

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI UNIVERSITAS KRISTEN  
INDONESIA, JAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen (S.M) Pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Kristen Indonesia

Oleh :

**JHON CHAVIN DIAZ**

1631150033



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA  
2021**



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : John Chavin Diaz  
NIM : 1631150033  
Program Studi : S1-Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang berjudul “PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA, JAKARTA” adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis ilmiah yang sudah di publikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini di anggap batal.

Jakarta, 16 Agustus 2021

  


(John Chavin Diaz)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN GOJEK DI UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA, JAKARTA

Oleh :

Nama : Jhon Chavin Diaz  
NIM : 1631150033  
Program Studi : Manajemen S-1  
Peminatan : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 20 Agustus 2021

Menyetujui :

Pembimbing I

Carolina F Sembiring,S.E.,M.M

NIDN/NIDK 0316077002

Pembimbing II

Juaniva Sidharta,S.E.,M.Si

NIDN/NIDK 0326067006

Ketua Program Studi Manajemen

  
Johnny Siagian,S.E.,MMA

NIDN/NIDK 0301086104

Dekan

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA  
Juaniva Sidharta,S.E.,M.Si  
NIDN/NIDK 0326067006



# UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

### PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada tanggal 20 Agustus 2021 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian besar persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.

Nama : Jhon Chavin Diaz

NIM : 1631150033

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek di Universitas Kristen Indonesia, Jakarta” oleh tim penguji yang terdiri dari :

Nama Penguji

Jabatan

Tanda Tangan

1. Sautman Sinaga.,SE.,M.M (Ketua)

2. Fenny B.N.L Tobing,SE.,M.M.A (Anggota)

3. Carolina F Sembiring,SE.,M.M (Anggota)

Jakarta, 20 Agustus 2021



## UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

### Pernyataan dan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : John Chavin Diaz  
NIM : 1631150033  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1- Manajemen  
Jenis Tugas Akhir : SKRIPSI  
Judul :

**“PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP PELANGGAN GOJEK DI UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA, JAKARTA”**

Menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah di publikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan di cantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran hak cipta dan kekayaan intelektual atau peraturan perundang-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 16 Agustus 2021

Yang menyatakan,

(John Chavin Diaz)

## KATA PENGANTAR

Pujian serta ungkapan syukur yang tiada hentinya terucapkan atas berkat kasih serta rahmat-Nya yang Tuhan Yang Maha Esa berikan sehingga skripsi berjudul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Loyalitas pelanggan Gojek di Universitas Kristen Indonesia, Jakarta” ini berhasil terselesaikan. Skripsi ini menjadi salah satu syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Indonesia.

Penulis sadar jika tanpa dukungan, bimbingan, arahan, serta bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tak mampu diselesaikan. Maka dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengutarakan ungkapan rasa terima kasih pada:

1. Ibu Juaniva Sidharta, SE, Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia. Dan juga sebagai dosen pembimbing teknis skripsi yang sudah bersedia meluangkan waktunya dalam mengarahkan juga membimbing skripsi ini sehingga bisa terselesaikan dengan begitu baik
2. Bapak Johnny Siagian, SE.,MMA. sebagai Ketua Program Studi Manajemen Universitas Kristen Indonesia yang juga merupakan dosen pembimbing akademik penulis
3. Ibu Carolina F. Sembiring, SE.,MM selaku dosen pembimbing materi yang dengan kesediaannya meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya dalam membimbing, memperhatikan, mengkritik, serta menyarankan suatu hal yang amat berharga dengan penuh kesabaran serta kesungguhan hati sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik.

4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia yang dengan tulusnya berbagi ilmu dan pengalaman hidup.
5. Kepada orang tua saya senantiasa mendoakan serta menyemangati didalam proses penyelesaian skripsi, dan juga ikut mendukung dalam hal materil guna keberhasilan penulisan skripsi.
6. Seluruh karyawan yang sudah memberikan bantuannya pada penulis sehingga mempermudah dalam proses administrasi di Universitas Kristen indonesia
7. Teman teman seperjuangan dari awal masuk perkuliahan sampai sekarang yang selalu menemani dalam suka dan duka

