

**“Pengaruh Citra Merk, Inovasi , dan Persepsi Harga
Terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK GO-RIDE”
(Studi Kasus Pada Masyarakat RT 015 Palmeriam)**

SKRIPSI

FANNY NURSANG FADILLA

21170000271



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA
2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN**

GOJEK GO –RIDE

**(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT RT 015
PALMERIAM)**

SKRIPSI

FANNY NURSANG FADILLA

21170000271



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

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

JAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN GOJEK GO – RIDE

(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT RT 015 PALMERIAM)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah 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. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta. 15 Juli 2021

FANNY NURSANG FADILLA
NPK : 21170000271

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI, DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAAN PELANGGAN GOJEK GO-RIDE
STUDI KASUS PADA MASYARAKAT RT 015 PALMERIAM**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Irfan Arif Husen S.sos., MM. Dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata1 Manajemen,serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia,Jakarta.

Jakarta, 15 Juli 2021

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1Manajemen



Irfan Arif Husen S.sos., MM

Muhammad Ramaditya BBA, M.sc





HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAAN
PELANGGAN GOJEK GO—RIDE
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT RT 015 PALMERIAM)**

telah diuji dalam sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), pada tanggal 15 JULI 2021 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.
(Kaprodi S-1 Manajemen)
2.  ; Irfan Arif Husen S.sos., MM.
(Pembimbing)
3.  ; Dr. Engkur, S.IP, ME
(Dosen Penguji I)
4.  ; Joko Bagio Santoso, SE., MM.
(Dosen Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya Ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang seharusnya kepada :

1. Bapak Irfan Arif Husen S.sos., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyerahkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak/Ibu selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritik selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap Dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
6. Bapak dan Ibu dirumah yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan doa yang tiada hentinya kepada penulis dalam menyelesaikan program studi S-1 Manajemen.
7. Sahabat-sahabat yang selalu memberikan semangat khusus kepada penulis Indriyani Alghiffari, Amelia saptarani, Novi Ayu, Chandik Ayu, teman-teman lainnya yang selalu memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian.

8. Sahabat-sahabat manajemen angkatan 2017 Syifa Fauziah, Nur Komala Sari, Rifqa Attahiriyah dan lainnya yang telah membantu penulis dalam memberikan informasi mengenai penyusunan skripsi, masukan dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, 15 Juli 2021

FANNY NURSANG FADILLA

NPM 21170000271

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fanny Nursang Fadilla
NPM : 21170000271
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN GOJEK GO- RIDE (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT RT 015 PALMERIAM)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah 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 : 15 Juli 2021

Yang menyatakan,

Fanny Nursang Fadilla

Fanny Nursang Fadilla
NPK 21170000271
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Irfan Arif Husen S.sos., MM

**PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI, DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAAN PELANGGAN**

(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT RT 015 PALMERIAM)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek ,Inovasi , dan Harga terhadap Kepuasan pelanggan Gojek GO-RIDE pada masyarakat RT 015 Palmeriam.

Strategi penelitian ini adalah asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Populasi di dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan masyarakat RT 015 Palmeriam. Responden sebanyak 97 orang. Metode analisis koefisien determinasi parsial & berganda, serta uji hipotesis dengan bantuan IBM SPSS Statistic 25.0.

Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi, hasil menunjukkan bahwa koefisien korelasi parsial Citra Merek terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,163 dengan nilai koefisien determinasi parsial (KDP) sebesar 2,65%. Koefisien korelasi parsial Inovasi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,235 dengan nilai (KDP) sebesar 5,52%. Koefisien korelasi parsial Harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,474 dengan nilai (KDP) sebesar 22,46%. Koefisien korelasi berganda Citra Merek, Inovasi, dan Harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,784 dengan nilai koefisien determinasi berganda (KDB) sebesar 61,46%. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial, Citra Merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan t $0,115 < 0,05$. Inovasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan t $0,022 < 0,05$. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan t $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan, Citra Merek, Inovasi, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan F $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci :Citra Merek, Inovasi, Harga, Kepuasan Pelanggan

Fanny Nursang Fadilla

NPK 21170000271

Study Program S-1 Manajemen

Mentor Lecturer :

Irfan Arif Husen S.sos., MM

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, INNOVATION, AND PRICE TO
CUSTOMER SATISFACTION***

(CASE STUDY IN THE COMMUNITY OF RT 015 PALMERIAM)

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of brand image, Innovation, and price to customer satisfaction the community GOJEK GO-RIDE of RT 015 Palmeriam.

Researcher used associative strategy. The sampling in this research used purposive sampling technique. The population in this study is the entire community of RT 015 Palmeriam customers and the data sample are 97 respondents. This research uses a correlation coefficient & determination coefficient, and hipotesis testing by IDM SPSS Statistics 25.0.

Based on the results corelation coefficient, the result shows corelation coefficient partial brand image to customer satisfaction, about 0,163 with coefficient determination partial (KDP) 2,65%. Corelation coefficient partial innovation to customer satisfaction, about 0,235 with (KDP) 5,52%. Corelation coefficient partial price to customer satisfaction, about 0,474 with (KDP) 22,46%. Corelation coefficient simultaneous brand image, innovation, and price to customer satisfaction, about 0,784 with coefficient of multiple determination (KDB) 61,46%. Based on the result partial hipotesis testing, brand image has not significant effect to customer satisfaction with significant t $0,115 < 0,05$. Innovation has a significant effect to customer satisfaction with significant t $0,022 < 0,05$. Price has a significant effect to customer satisfaction with with significant t $0,000 < 0,05$. Based on the results simultaneous hipotesis testing, brand image, innovation, and price has a significant effect to customer satisfaction with significant F $0,000 < 0,05$.

