital Marketing	12
2.1.3. Daya Tarik Promosi.....	14
2.1.4. Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran	19
2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	19
2.3.2 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	19
2.3.3 Pengaruh Daya Tarik Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	20
2.3.4 Pengaruh Citra Merek, <i>Digital Marketing</i> , Daya Tarik Promosi Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan	20
2.4 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Sifat Penelitian.....	22
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	23
3.3.1 Lokasi Penelitian	23
3.3.2 Periode Penelitian	23

	Halaman
3.4	Populasi dan Sampel..... 23
3.4.1	Populasi23
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....24
3.4.3	Teknik Sampling.....24
3.5	Sumber Data..... 25
3.6	Metode Pengumpulan Data 25
3.7	Definisi Operasional Variabel 25
3.8	Metode Analisis Data..... 26
3.8.1	Statistik Deskriptif..... 26
3.8.2	Uji Kualitas Data 28
3.8.3	Uji Asumsi Klasik 27
3.8.4	Uji Pengaruh 28
3.9	Uji Hipotesis..... 29
3.9.1	Uji t (Uji Parsial) 29
3.9.2	Uji F (Uji Simultan)..... 29
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 30
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian..... 30
4.1.1	Sejarah Objek Penelitian 30
4.1.2	Logo Perusahaan..... 30
4.1.3	Visi dan Misi Objek Penelitian 31
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden 31
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 31
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 31
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 33
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan..... 33
4.3	Deskripsi Jawaban Responden 34
4.3.1	Deskripsi Variabel Citra Merek 34
4.3.2	Deskripsi Variabel <i>Digital Marketing</i> 35
4.3.3	Deskripsi Variabel Daya Tarik Promosi 37
4.3.4	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan 38
4.4	Analisis Data 40
4.4.1	Hasil Uji Validitas 40
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas 41
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik..... 41
4.5	Pengujian Hipotesis 46
4.5.1	Hasil Uji t 46
4.5.2	Hasil Uji F 47
4.6	Pembahasan..... 47
4.6.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan 47
4.6.2	Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan 48
4.6.3	Pengaruh Daya Tarik Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan..... 48
4.6.4	Pengaruh Citra Merek, <i>Digital Marketing</i> , Daya Tarik Promosi Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan 48
4.7	Implikasi Penelitian 48

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Saran	49

DAFTAR PUSTAKA	51
-----------------------------	----

LAMPIRAN

1. Pendukung Penelitian
2. Daftar Riwayat Hidup
3. Surat Izin Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	6
Gambar 4.1 Logo Gojek	26
Gambar 4.2 Kurva Histogram.....	36
Gambar 4.3 Normal P-Plot	37

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pengguna Transportasi Online	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	4
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	23
Tabel 3.2 Operasional Variabel	25
Tabel 3.3 Rentang Tabel.....	27
Tabel 4.1 Profil Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2 Profil Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.3 Profil Berdasarkan Pendidikan Terakhir	33
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	33
Tabel 4.5 Citra Merek (X1)	35
Tabel 4.6 <i>Digital Marketing</i> (X2)	37
Tabel 4.7 Daya Tarik Promosi (X3).....	38
Tabel 4.8 Kepuasan Pelanggan (Y).....	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.11 Kolmogorov-smimov.....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastitas	44
Tabel 4.14 Hasil Analisis Linear Berganda.....	45
Tabel 4.15 Hasil Uji R ²	46
Tabel 4.16 Hasil Uji t	46
Tabel 4.17 Hasil Uji F	47

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Jacob Cohen	24
Rumus 3.2 Rentang Skala	26
Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda	29