

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN GO-FOODDI
KECAMATAN CIKARANG BARAT**

SKRIPSI

Oleh : SIFA FAUZIAH

201710325136



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi: : Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap
Loyalitas Konsumen Go-Food Di Kecamatan
Cikarang Barat

Nama Mahasiswa : Sifa Fauziah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325136

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Juli 2021

Jakarta, 16 Juli 2021

MENYETUJUI

Pembimbing



Agus Dharmanto., S.E., M.M
NIDN 0305087310

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Go-Food Di Kecamatan Cikarang Barat

Nama Mahasiswa : Sifa Fauziah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325136

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Juli 2021

Jakarta, 16 Juli 2021

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi, MBA, Ph.D
NIDN : 0311096604

Anggota Penguji 1 : Agus Dharmanto, S.E., M.M
NIDN : 0305087310

Anggota Penguji 2 : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN : 0325057908

MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Hadita S.Pd., M.M

NIDN : 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA, CACP

NIDN: 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “*Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Go-Food Di Kecamatan Cikarang Barat*” Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 15 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Sifa Fauziah

201710325136

ABSTRAK

Sifa Fauziah. 201710325136. Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Go-Food Di Kecamatan Cikarang Barat

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan dari variabel bebas yaitu citra merek dan promosi terhadap variabel terikat yaitu loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Go-Food Di Kecamatan Cikarang Barat. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan Analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan MM2100 yang menggunakan aplikasi Go- Food Di Kecamatan Cikarang Barat dengan responden yang berjumlah 100 orang. Secara parsial variabel citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung $>$ t tabel. Dan secara parsial hasil variabel promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai t hitung $>$ t table. Sedangkan berdasarkan hasil uji simultan yang didapatkan dari penelitian ini pada variabel citra merek dan promosi telah diperoleh hasil nilai F hitung $>$ F tabel.

Kata Kunci : Citra Merek, Promosi, Loyalitas Kosumen.

ABSTRACT

Sifa Fauziah. 201710325136. The Effect of Brand Image and Promotion on Go-Food Consumer Loyalty in West Cikarang District

This study aims to determine partially and simultaneously the independent variables, namely brand image and promotion of the dependent variable, namely consumer loyalty. This research was conducted on Go-Food consumers in West Cikarang District. In this study using a quantitative approach and data analysis used, namely the classical assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis using the SPSS version 25 application. The population in this study were all MM2100 employees who used the Go-Food application in the District West Cikarang with 100 respondents. Partially, the brand image variable has a significant influence on purchasing decisions with $t\text{-count} > t\text{ table}$. And partially the results of the promotion variable have a significant influence on consumer loyalty with the value of $t\text{ count} > t\text{ table}$. Meanwhile, based on the results of the simultaneous test obtained from this study on the brand image and promotion variables, the results of the calculated $F\text{ value} > F\text{ table}$.

Keywords : Brand Image, Promotion, Consumer Loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Go-Food Di Kecamatan Cikarang Barat” ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan meraih gelar sarjana manajemen, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dengan kesempatan ini penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H.,M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA. CSRA. CMA. CACP, CBV selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Agus Dharmanto, S.E.,M.M, Selaku Dosen Pembimbing yang terus memberikan nasihat, serta semangat untuk segera menyelesaikan proposal ini.
5. Kedua Orang Tua, Ayah dan Ibu beserta keluarga besar yang tidak ada hentinya memberi semangat cinta dan doa.

Jakarta, 07 Juni 2021

Penulis

Sifa Fauziah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Merek.....	9
2.1.1 Pengertian Merek.....	9
2.1.2 Citra Merek.....	11
2.2 Promosi.....	15

2.2.1 Pengertian Promosi.....	15
2.2.2 Bauran Promosi.....	16
2.2.3. Publisitas (Publicity)	18
2.2.4. Pemasaran Langsung (Direct Marketing)	18
2.3 Loyalitas Konsumen.....	19
2.4 Penelitian Terdahulu	25
2.5 Kerangka Konseptual	28
2.6 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1. Desain Penelitian.....	30
3.2. Tahapan Penelitian.....	30
3.3. Model Konseptual	31
3.4. Operasional Variabel	32
3.5. Waktu dan Tempat Penelitian	33
3.6. Metode Pengambilan Sampel	33
3.6.1. Populasi Penelitian	33
3.6.2. Sampel Penelitian.....	34
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.8. Jenis dan Sumber Data	36
3.9. Metode Analisis Data.....	36
3.9.1. Uji Validitas.....	36

3.9.2. Uji Reliabilitas.....	37
3.9.3. Uji Asumsi Klasik.....	37
3.9.4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.9.5. Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	40
4.1.2 Visi	42
4.1.3 Misi.....	42
4.1.4 Cara menggunakan layanan Go-Food dalam aplikasi Go-Jek.....	43
4.2 Identitas Responden.....	43
4.3 Uji Kualitas Data.....	46
4.3.1 Uji Validitas.....	46
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.1 Uji Normalitas.....	49
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	51
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	52
4.5.1 Uji T (Uji Parsial)	53
4.5.2 Uji F (Uji Simultan)	55

4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Implikasi Manajerial.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Fitur Layanan Jasa Go-Food	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2 Skala Likert	35
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Masa Pekerjaan.....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Promosi (X2).....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y).....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X1)	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X2).....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen (Y).....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Linear Berganda.....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji T (Parsial).....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji F	55
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R²)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 3.1 Model Konseptual	31
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Umur	44
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4.4 Grafik Normal P-P Plot	50
Gambar 4.5 Grafik Scatter Plot	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	65
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi	66
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 4 Tabulasi Data Citra Merek (X1).....	73
Lampiran 5 Tabulasi Data Promosi (X2).....	75
Lampiran 6 Tabulasi Data Loyalitas Konsumen (Y)	78
Lampiran 7 Hasil Uji SPSS	81
Lampiran 8 Tabel T.....	86
Lampiran 9 Tabel F.....	92
Lampiran 10 Tabel R.....	98
Lampiran 11 Hasil Plagiarism Checker X.....	105
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup.....	136

