

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PENGGUNA JASA GO-FOOD PADA APLIKASI
GO-JEK
(Studi Kasus Pada Warga Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi
Utara)**

SKRIPSI

Oleh:

Jasmine Egy Oktavia Rosita Sari

202010325220



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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Harga Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek (Studi Kasus Pada Warga Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara)

Nama Mahasiswa : Jasmine Egy Oktavia Rosita Sari

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325220

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Januari 2024

Jakarta, 05 Februari 2024

BIKSA MENYETUJUI,

JAKARTA RAYA

Dosen Pembimbing I



Dr. Hadita, S.Pd., MM
NIDN. 0329048302

Dosen Pembimbing II



Neng Siti Komariah, SE, MM
NIDN. 0327128105

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Harga Melalui
Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas
Pelanggan Pengguna Jasa Go-Food Pada Aplikasi
Go-Jek (Studi Kasus Pada Warga Kelurahan
Kaliabang Tengah Bekasi Utara)

Nama Mahasiswa : Jasmine Egy Oktavia Rosita Sari
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325220
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Januari 2024

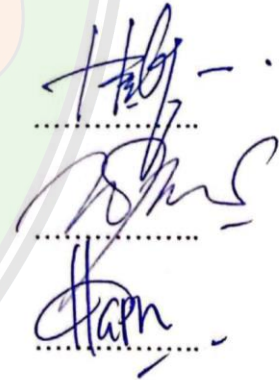
Jakarta, 05 Februari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

Sekretaris Tim : Widi Winarso, SE, MM
NIDN. 0319067606

Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., MM
NIDN. 0329048302



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa, Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image* Dan Harga Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek (Studi Kasus Pada Warga Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara)”** adalah 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 dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian 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 digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi 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, 05 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Jasmine Egy Oktavia Rosita Sari

202010325220

ABSTRAK

Jasmine Egy Oktavia Rosita Sari, 202010325220. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kepuasan Pelanggan dapat mempengaruhi *Brand Image* dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna jasa Go-Food di Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 180 responden dan terfokus pada pengguna jasa Go-Food di Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan metode statistik dengan *Software SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat variabel yang saling berpengaruh, seperti penjelasan singkat berikut ini: 1). *Brand Image* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, 2). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, 3). Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, 4). Kepuasan Pelanggan mampu memediasi secara penuh *Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan, 5). Kepuasan Pelanggan mampu memediasi secara penuh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: *Brand Image*, Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Jasmine Egy Oktavia Rosita Sari, 202010325220. *This study aims to determine whether Customer Satisfaction can affect Brand Image and Price on Customer Loyalty in Go-Food service users in Kaliabang Tengah Village, North Bekasi. The method used in this study is quantitative method. The sample used was 180 respondents and focused on Go-Food service users in Kaliabang Tengah Village, North Bekasi. The sampling technique uses the Accidental Sampling technique. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis techniques using statistical methods with SmartPLS 4.0 Software. The results of this study show that there are variables that influence each other, such as the following brief explanation: 1). Brand Image has a significant positive effect on Customer Satisfaction, 2). Price has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, 3). Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer Loyalty, 4). Customer Satisfaction is able to fully mediate Brand Image on Customer Loyalty, 5). Customer Satisfaction is able to mediate directly Full Price to Customer Loyalty.*

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya sehingga Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* Dan Harga Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek (Studi Kasus Pada Warga Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara)” dapat di selesaikan seperti yang telah direncanakan.

Saya sebagai peneliti, menyadari bahwa terselesaikannya Skripsi ini tidak lepas dari do’a serta dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM selalu Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., MM selaku dosen pembimbing I skripsi, Peneliti dapat berproses menyelesaikan skripsi ini dengan lancar berkat bimbingan Ibu.
5. Ibu Neng Siti Komariah, SE, MM. selaku dosen pembimbing II skripsi. Peneliti dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan lancar berkat bimbingan Ibu.
6. Ibu Dr. Heni Rohaeni, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik. Terima kasih telah mendukung dan memotivasi peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
7. Dosen dan seluruh Staff Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Kedua orang tua Bapak Sugiono, Ibu Fatima Emawati, dan adik laki-laki Celfan Pelita Gionema serta keluarga yang selalu memberikan dukungan baik dalam do’a, motivasi, maupun materi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Sahabat serta Teman seperjuangan skripsi, Alysha Lathifah, Angga Fathi Farahat, Annisa Dewi, Nurisnaini Putri, dan Rizka Rahmah Nabiilah yang selalu saling membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat serta Teman seperjuangan Arin Septiani, Chantika khoiriyah, Febta Margaretiana, Jihan Nabila, dan Via Airani yang selalu mensupport sampai sekarang.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuannya kepada peneliti sampai terselesaikannya skripsi ini.