Kata terakhir, penulis sadar jika skripsi ini jauh sekali dari kesempurnaan dikarenakan penulis hanya seorang manusia biasa yang di dalamnya tak luput salah dan khilaf serta hanya padaNya lah peneliti memohon ampunan. Harapannya skripsi ini bisa memberikan manfaat untuk seluruh kalangan. Atas seluruh kebaikan serta kasih sayang yang telah peneliti terima hingga detik ini, semoga Tuhan memberikan balasan atas kebaikan itu semua.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
RINGKASAN .....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Batasan Masalah .....	3
D. Tujuan Penelitian .....	3
E. Manfaat Penelitian .....	3
F. Sistematika Penulisan .....	4
BAB II URAIAN TEORETIS	
A. PEMASARAN	
1. Definisi Pemasaran .....	6
2. Strategi Pemasaran .....	6
3. Bauran Pemasaran .....	7
B. PRODUK	

1. Definisi Produk .....	7
2. Atribut Produk.....	8
C. HARGA	
1. Pengartian Harga.....	10
2. Peranan Harga .....	11
3. Indikator Harga .....	12
4. Strategi Penetapan Harga .....	12
5. Metode Penetapan Harga .....	13
6. Tujuan Penetapan Harga .....	13
D. PROMOSI	
1. Pengertian Promosi .....	14
2. Bauran Promosi.....	15
3. Fungsi Promosi .....	16
4. Tujuan Promosi .....	17
E. MEREK	
1. Pengertian Merek .....	17
F. CITRA MEREK	
1. Pengertian Citra Merek .....	17
2. Faktor Terbentuknya Citra Merek .....	18
3. Menciptakan Kelebihan Citra Merek.....	19
G. LOYALITAS PELANGGAN	
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	20

2. Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	20
3. Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	22
4. Indikator Loyalitas Pelanggan .....	22
<b>H. PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN</b>	
.....	22
<b>I. PENELITIAN TERDAHULU .....</b>	<b>23</b>
<b>J. KERANGKA KONSEPTUAL.....</b>	<b>23</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
<b>A. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
<b>B. JENIS PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
<b>C. SUMBER DAN JENIS DATA.....</b>	<b>25</b>
<b>D. METODE PENGUMPULAN DATA.....</b>	<b>26</b>
<b>E. POPULASI DAN SAMPEL</b>	
1. Populasi .....	26
2. Sampel.....	26
<b>F. DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL</b>	
1. Definisi Operasional .....	27
2. Pengukuran Variabel.....	28
<b>G. ANALISIS DATA</b>	
1. Uji Validitas .....	29
2. Uji Reliabilitas .....	29
3. Analisis Deskriptif .....	30
4. Uji Asumsi Klasik.....	30

5. Uji Normalitas.....	31
6. Uji Multikolinearitas .....	31
7. Uji Heterokedastitas.....	31

#### H. UJI HIPOTESIS

1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	32
3. Uji t .....	32
4. Uji F .....	33

### BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN

#### A. DESKRIPSI UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Profil Perusahaan .....	35
2.Visi dan Misi.....	35

#### B. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Jenis Kelamin Responden .....	36
2. Asal Fakultas Responden.....	37
3. Angkatan Responden .....	37

#### C. ANALISIS DATA

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
2. Hasil Analisis Deskriptif.....	41
3. Uji Asumsi Klasik .....	44
4. Uji Hipotesis .....	48
5. Koefisien Determinasi.....	52

<b>D. PENGARUH VARIABEL HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK TERHADAP</b>	
<b>LOYALITAS MAHASISWA PENGGUNA GOJEK DI UKI JAKARTA</b>	
1. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Mahasiswa Pengguna Gojek di UKI Jakarta	..... 52
2. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Mahasiswa Pengguna Gojek di UKI Jakarta	..... 53
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Mahasiswa Pengguna Gojek di UKI Jakarta	..... 53
4. Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek terhadap Loyalitas Mahasiswa Pengguna Gojek di UKI Jakarta .....	53
<b>BAB V PENTUP</b>	
A. Simpulan .....	54
B. Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	56
<b>LAMPIRAN</b> .....	58

