

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA GOJEK DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Ut Handayani
160910423**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA GOJEK DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Ut Handayani
160910423**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Uut Handayani
NPM : 160910423
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “ Skripsi ” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keuasan Pelanggan Pengguna Gojek Di Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam 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, 08 Januari 2021
Yang membuat pernyataan,



Uut Handayani
160910423

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA GOJEK DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Ut Handayani
160910423**

**Telah disetujui oleh pembimbing
Pada tanggal yang tertera di bawah ini**

Batam, 26 Januari 2021



Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepercayaan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada pengguna Gojek di Kota Batam. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini untuk mengumpulkan data adalah kuesioner dengan jumlah responden 394 orang. Dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji kualitas data, analisis regresi linier berganda dan pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk bereksperimen dengan uji asumsi klasik dan untuk menguji pengaruhnya, sedangkan pengujian uji t dan uji F untuk menguji hipotesis dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25. Hasil dari pengujian koefisien determinasi dari Adjusted (R^2) menunjukkan bahwa citra merek, kepercayaan dan nilai pelanggan berpengaruh 12% terhadap Kepuasan pelanggan. Sedangkan citra merek (X_1) berpengaruh 14,7% terhadap kepuasan pelanggan (Y), kepercayaan (X_2) berpengaruh 19,3% terhadap kepuasan pelanggan, dan nilai pelanggan (X_3) berpengaruh 31% terhadap kepuasan pelanggan dari hasil uji regresi linier berganda. Dari hasil uji t dan uji F dapat disimpulkan bahwa citra merek (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan (X_2) berpengaruh secara parsial signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun nilai pelanggan (X_3) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan citra merek, kepercayaan dan nilai pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Gojek di Kota Batam.

Kata Kunci : Citra Merek; Kepercayaan; Nilai Pelanggan; Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of brand image, trust and customer value on customer Satisfaction simultaneously on Gojek user in Batam City. The used instrument to collect data was a questionnaire, respondents 394 people. By using validity and reliability tests to test data quality, linear analysis and determination coefficients are used to experiment with classical assumptions and to test their effects, while using t tests and F tests to test hypotheses using of SPSS version 25. The coefficient determination results from Adjusted (R^2) shows that brand image, trust and customer value, affect 12% of on customer Satisfaction. Meanwhile it show that brand image has an effects 14,7% on cutomer satisfaction, Trust has an effects of 19,3% on customer satisfaction, and customer value has an effects 31% on customer satisfaction from result multiple linear regression test. The result of the t test and f test, it show concluded that the brand image has partially significant effect on customer satisfaction, trust has partially significant effect on customer satisfaction, but customer value has no partially significant effect on customer satisfaction, and brand image, trust and customer value has a signficant simultaneous effect on customer satisfaction on Gojek user in Batam City.

Keywords: *Brand Image; Trust; Customer Value; Customer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra 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 tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si
2. Dekan Fakultas ilmu social dan humaniora Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si.
3. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Mauli Siagian, S.Kom., M.Si
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. Selaku pembimbing skripsi yang sudah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini;
5. Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis;
6. Kedua orang tua yang sudah memberikan nasihat, doa, serta dukungan kepada penulis;
7. Teman-teman seperjuangan yang sudah memberikan masukan dan semangat dalam penulisan skripsi;
8. Para responden yang telah berpartisipasi dan membrikan dukungan kepada penulis;
9. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 22 Januari 2021



