

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MENGUNAKAN JASA TRANSPORTASI OJEK
ONLINE (GO-RIDE)**

SKRIPSI

NOVRIA DEWI YANTI

21187000531



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MENGUNAKAN JASA TRANSPORTASI OJEK
ONLINE (GO-RIDE)**

SKRIPSI

**NOVRIA DEWI YANTI
21187000531**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI
SEBAGAIAN PERSYARATAN MENAJADI SARJANA
MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (GO-RIDE)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Strata-I Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi atau plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di Lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 15 Agustus 2020
Yang membuat pernyataan



NPM 211870005

PERSETUJUAN PEMBIMBING

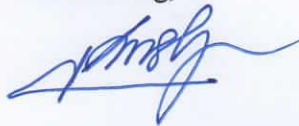
Skripsi dengan judul :

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
TRANSPORTASI OJEK ONLINE (GO-RIDE)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi Strata-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs. Krishna Kamil, SE., MBA., CA.,CPA dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

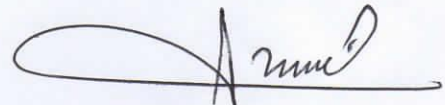
Jakarta, 10 Oktober 2020

Menyetujui
Pembimbing,



Drs. Krishna Kamil, SE., MBA., CA.,
CPA

Kepala Program Studi S-1
Manajemen



Drs. Sumitro, M.sc

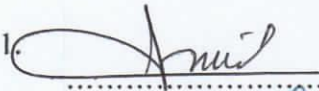
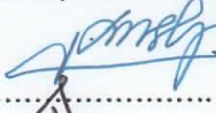
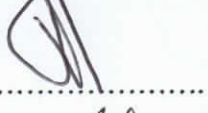

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI
OJEK ONLINE (GO-RIDE)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 10 September 2020 dengan nilaiB.....

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Drs. Sumitro, M.sc
.....
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : Drs. Krishna Kamil, SE., MBA., CA., CPA
.....
(Pembimbing)
3.  : Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc
.....
(Penguji 1)
4.  : M. Ramaditya, BBA., MBA
.....
(Penguji 2)

KATA PENGANTAR



Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, Zat yang Maha Agung, Maha Mulia, Maha Mengetahui dan berkat kebersaran-Nya yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya kepada peneliti, sehingga dengan ijin dan ridho-Nya serta disertai kerja keras, Alhamdulillah akhirnya Skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar walaupun melalui proses perjalanan yang sangat panjang dan berliku-liku sehingga banyak menyita waktu yang cukup lama. Skripsi ini peneliti ajukan guna memenuhi sebagian salah satu syarat untuk memperoleh gelar akademik Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Strata Satu (S1) Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), dengan mengambil topik penelitian PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (GO-RIDE).

Terlepas dari hal itu semua, peneliti menyadari bahwa Skripsi ini dapat dikatakan masih jauh dari pada kata sempurna, bahkan masih banyak kekurangannya disana sini, baik ditinjau dari segi sistematika pembahasan, bobot materi, maupun gaya bahasa yang peneliti sajikan. Hal ini semua sehubungan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang peneliti miliki serta factor lainnya yang tidak mungkin peneliti tuangkan di dalam Skripsi ini.

Oleh karena itu secara terbuka, peneliti merasa senang dan berbahagia, serta mengharapkan masukan, kritik dan saran dari berbagai pihak yang tujuannya bersifat membangun untuk melengkapi Skripsi ini. Kritik, masukan dan saran dari berbagai pihak peneliti jadikan sebagai bahan pelajaran dan kajian yang sangat berguna sebagai bekal bagi Peneliti dalam menyelesaikan karya tulis dimasa yang akan datang *minimal* setara dengan Skripsi ini.

Skripsi ini tidak akan terwujud seperti sekarang ini apabila tidak disertai kerjakeras, bantuan, bimbingan dan dorongan baik moral maupun material dari berbagai pihak, untuk itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih dan

penghargaan yang tak terhingga nilainya kepada berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan yang berbahagia dan baik ini, sudah sepantasnya dan sepatutnya Peneliti secara khusus mengucapkan rasa terimakasih dan penghargaan yang tak terhingga nilainya kepada yang terhormat :

