

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
GRAB DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Dina Lorenza
190910325**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
GRAB DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Dina Lorenza
190910325**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Dina Lorenza

NPM : 190910325

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab 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, 24 Januari 2025



Dina Lorenza
190910325

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
GRAB DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Dina Lorenza
190910325**

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

Batam, 24 Januari 2025



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



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Grab di Kota Batam. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Populasi yang diteliti meliputi pelanggan Grab yang menggunakan layanan di Kota Batam pada tahun 2024, meskipun jumlah pastinya belum diketahui. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan rumus *Lameshow*, menghasilkan 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data melibatkan uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis pengaruh, dan pengujian hipotesis. Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa citra merek berkontribusi sebesar 21,5% terhadap loyalitas pelanggan, sementara kepercayaan berpengaruh sebesar 33,4%, dan kepuasan memiliki kontribusi terbesar yaitu 15,4%. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 73,8% variasi dalam loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh citra merek, kepercayaan, dan kepuasan. Uji t dan uji F mendukung hasil tersebut, yang mengindikasikan bahwa citra merek, kepercayaan, dan kepuasan secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, trust, and satisfaction on Grab customer loyalty in Batam City. The approach used in this study is quantitative descriptive. The population studied includes Grab customers who use services in Batam City in 2024, although the exact number is not yet known. The sampling technique was carried out using the Lameshow formula, resulting in 100 respondents selected using a purposive sampling technique. Data analysis involved data quality testing, classical assumption testing, influence analysis, and hypothesis testing. The results of multiple linear regression showed that brand image contributed 21.5% to customer loyalty, while trust influenced 33.4%, and satisfaction contributed the largest, namely 15.4%. The coefficient of determination (R^2) showed that 73.8% of the variation in customer loyalty could be explained by brand image, trust, and satisfaction. The t -test and F -test support these results, indicating that brand image, trust, and satisfaction simultaneously and partially have a positive and significant influence on customer loyalty.

Keywords: Brand Image, Customer Loyalty, Satisfaction, Trust.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud 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 Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 24 Januari 2025



Dina Lorenza



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Secara Teoritis	10
1.6.2 Secara Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Citra merek	13
2.1.1.1 Pengertian Citra merek	13
2.1.1.2 Faktor Citra merek	14
2.1.1.3 Indikator Citra merek	16
2.1.2 Kepercayaan	18
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan	18
2.1.2.2 Faktor Kepercayaan	19
2.1.2.3 Indikator Kepercayaan	21
2.1.3 Kepuasan	22
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan	22
2.1.3.2 Faktor Kepuasan	23
2.1.3.3 Indikator Kepuasan	26
2.1.4 Loyalitas pelanggan	27
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas pelanggan	27
2.1.4.2 Faktor Loyalitas pelanggan	28
2.1.4.3 Indikator Loyalitas pelanggan	32
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran	38
2.3.1 Pengaruh Citra merek Terhadap Loyalitas pelanggan	38
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas pelanggan	38
2.3.3 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas pelanggan	39

2.4	Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	41
3.2	Sifat Penelitian	41
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	42
3.3.1	Lokasi Penelitian	42
3.3.2	Periode Penelitian.....	42
3.4	Populasi dan Sampel	43
3.4.1	Populasi	43
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	43
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	44
3.5	Sumber Data.....	45
3.6	Metode Pengumpulan Data	46
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	47
3.7.1	Variabel Independen (X).....	47
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	48
3.8	Metode Analisis Data	49
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	49
3.8.2	Uji Kualitas Data	51
3.8.2.1	Uji Validitas	51
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	52
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	53
3.8.3.1	Uji Normalitas	53
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	54
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	55
3.8.4	Uji Pengaruh.....	56
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	57
3.9	Uji Hipotesis.....	58
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	58
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	63
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	65
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	66
4.3.1	Deskriptif Citra Merek (X1).....	67
4.3.2	Deskriptif Kepercayaan (X2)	68
4.3.3	Deskriptif Kepuasan (X3)	69
4.3.4	Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y).....	70
4.4	Analisis Data	71
4.4.1	Uji Kualitas Data	71
4.4.1.1	Uji Validitas	71

4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	74
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	75
4.4.2.1 Uji Normalitas	75
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	78
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	79
4.4.3 Uji Pengaruh.....	80
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	82
4.5 Pengujian Hipotesis.....	83
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	83
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	84
4.6 Pembahasan.....	85
4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	85
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	86
4.6.3 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	87
4.6.4 Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	88
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	89
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	91
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	94
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Keluhan Pengguna Grab Terkait Kepercayaan.....	4
Gambar 1.2 Keluhan Pengguna Grab Terkait Kepuasan.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	76
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Diagram <i>Normal P-P Plot</i>	77
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Kategori Jasa Transportasi <i>Online</i>	3
Tabel 1.2 Layanan Ojek <i>Online</i> Pilihan Masyarakat Indonesia 2023.....	7
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	42
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner.....	47
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	50
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	66
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	66
Tabel 4.6 Deskriptif Citra Merek	67
Tabel 4.7 Deskriptif Kepercayaan.....	68
Tabel 4.8 Deskriptif Kepuasan.....	69
Tabel 4.9 Deskriptif Loyalitas Pelanggan	70
Tabel 4.10 Uji Validitas Citra Merek (X1)	72
Tabel 4.11 Uji Validitas Kepercayaan (X2)	72
Tabel 4.12 Uji Validitas Kepuasan (X3).....	73
Tabel 4.13 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	74
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	78
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	81
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	82
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	83
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan).....	85

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Lamshow</i>	44
Rumus 3.2 Rentang Skala	50
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	51
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	53
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	57
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	58
Rumus 3.7 Uji t	59
Rumus 3.8 Uji f	60