Uut Handayani
160910423



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR RUMUS | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 13 |
| 1.3 Batasan Masalah | 14 |
| 1.4 Rumusan Masalah..... | 15 |
| 1.5 Tujuan Penelitian..... | 15 |
| 1.6 Manfaat Penelitian..... | 16 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 18 |
| 2.1 Teori Dasar..... | 18 |
| 2.1.1 Merek (<i>Brand</i>)..... | 18 |
| 2.1.1.1 Pengertian Merek (<i>Brand</i>) | 18 |
| 2.1.1.2 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)..... | 19 |
| 2.1.1.3 Tujuan Citra Merek | 20 |
| 2.1.1.4 Indikator Citra Merek..... | 21 |
| 2.1.2 Kepercayaan..... | 21 |
| 2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan..... | 21 |
| 2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Membentuk Kepercayaan..... | 23 |
| 2.1.2.3 Manfaat Kepercayaan..... | 24 |
| 2.1.2.4 Indikator Kepercayaan | 24 |
| 2.1.3 Nilai Pelanggan | 25 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.3.1 Pengertian Nilai Pelanggan | 25 |
| 2.1.3.2 Dimensi Nilai Pelanggan | 26 |
| 2.1.3.3 Faktor-Faktor <i>Customer Value</i> (Nilai Pelanggan) | 27 |
| 2.1.3.4 Indikator Nilai Pelanggan | 28 |
| 2.1.4 Kepuasan Pelanggan..... | 28 |
| 2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan | 28 |
| 2.1.4.2 Kriteria Mengukur Kepuasan Pelanggan | 29 |
| 2.1.4.3 Indikator Kepuasan Pelanggan..... | 31 |
| 2.2 Peneliti Terdahulu | 31 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 36 |
| 2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 37 |
| 2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 37 |
| 2.3.3 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 38 |
| 2.3.4 Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 39 |
| 2.4 Hipotesis..... | 39 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 41 |
| 3.1 Desain Penelitian..... | 41 |
| 3.2 Operasional Variabel..... | 41 |
| 3.2.1 Variabel Independen Atau Variabel Bebas | 42 |
| 3.2.2 Variabel Dependen Atau Terikat | 42 |
| 3.3 Populasi Dan Sampel | 44 |
| 3.3.1 Populasi..... | 44 |
| 3.3.2 Sample..... | 44 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 46 |
| 3.4.1 Kuesioner Atau Angket..... | 46 |
| 3.4.2. Alat Pengumpulan Data | 46 |
| 3.5 Teknik Analisis Data..... | 47 |
| 3.5.1 Analisis Deskriptif | 48 |
| 3.5.1.1 Uji Kualitas Data..... | 48 |
| 3.5.2.1 Uji Validitas | 49 |
| 3.5.2.2 Uji Reliabilitas | 50 |
| 3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik..... | 50 |
| 3.5.3.1 Uji Normalitas..... | 50 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 3.5.3.2 | Uji Multikolonieritas | 51 |
| 3.5.3.3 | Uji Heteroskedastisitas | 51 |
| 3.5.4 | Uji Pengaruh | 51 |
| 3.5.4.1 | Uji Regresi Linier Berganda | 51 |
| 3.5.4.2 | Uji Determinasi (R^2) | 52 |
| 3.5.5 | Uji Hipotesis | 53 |
| 3.5.5.1 | Uji Parsial (Uji t) | 53 |
| 3.5.5.2 | Uji Simultan (Uji F) | 54 |
| 3.6 | Lokasi dan Jadwal Penelitian | 55 |
| 3.6.1 | Lokasi Penelitian | 55 |
| 3.6.2 | Jadwal penelitian | 55 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 57 |
| 4.1 | Hasil Penelitian | 57 |
| 4.1.1 | Profil Responden | 57 |
| 4.1.2 | Profil Responden Berdasarkan Usia | 57 |
| 4.1.3 | Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 58 |
| 4.1.4 | Profil Responden Berdasarkan Pendidikan | 59 |
| 4.2 | Hasil Penelitian | 60 |
| 4.2.1 | Analisis Deskriptif | 60 |
| 4.2.1.1 | Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X_1) | 61 |
| 4.2.1.2 | Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan (X_2) | 62 |
| 4.2.1.3 | Analisis Deskriptif Variabel Nilai Pelanggan (X_3) | 64 |
| 4.2.1.4 | Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) | 65 |
| 4.2.2 | Hasil Uji Kualitas Data | 67 |
| 4.2.1 | Hasil Uji Validitas Data | 67 |
| 4.2.2 | Hasil Uji Reliabilitas | 68 |
| 4.2.3 | Hasil Uji Asumsi Klasik | 69 |
| 4.2.3.1 | Hasil Uji Normalitas | 69 |
| 4.2.3.2 | Hasil Uji Multikolonieritas | 71 |
| 4.2.3.3 | Hasil Uji Heteroskedastisitas | 72 |
| 4.2.4 | Uji Pengaruh | 73 |
| 4.2.4.1 | Uji Analisis Regresi Linear Berganda | 73 |
| 4.2.4.2 | Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2) | 75 |
| 4.2.4.3 | Hasil Uji t (Parsial) | 76 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 4.2.4.4 | Hasil Uji F (Simultan)..... | 77 |
| 4.3 | Pembahasan..... | 79 |
| 4.3.1 | Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan | 79 |
| 4.3.2 | Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 80 |
| 4.3.3 | Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 81 |
| 4.3.4 | Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 81 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 83 |
| 5.1 | Kesimpulan | 83 |
| 5.2 | Saran | 84 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 87 |

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 4. Hasil Turnitin

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 1.1 Gojek Hadir Di Batam..... | 5 |
| Gambar 1.2 Layanan Produk Dan Fasilitas Aplikasi Gojek | 6 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 39 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Data Histogram..... | 69 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data P-Plot..... | 70 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 1.1 Daftar Standar Mutu Laynan Gojek | 7 |
| Tabel 1.2 Data Perkembangan Gojek dan Grab..... | 8 |
| Tabel 1.3 Data Penghargaan Merek Untuk Jasa Transportasi <i>online</i> | 9 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel..... | 42 |
| Tabel 3.2 Jadwal Penelitian..... | 56 |
| Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia | 57 |
| Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 58 |
| Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan. | 59 |
| Tabel 4.4 Kriteria Analisis Deskriptif..... | 60 |
| Tabel 4.5 Variabel Citra Merek (X_1)..... | 61 |
| Tabel 4.6 Variabel Kepercayaan (X_2)..... | 62 |
| Tabel 4.7 Variabel Nilai Pelanggan (X_3) | 64 |
| Tabel 4.8 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)..... | 66 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas..... | 67 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas..... | 69 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov | 71 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas..... | 72 |
| Tabel 4.13 Hasil Heteroskedastisitas | 73 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 73 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 75 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial | 77 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan..... | 78 |

DAFTAR RUMUS

| | Halaman |
|--|---------|
| Rumus 3.1 Rumus Slovin..... | 45 |
| Rumus 3.2 Korelasi <i>Product Moment</i> | 49 |
| Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda | 52 |
| Rumus 3.4 t Hitung..... | 53 |
| Rumus 3.5 F Hitung..... | 54 |