## DAFTAR TABEL

TABEL III-1 OPERASIONAL VARIABEL .....	27
TABEL III-2 SKOR JAWABAN RESPONDEN.....	28
TABEL IV-1JENIS KELAMIN RESPONDEN.....	36
TABEL IV-2 ASAL FAKULTAS RESPONDEN .....	37
TABEL IV-3 ANGKATAN RESPONDEN .....	37
TABEL IV-4 HASIL UJI VALIDITAS HARGA.....	39
TABEL IV-5 HASIL UJI VALIDITAS PROMOSI .....	39
TABEL IV-6 HASIL UJI VALIDITAS CITRA MEREK .....	39
TABEL IV-7 HASIL UJI VALIDITAS LOYALITAS PELANGGAN .....	40
TABEL IV-8 HASIL UJI RELIABILITAS .....	41
TABEL IV-9 DESKRIPTIF VARIABEL HARGA.....	41
TABEL IV-10 DESKRIPTIF VARIABEL PROMOSI .....	42
TABEL IV-11 DESKIPTIF VARIABEL CITRA MEREK .....	43
TABEL 1V-12 DESKRIPTIF VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN....	44
TABEL IV-13 HASIL UJI NORMALITAS .....	44
TABEL IV-14 HASIL UJI MULTIKOLONEARITAS .....	45
TABEL IV-15 HASIL UJI HETEROSKEDASTITAS.....	46
TABEL IV-16 HASIL UJI AUTOKORELASI.....	46
TABEL IV-17 HASIL UJI AUTOKORELASI DENGAN RUN TEST.....	48
TABEL IV-18 HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA .....	48
TABEL IV-19 HASIL UJI F .....	50
TABEL IV-20 HASIL UJI t .....	51

TABEL IV-21 KOEFISIEN DETERMINASI .....	52
---	----

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR II KERANGKA KONSEPTUAL.....	24
------------------------------------	----



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan *Gojek* di Universitas Kristen Indonesia, Jakarta. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan kuesioner yang diisi oleh responden yaitu Mahasiswa UKI Jakarta yang telah menggunakan jasa transportasi *Gojek* minimal 3 kali selama 3 bulan terakhir dengan rata-rata penggunaan 1 kali perbulan. Pengambilan sampel sebanyak 40 responden dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari harga, promosi, dan citra merek, sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pelanggan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji F, dan koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) tidak ada pengaruh harga pada loyalitas mahasiswa pengguna *Gojek* di UKI. (2) tidak ada pengaruh promosi pada loyalitas mahasiswa pengguna *Gojek* di UKI. (3) ada pengaruh citra merek pada loyalitas mahasiswa pengguna *Gojek* di UKI. (4) terdapatnya pengaruh dari harga, promosi, citra merek terhadap loyalitas mahasiswa pengguna *Gojek* di UKI. Besarnya pengaruh harga, promosi, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan adalah 68,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Saran pada penelitian ini bagi pihak *Gojek* diharapkan dapat terus meningkatkan citra merek dengan memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan harapan konsumen dan untuk harga serta promosi kedepannya diharapkan dapat menjadi perhatian *Gojek*.

**Kata Kunci:** Harga, Promosi, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of price, promotion, and brand image on Gojek customer loyalty at the Indonesian Christian University, Jakarta. The data collection method in this study was a questionnaire filled out by respondents, namely UKI Jakarta students who had used Gojek transportation services at least 3 times during the last 3 months with an average use of 1 time per month. Sampling of 40 respondents in this study using purposive sampling method. The independent variables in this study consisted of price, promotion, and brand image, while the dependent variable was customer loyalty. The analysis used in this research includes validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing which includes t test, F test, and coefficient of determination ( $R^2$ ).*

*The results of this study indicate that: (1) there is no effect of price on the loyalty of students using Gojek at UKI. (2) there is no effect of promotion on the loyalty of Gojek users at UKI. (3) there is an influence of brand image on student loyalty of Gojek users at UKI. (4) there is an influence of price, promotion, brand image on the loyalty of Gojek users at UKI. The magnitude of the influence of price, promotion, and brand image on customer loyalty is 68.3% and the rest is influenced by other variables not included in this research. Suggestions in this research for Gojek are expected to continue to improve brand image by providing quality services that are in accordance with consumer expectations and for prices and future promotions, it is hoped that Gojek will pay attention.*

**Keywords:** Price, Promotion, Brand Image, Customer Loyalty