

**SKRIPSI**

**“Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga  
Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Go-Ride  
Di Yogyakarta”**



**Disusun Oleh:**

**Nyoman Mara Purna Wijaya**

**11150090**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM  
MENGUNAKAN GO-RIDE DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

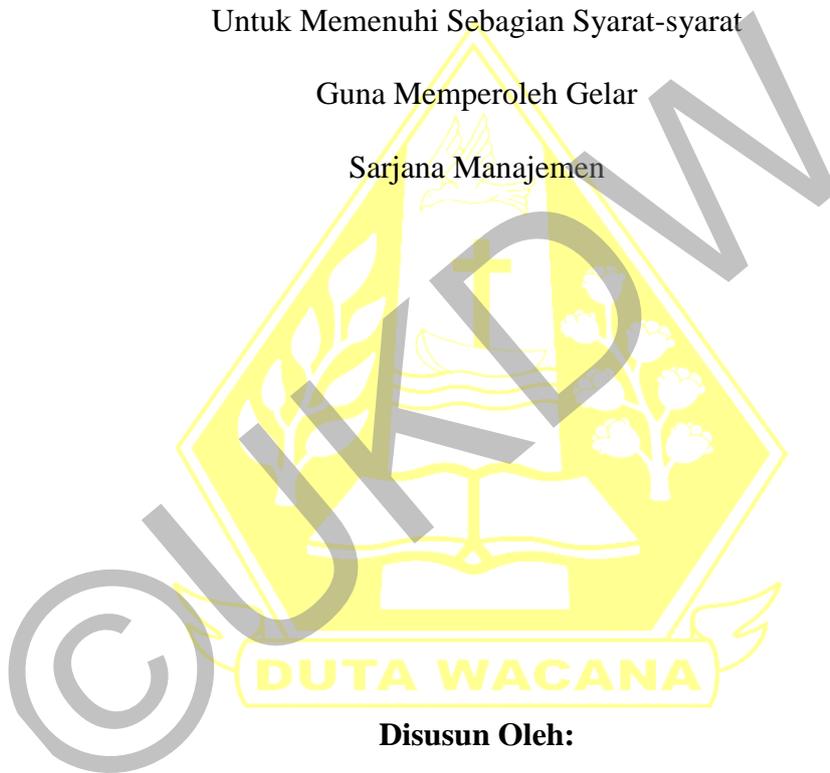
Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



**Disusun Oleh:**

**NYOMAN MARA PURNA WIJAYA**

**NIM : 11150090**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM  
MENGUNAKAN GO-RIDE DI YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**NYOMAN MARA PURNA WIJAYA**

11150090

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen pada tanggal 16 januari 2019

**Nama Dosen:**

**Tanda Tangan**

1. Dra Purwani Retno Andalas, M.M

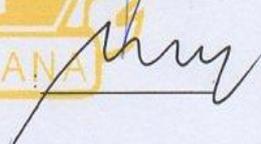
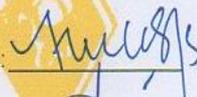
(Ketua Tim)

2. Dr. Singgih Santoso, M.M

(Dosen Penguji)

3. Dra. Ety Istriani, M.M

(Dosen Penguji)



Yogyakarta, 21 JAN 2019

**Disahkan Oleh:**

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, M.M.

Ketua Program Studi,



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

### ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN GO-RIDE DI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiat atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 5. November 2018.



Nyoman Mara Purna W (11150090)

## MOTTO

“Kepuasan itu terletak pada usaha, bukan pada pencapaian hasil,

Berusaha keras adalah kemenangan besar”

- Mahatma Gandhi

“Kurang cerdas dapat diperbaiki dengan belajar, kurang cakap dapat dihilangkan dengan pengalaman. Namun tidak jujur sulit diperbaiki”.

- Mohammad Hatta

“Sekali anda mengerjakan sesuatu, jangan takut gagal dan jangan tinggalkan itu. Orang-orang yang bekerja dengan ketulusan hati adalah mereka yang paling bahagia”.

- Chanakya

“Kesuksesan adalah guru yang jelek, dia menggoda orang cerdas pada pikiran yang tak bisa dilepaskan”.