- 1) Bapak Drs. Krishna Kamil, SE., MBA., CA., CPA selaku Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, pikirannya dan dengan sabar dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan Skripsi ini, semoga Bapak selalu diberi kesehatan;
- 2) Bapak/Ibu selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga dan saran serta kritikan selama sidang;
- 3) Bapak Drs. Ridwan Manorong, M.Sc, selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta;
- 4) Bapak Drs. Sumitro, M.Sc, selaku kepala program Studi S-1 Manajemen;
- 5) Segenap Dosen pengajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
- 6) Pihak warga RW 06 Kelurahan Cakung Timur yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
- 7) Untuk Dosen pengajar kampus terdahulu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda di Riau yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
- 8) Untuk suami tercinta Brigadir Adi Putra Tanjung, S.H.,M.H. yang telah banyak memberikan perhatian penuh kepada Peneliti, baik secara moral maupun material sehingga memberikan peneliti semangat dalam menyelesaikan skripsi ini;
- 9) Kedua orang tua dan mertua yang telah memberikan doa serta bimbingan kepada penulis;
- 10) Kepada saudaraku dan saudara iparku, kak Nelda, kak Yusnita, kak Watna dewi, kak Patriani, adek Mutia Wulandari, Adek Azza, Kak

Ani, kak Novi dan Putri ardini terimakasih untuk dukunganya, serta saran dan kritikan;

- 11) Sahabat seperjuanganku Devi Komala, Debby, Indah, Devina, Kiki, Nisa dan Wahyu Safitri terimakasih atas dukunganya, saran dan selalu memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini;
- 12) Untuk bhayangkari Reskrim Unit 1 Polres Pelabuhan Tanjung Priok terimakasih atas sarannya kepada peneliti;
- 13) Seluruh teman-teman STEI program Strata Manajemen terimakasih untuk momen kebersamaan yang terbaik selama di STEI;
- 14) Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu;

Penulis menyadari menyusun skripsi ini jauh dari kesempurnaan mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pembaca dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 16 Agustus 2020

Peneliti,



Novria Dewi Yanti

NPM 21187000531

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NOVRIA DEWI YANTI
NPM : 21187000531
Program Studi : S-1 MANAJEMEN
Jenis Karya : SKRIPSI

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-Exclusif Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
TRANSPORTASI ONLINE (GO-RIDE)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 16 Agustus 2020

Yang Menyatakan



Novria Dewi Yanti

<p>Novria Dewi Yanti NPM : 21187000531 Program Studi S-1 Manajemen</p>	<p>Dosen Pembimbing : Drs. Krishna Kamil, Ak., MBA., CA., CPA</p>
<p>PEGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE (GO-RIDE)</p>	
<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh daya tarik iklan dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online go-ride. Penelitian ini dilakukan pada Rw 06 kelurahan cakung timur.</p> <p>Pengambilan Sample dengan jumlah 100 responden. Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat asosiatif. Dalam penelitian ini, menggunakan data yang bersifat kuantitatif yang diukur dengan metode berbasis regresi linear berganda yang diukur dengan <i>software SPSS 22</i>.</p> <p>Hasil penelitian membuktikan bahwa, (1) Daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) Daya tarik iklan dan Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi go-ride.</p>	
<p>Kata Kunci : Daya Tarik Iklan, Citra Merek, Keputusan Pembelian</p>	

Novria Dewi Yanti
NPM : 21187000531
Program Studi S-1 Manajemen

Supervisor:
Drs. Krishna Kamil, Ak., MBA., CA., CPA

***THE EFFECT OF ADVERTISE ATTRACTIVINESS AND BRAND IMAGE
TO CONSUMER DECISIONS USE ONLINE TRANSPORTATIONS
SERVICES (GO-RIDE)***

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the attractiveness of advertising and brand image effect the use of transportation services online go-ride. This research was RW 06 sub-district cakung timur.

Sampling with a total of 100 respondents. The research strategy used in this research is associative. In the research, using quantitative data as measured by based on multiple liniear regression as measured by software SPSS 22.

the result of the study prove that, (1) The attractiveness of advertising has a positive and significant effet on purchasing decisions, (2)Brand image has a positive and significant effet on purchasing decisions, (3) Attractiveness of advertising and Brand iamge habe a positive and significant effect on cosumer decisions in using transportation services go-ride.

***Keyword : advertising attractiveness , Brand image, buying
decision***

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAM PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	ix
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. Bauran Pemasaran	10
2.2.2. Bauran Komunikasi Pemasaran	12
2.2.3. Pemasaran Langsung	13