Sebagai penutup, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik serta saran yang dapat membangun. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 05 Januari 2024



Jasmine Egy Oktavia Rosita Sari

202010325220

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Tugas Akhir.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 <i>Brand Image</i>	11
2.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	11
2.1.2 Faktor-faktor yang Membentuk <i>Brand Image</i>	11
2.1.3 Indikator <i>Brand Image</i>	12
2.2 Harga	13
2.2.1 Pengertian Harga.....	13
2.2.2 Faktor-Faktor Harga.....	13
2.2.3 Indikator Harga	14
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	14
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	14

2.3.2 Indikator Kepuasan Pelanggan	15
2.3.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	15
2.4 Loyalitas Pelanggan	16
2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	16
2.4.2 Indikator Loyalitas Pelanggan	17
2.4.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	17
2.5 Telaah Empiris.....	18
2.6 Kerangka Konseptual	34
2.7 Hipotesis.....	35
2.7.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	35
2.7.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2.7.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	36
2.7.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	37
2.7.5 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian	38
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel	39
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1 Jenis Data.....	39
3.3.2 Sumber Data	40
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	40
3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.4.2 Skala Pengukuran	43
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	44
3.5.1 Metode Analisis Data.....	44
3.5.2 Pengujian Hipotesis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47

4.1 Gambaran Umum	47
4.1.1 Sejarah Singkat PT Gojek Indonesia	47
4.1.2 Visi dan Misi PT Gojek Indonesia	48
4.1.3 Lokasi Perusahaan	48
4.1.4 Logo Perusahaan Gojek	49
4.2 Deskripsi Data	50
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	50
4.2.2 Identitas Responden.....	50
4.3 Hasil Analisis Data	55
4.3.1 Skema Model <i>Partial Least Square</i>	55
4.3.2 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	55
4.3.3 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	60
4.3.4 Pengujian Hipotesis	65
4.4 Pembahasan	66
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	67
4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	67
4.4.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	68
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	69
4.4.5 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	70
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Keterbatasan Penelitian	72
5.3 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Layanan Yang Diberikan Gojek	2
Gambar 1. 2 Gofood dan Platform Lain yang Digunakan UMKM untuk Jual Makanannya (2022)	5
Gambar 1. 3 Perbandingan Brand Image, Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan pada aplikasi Go-Food dan platform lain (2022)	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4. 1 Logo Go-jek	49
Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Usia	52
Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	53
Gambar 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Pembelian Selama 1 Bulan	54
Gambar 4. 6 Outer Model	56
Gambar 4. 7 Inner Model	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert.....	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pembelian Selama 1 Bulan.....	55
Tabel 4. 5 Hasil Outer Model (<i>Loading Factor</i>).....	56
Tabel 4. 6 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	57
Tabel 4. 7 Hasil <i>Cross Loading</i>	58
Tabel 4. 8 Hasil <i>Composite Reliability</i>	59
Tabel 4. 9 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>	59
Tabel 4. 10 Hasil <i>R-Square</i>	61
Tabel 4. 11 Hasil <i>F-Square</i>	61
Tabel 4. 12 Hasil <i>Path Coefficient</i> (Koefisien Jalur).....	63
Tabel 4. 13 Hasil Mediasi <i>Bootstrapping</i> (<i>Specific Indirect Effect</i>).....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Uji Plagiarisme

Lampiran 2. Uji Referensi

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 5. Hasil Uji SmartPLS 4.0

Lampiran 6. Buku Bimbingan

Lampiran 7. Riwayat Hidup

