

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, KUALITAS INFORMASI,  
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PENGUNAAN APLIKASI GOJEK DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Christian Diego Aleksander Victory Sumito**

**200910083**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, KUALITAS INFORMASI,  
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PENGUNAAN APLIKASI GOJEK DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Christian Diego Aleksander Victory Sumito  
200910083**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Christian Diego Aleksander Victory Sumito  
NPM : 200910083  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

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

**“PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, KUALITAS INFORMASI, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAAN APLIKASI GOJEK DI KOTA BATAM”**

Adalah hasil saya karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam makalah 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 Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh di batalkan, serta diproses sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 19 Januari 2024



**Christian Diego Aleksander Victory Sumito**

200910083

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, KUALITAS INFORMASI,  
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PENGUNAAN APLIKASI GOJEK DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh**

**Christian Diego Alexsander Victory Sumito  
200910083**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 19 Januari 2024**



**Yunisa Oktavia, S.Pd., M.Pd.**

**Pembimbing**



**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Di masa sekarang persaingan antara bisnis semakin meningkat, berbagai perusahaan saling berlomba-lomba untuk meningkatkan produktivitas perusahaannya, agar perusahaan dapat lebih maju. Dengan adanya loyalitas, dapat membantu perusahaan dalam mencapai kelayakan konsumen untuk meningkatkan hubungan yang baik antar perusahaan dengan konsumen. Maraknya perkembangan bisnis di bidang jasa transportasi yang beragam dapat menimbulkan tingginya tingkat persaingan antar bisnis. Tentu setiap perusahaan memiliki strategi masing-masing untuk memasarkan produk dan bisnisnya, secara kreatif dan inovatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh persepsi konsumen, kualitas informasi, dan nilai pelanggan terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Gojek di Kota Batam. Sampel sebanyak 100 responden menggunakan rumus slovin sebagai teknik pengambilan sampel. Jenis penelitian yang digunakan kuantitatif dengan skala likert. Hasil yang diperoleh dari uji T adalah persepsi konsumen berpengaruh signifikan dengan nilai  $t$  hitung  $2,396 > t$  tabel  $1,984984$  dan nilai signifikansi  $0,019 < 0,05$ , kualitas informasi berpengaruh signifikan dengan nilai  $t$  hitung  $2,061 > t$  tabel  $1,984984$  dan nilai signifikansi  $0,042 < 0,05$ , dan nilai pelanggan berpengaruh signifikan dengan nilai  $t$  hitung  $14,710 > t$  tabel  $1,984984$  dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Gojek di Kota Batam. Dan uji F diperoleh secara signifikan persepsi konsumen, kualitas informasi dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Gojek di Kota Batam dengan nilai  $f$  hitung  $238,337 > f$  tabel  $2,698398$  dan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** Kualitas Informasi, Loyalitas, Nilai Pelanggan, dan Persepsi Konsumen

## **ABSTRACT**

*Nowadays, competition between businesses is increasing, various companies are competing with each other to increase the productivity of their companies, so that the company can be more advanced. With loyalty, it can help companies achieve consumer loyalty to improve good relations between companies and consumers. The rise of business development in the field of various transportation services can lead to a high level of competition between businesses. Of course, each company has its own strategy to market its products and business, creatively and innovatively. The purpose of this study was to explain the effect of consumer perceptions, information quality, and customer value on the loyalty of using the Gojek application in Batam City. A sample of 100 respondents using the slovin formula as a sampling technique. The type of research used is quantitative with a Likert scale. The results obtained from the T test are that consumer perceptions have a significant effect with a t value of  $2.396 > t \text{ table } 1.984984$  and a significance value of  $0.019 < 0.05$ , information quality has a significant effect with a t value of  $2.061 > t \text{ table } 1.984984$  and a significance value of  $0.042 < 0.05$ , and customer value has a significant effect with a t value of  $14.710 > t \text{ table } 1.984984$  and a significance value of  $0.001 < 0.05$  on the loyalty of using the Gojek application in Batam City. And the F test is obtained significantly consumer perceptions, information quality and customer value affect the loyalty of using the Gojek application in Batam City with a value of  $f \text{ count } 238,337 > f \text{ table } 2,698398$  and a significance level of  $0.001 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Consumer Perceptions, Customer Value, Information Quality, and Loyalty.*

## KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia'Nya, 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. Karna itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takakan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari beberapa pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Assoc.Prof.Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom.,M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrail Rorong, S.T., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen
4. Ibu Yunisa Oktavia, S.Pd., M.Pd. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan staf Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang selalu menyemangati dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada seluruh teman-teman penulis yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi.
8. Para responden yang turut berpartisipasi.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya. Amin

Batam, 19 Januari 2024



Penulis,  
Christian Diego Aleksander Victory Sumito





**Universitas Putera Batam**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	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 Secara teoritis.....	10
1.6.2 Secara praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Persepsi Konsumen.....	12
2.1.2 Kualitas Informasi.....	14
2.1.3 Nilai Pelanggan .....	15
2.1.4 Loyalitas Pelanggan .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran .....	22
2.3.1 Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi Gojek.....	22
2.3.2 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi Gojek.....	23
2.3.3 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi Gojek .....	23
2.4 Hipotesis.....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	25
3.1 Jenis Penelitian .....	25
3.2 Sifat Penelitian.....	26
3.3 Lokasi, Periode Penelitian dan Jadwal Penelitian .....	26
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	26
3.3.2 Periode Penelitian .....	26
3.4 Populasi dan Sampel.....	27
3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2 Sampel.....	27
3.5 Sumber Data .....	29
3.6 Alat Pengumpulan Data.....	29