	Halaman
2.2.4. Iklan	14
2.2.5. Daya Tarik Iklan	16
2.2.6. Indikator Daya Tarik Iklan	16
2.2.7. Citra Merek	17
2.2.8. Indikator Citra Merek	17
2.2.9. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Citra Merek	18
2.2.10. Keputusan Pembelian	19
2.2.11. Proses Keputusan Pembelian	19
2.2.12. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	21
2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	23
2.3.1. Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.3. Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4. Pengembangan Hipotesis	25
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	25
BAB III	
METODA PENELITIAN	27
3.1. Strategi dan Metode Penelitian	27
3.2. Populasi dan Sampel	28
3.2.1. Populasi Penelitian	28
3.2.2. Sampel Penelitian	28
3.3. Metode Pengumpulan Data	29
3.4. Operasionalisasi Variabel	30
3.4.1. Skala Dan Angka Penafsiran	30
3.4.2. Indikator Dan Sub Indikator Antar Variabel	32
3.5. Metode Analisis Data	33
3.5.1. Pengolahan Data	33

	3.5.2. Penyajian Data	33
	3.5.3. Pengujian Instrumen Penelitian	34
	3.5.4. Analisis Statistik Data	35
	3.5.5. Pengujian Hipotesis	36
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	40
	4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	40
	4.2. Deskripsi Responden	44
	4.2.1. Responden Berdasarkan Karakteristik	44
	4.2.2. Responden Berdasarkan Pilihan Transportasi	45
	4.2.3. Responden Berdasarkan Dalam Seminggu Pemakaian Transportasi	46
	4.2.4. Pengeluaran Transportasi Perhari	47
	4.2.5. Pelanggan Transportasi	48
	4.3. Deskripsi Data	48
	4.4. Analisis Statistik Deskriptif	51
	4.5. Hasil Pengujian Instrumen Peneleitian	51
	4.5.1. Uji Validitas	51
	4.5.2. Uji Realibilitas	53
	4.6. Analisis Statistik Data	55
	4.6.1. Pengujian Hipotesis	59
	4.7. Pembahasan Dan Penemuan	61
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	64
	5.1. Simpulan	64
	5.2. Saran	64
	5.3. Keterbatasan Dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	65
	DAFTAR REFERENSI	67
	LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Jumlah unduhan aplikasi, mitra dan cakupan	3
Tabel 3.1. Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner	31
Tabel 3.2. Variabel, Indikator, Sub Indikator, antar Variabel	32
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Karakteristik	44
Tabel 4.2. Analisis Statistik Deskriptif	51
Tabel 4.3. Validitas Daya Tarik Iklan	52
Tabel 4.4. Validitas Citra Merek	52
Tabel 4.5. Validitas Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.6. Hasil Uji Realibilitas Daya Tarik Iklan	54
Tabel 4.7. Hasil Uji Reabilitas Citra Merek	54
Tabel 4.8. Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.9. Hasil Uji Reabilitas Instrumen	55
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.11. Koefisien Determinasi Berganda Daya Tarik Iklan, Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.12. Hasil Hipotesis Secara Parsiala (uji t)	58
Tabel 4.13. Hasil Hipotesis Secara Parsial (uji t)	60

Tabel 4.14. Hasil Hipotesis Secara Simultan (uji F)	61
Tabel 4.15. Hasil Hipotesis Secara Simultan (uji F)	61

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Keputusan Periklanan Utama	15
Gambar 2.2. Model Konsep Penelitian	26
Gambar 4.1. Iklan yang di Tayangkan	42
Gambar 4.2. Responden Berdasarkan Pilihan Transportasi	46
Gambar 4.3. Responden dalam Seminggu Pemakaian Transportasi	46
Gambar 4.4. Responden Berdasarkan Pengeluaran Transportasi Perhari	47
Gambar 4.5. Responden Berdasarkan Pelanggan Transportasi	48
Gambar 4.6. Diagram Skala Likert Variabel Daya Tarik Iklan	49
Gambar 4.7. Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek	50
Gambar 4.8. Diagram Skala Liket Variabel Keputusan Pembelian	50

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	60
Lampiran 2. Tabulasi Untuk Variabel Daya Tarik Iklan	74
Lampiran 3. Tabulasi Untuk Variabel Citra Merek	77
Lampiran 4. Tabulasi Untuk Variabel Keputusan Pembelian	80
Lampiran 5. Pengolahan Data Uji Validitas Per Variabel Untuk Daya Tarik Iklan	83
Lampiran 6. Pengolahan Data Uji Validitas Per Variabel Untuk Citra Merek	84
Lampiran 7. Pengolahan Data Uji Validitas Per Variabel untuk Keputusan Pembelian	85
Lampiran 8. Hasil Uji Realibilitas Daya Tarik Iklan	86
Lampiran 9. Hasil Uji Realibilitas Citra Merek	86
Lampiran 10. Hasil Uji Realibilitas Keputusan Pembelian	86
Lampiran 11. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	87
Lampiran 12. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan	87
Lampiran 13. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	88
Lampiran 14. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	88
Lampiran 15. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	88
Lampiran 16. Surat Keterangan Riset	89
Lampiran 17. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	90