Keywords: Brang image, Innovation, Price, Customer Satisfaction.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI | viii |
| ABSTRAK | ix |
| ABSTRACT | x |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1.Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2.Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3.Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4.Manfaat Penelitian | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu | 11 |
| 2.2. Landasan Teori | 13 |
| 2.2.1. Pengertian Citra Merek | 13 |
| 2.2.1.1. Manfaat Citra Merek | 14 |
| 2.2.2. Indikator – Indikator Citra Merek | 14 |
| 2.2.2.3. Dimensi Citra Merek | 15 |
| 2.2.3. Inovasi | 16 |
| 2.2.3.1. Pengertian Inovasi | 16 |

| | |
|---|----|
| 2.2.3.2. Sumber – Sumber Inovasi | 16 |
| 2.2.3.3. Dimensi dan Indikator- Indikator Inovasi | 17 |
| 2.2.4. Harga | 17 |
| 2.2.4.1. Pengertian Harga | 17 |
| 2.2.4.2. Indikator Harga | 18 |
| 2.2.5. Kepuasan Pelanggan | 19 |
| 2.2.5.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan | 19 |
| 2.2.5.2. Indikator – Indikator Kepuasan Pelanggan | 19 |
| 2.2.5.3. Dimensi Kepuasan Pelanggan | 19 |
| 2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian | 20 |
| 2.3.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan | 20 |
| 2.3.2. Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan | 20 |
| 2.3.3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan | 21 |
| 2.4. Pengembangan Hipotesis | 21 |
| 2.5. Kerangka Penelitian | 23 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1. Strategi Penelitian | 24 |
| 3.2. Populasi dan Sampel Penelitian | 24 |
| 3.2.1. Populasi Penelitian | 24 |
| 3.2.2. Sampel Penelitian | 24 |
| 3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data | 25 |
| 3.3.1. Jenis Data Penelitian | 25 |
| 3.3.2. Uji Instrumen Data | 26 |
| 3.4. Operasionalisasi Variabel | 28 |
| 3.5. Analisis Statistik Data | 32 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian | 35 |
| 4.2. Deskripsi Responden | 36 |
| 4.3. Deskripsi Data | 39 |
| 4.4. Hasil Pengujian Instrumen | 41 |
| 4.4.1. Uji validitas | 41 |
| 4.4.2. Uji Reliabilitas | 43 |
| 4.5. Analisis Statistik Data | 43 |
| 4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi Parsial | 44 |
| 4.5.2. Analisis Koefisien Determinasi Berganda | 45 |
| 4.5.3. Pengujian Hipotesis | 46 |
| 4.5.3.1. Pengujian Secara Parsial | 46 |
| 4.5.3.2. Pengujian Secara Simultan Uji F | 47 |
| 4.6. Temuan Hasil Penelitian | 48 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---|----|
| 5.1. Kesimpulan | 50 |
| 5.2. Saran | 51 |
| 5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya | 52 |

| | |
|----------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA | 53 |
|----------------------|----|

| | |
|---------------------------|----|
| LAMPIRAN – LAMPIRAN | 55 |
|---------------------------|----|

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1. Jumlah Kendaraan kota Jakarta tahun 2017- 2019 | 8 |
| Tabel 3.1. Skala Likert Instrumen Penelitian | 27 |
| Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel | 28 |
| Tabel 4.1. Deskripsi Responden berdasarkan Usia | 37 |
| Tabel 4.2. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan | 37 |
| Tabel 4.3. Deskripsi Responden berdasarkan Penghasilan | 38 |
| Tabel 4.4. Validitas Instrumen per butir Citra Merek (X1) | 41 |
| Tabel 4.5. Validitas Instrumen per butir Inovasi (X2) | 42 |
| Tabel 4.6. Validitas Instrumen per butir Harga (X3) | 43 |
| Tabel 4.7. Validitas Instrumen per butir Kepuasan Pelanggan (Y) | 43 |
| Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen | 43 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 4.1. Logo PT Gojek Indonesia | 35 |
| Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Citra Merek (X1) | 39 |
| Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Inovasi (X2) | 40 |
| Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Harga (X3) | 40 |
| Gambar 4.5. Diagram Skala Likert Kepuasan Pelanggan (Y) | 41 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 2. Tabulasi skor Pengumpulan Data Citra Merek (X1) | 60 |
| Lampiran 3. Tabulasi Skor pengumpulan Data Inovasi (X2) | 64 |
| Lampiran 4. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Harga (X3) | 68 |
| Lampiran 5. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Kepuasan Pelanggan (Y) | 72 |
| Lampiran 6. Deskripsi Data Responden | 76 |
| Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1) | 80 |
| Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Inovasi (X2) | 80 |
| Lampiran 9. Hasil Uji validitas Harga (X3) | 81 |
| Lampiran 10. Hasil Uji validitas Kepuasan Pelanggan (Y) | 81 |
| Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X1) | 82 |
| Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Inovasi (X2) | 82 |
| Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Harga (X3) | 82 |
| Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y) | 82 |
| Lampiran 15. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial | 83 |
| Lampiran 15. (X1 dengan Y) | 83 |
| Lampiran 15. (X2 dengan Y) | 83 |
| Lampiran 15. (X3 dengan Y) | 83 |
| Lampiran 16. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda | 84 |
| Lampiran 17. Hasil Uji t dan Uji F | 84 |
| Lampiran 18. Daftar Riwayat Hidup | 85 |