3.7	Definisi Oprasional Variabel.....	30
3.8	Metode Analisis Data .....	32
3.8.1	Analisis Deskriptif .....	32
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	33
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.4	Uji Pengaruh .....	36
3.9	Uji Hipotesis.....	37
3.9.1	Uji T (Parsial) .....	37
3.9.2	Uji F (Simultan) .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>39</b>
4.1	Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	39
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden .....	40
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	41
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	41
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Status .....	42
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.2.6	Profil Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Aplikasi .....	43
4.2.7	Profil Responden Berdasarkan Kecamatan.....	44
4.3	Deskripsi Jawaban Responden .....	45
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Konsumen (X1).....	45
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Informasi (X2) .....	46
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Nilai Pelanggan (X3) .....	47
4.3.4	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas (Y) .....	47
4.4	Analisis Data .....	48
4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	48
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	51
4.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	52
4.5	Hasil Uji Hipotesis .....	55
4.5.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	55
4.5.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	57
4.5.3	Uji T (Parsial) .....	57
4.5.4	Hasil Uji F (Simultan).....	59
4.6	Pembahasan .....	60
4.6.1	Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Loyalitas .....	60
4.6.2	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Loyalitas.....	60
4.6.3	Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas .....	61
4.6.4	Pengaruh Persepsi Konsumen, Kualitas Informasi, dan Nilai .....	61
4.7	Implikasi Hasil Penelitian.....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>63</b>
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian		

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Tingkat Penggunaan Layanan Transportasi <i>Online</i> .....	3
<b>Gambar 1.2</b> Kompleksitas Berdasarkan Persepsi Konsumen.....	4
<b>Gambar 1.3</b> Kompleksitas Berdasarkan Kualitas Informasi.....	5
<b>Gambar 1.4</b> Kompleksitas Berdasarkan Nilai Pelanggan.....	6
<b>Gambar 1.5</b> Kompleksitas Berdasarkan Loyalitas.....	7
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	23
<b>Gambar 3.1</b> Data Populasi Masyarakat Kota Batam .....	27
<b>Gambar 4.1</b> Logo Gojek.....	40
<b>Gambar 4.2</b> Diagram Histogram .....	52
<b>Gambar 4.3</b> Kolmogorov-Smirnov <i>Test</i> .....	52
<b>Gambar 4.4</b> Normal p-p Plot .....	53
<b>Gambar 4.5</b> <i>Scatterplot</i> .....	53

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Jenis Produk PT Gojek.....	2
<b>Tabel 1.2</b> Jasa Transportasi <i>Online</i> Paling Sering Digunakan .....	7
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	18
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....	26
<b>Tabel 3.2</b> Skala <i>Likert</i> .....	29
<b>Tabel 3.3</b> Oprasional Variabel .....	30
<b>Tabel 3.4</b> Kuesioner Skala <i>Likert</i> .....	31
<b>Tabel 3.5</b> Rentang Skala.....	32
<b>Tabel 3.6</b> Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R.....	34
<b>Tabel 4.1</b> Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
<b>Tabel 4.2</b> Data Responden Berdasarkan Usia .....	41
<b>Tabel 4.3</b> Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	41
<b>Tabel 4.4</b> Data Responden Berdasarkan Status.....	42
<b>Tabel 4.5</b> Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
<b>Tabel 4.6</b> Data Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	43
<b>Tabel 4.7</b> Data Responden Berdasarkan Kecamatan.....	44
<b>Tabel 4.8</b> Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Persepsi Konsumen .....	45
<b>Tabel 4.9</b> Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Informasi.....	46
<b>Tabel 4.10</b> Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Nilai Pelanggan ..	47
<b>Tabel 4.11</b> Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Loyalitas.....	48
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Validitas Persepsi Konsumen (X1).....	49
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi (X2) .....	49
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Validitas Nilai Pelanggan (X3).....	50
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Validitas Loyalitas (Y) .....	50
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	51
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji Dari Analisis Regresi Linear Berganda .....	55
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	57
<b>Tabel 4.20</b> Hasil Uji T.....	58
<b>Tabel 4.21</b> Hasil Uji F .....	59

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Rumus Slovin.....	28
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	32
<b>Rumus 3.3</b> <i>Pearson Product Moment</i> .....	33
<b>Rumus 3.4</b> <i>Cronbach Alpha</i> 35.....	34
<b>Rumus 3.5</b> Hitung Nilai VIF .....	35
<b>Rumus 3.6</b> Hitung Nilai TOL .....	36
<b>Rumus 3.7</b> Regresi Linear Berganda .....	36
<b>Rumus 3.8</b> Koefisien Determinasi .....	37
<b>Rumus 3.9</b> Uji T.....	37
<b>Rumus 3.10</b> Uji F .....	38