- Bill Gates

“Badan dibersihkan dengan air, pikiran disucikan dengan kebenaran dan kejujuran, Jiwa (atma) dibersihkan dengan pengetahuan suci dan tapa brata, kecerdasan (jnana) disucikan dengan pengetahuan yang benar”

- Manawa Dharmasastra, V. 109

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, tentunya penulis banyak dibantu, dibimbing, dan didukung oleh banyak pihak. Oleh sebab itu, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ida Sanghyang Widhi Wasa, terima kasih jika tanpa restu dan campur tangan kuasa-Mu, penulis tak akan mampu melewati proses ini.
2. Kedua orang tuaku, terima kasih karena bimbingan serta doa yang kalian berikan kepadaku, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada adik – adikku: Ni Ketut Sulanti, I Made Arjawa, Wayan Lilis Karlina, I Ketut Jaya Antara, terima kasih telah memberikan doa serta motivasi untuk bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
4. Keluarga Besar-Ku: Eko Purwanto, Agus Wayan Sudarta, Wayan Sutrisno, dan Made Saputra, terima kasih telah mendukung dan memotivasi selama skripsi.

Yogyakarta, 5 November 2018

Nyoman Mara Purna W (11150090)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Sanghyang Widhi Wasa yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya yang tidak terbatas sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Go-Ride Di Yogyakarta”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen dari Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana. Dalam penulisan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Dr. Singgih Santoso, M.M, selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Dra. Ety Istriani, M.M, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan banyak waktunya dan bersabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan skripsi ini, sehingga bisa selesai tepat waktu.
3. Dra. Umi Murtini, M.M, selaku dosen wali yang telah meluangkan banyak waktunya dan memberikan arahan selama saya kuliah di Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses perkuliahan dan penulisan tugas akhir skripsi.
5. Seluruh konsumen Go-Ride yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi responden dalam penulisan tugas akhir skripsi.

6. Teman – teman angkatan 2015, terima telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya selama kuliah di Universitas Kristen Duta Wacana.
7. Teman – teman KMHD, terima kasih telah menjadi keluarga selama saya kuliah di Universitas Kristen Duta Wacana.
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan doa dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

Yogyakarta, 5 November 2018

Nyoman Mara Purna W. (11150090)

©UKDW

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGAJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Batasan Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2. Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.3. Citra Merek .....	18

2.1.4. Kualitas Pelayanan .....	20
2.1.5. Persepsi Harga .....	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Kerangka Berpikir.....	26
2.4. Hipotesis Penelitian.....	26

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Data Penelitian .....	28
3.1.1. Data Primer .....	28
3.1.2. Data Sekunder .....	29
3.2. Pengumpulan Data .....	29
3.2.1. Populasi.....	29
3.2.2. Sampel.....	30
3.3. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	30
3.3.1. Definisi Operasional Variabel .....	30
3.3.2. Pengukuran Variabel.....	32
3.4. Metode Analisis Data .....	33
3.4.1. Uji Validitas .....	33
3.4.2. Uji Reliabilitas.....	34
3.4.3. Analisis Deskriptif.....	35
3.4.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.4.5. Koefisien Determinasi.....	38

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	39
4.1.1. Objek Penelitian .....	39

4.1.2. Sejarah Go-Jek .....	39
4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	41
4.2.1. Uji Validitas .....	41
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	43
4.2.3. Analisis Deskriptif.....	44
4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.2.5. Koefisien Determinasi.....	55
4.3. Analisis Hasil Penelitian.....	56
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan .....	60
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	62
5.3. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	64
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	31
Tabel 3.2	Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 4.1	Uji Validitas .....	42
Tabel 4.2.	Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.3	Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.4	Usia .....	45
Tabel 4.5	Pekerjaan .....	46
Tabel 4.6	Pendapatan .....	47
Tabel 4.7	Pendidikan.....	48
Tabel 4.8	Regresi Linier Berganda .....	49
Tabel 4.9	Uji t .....	51
Tabel 4.10	Uji F .....	54
Tabel 4.11	Koefisien Determinasi.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1	Kerangka Berpikir .....	26
-----------	-------------------------	----

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran:

1. Surat Ijin Penelitian .....	66
2. Kuesioner Penelitian.....	67
3. Rekap Profil Responden .....	71
4. Rekap Pernyataan Responden.....	74
5. Tabel r.....	77
6. Hasil Uji Profil Responden .....	78
7. Hasil Uji Validitas .....	79
8. Hasil Uji Reliabilitas.....	80
9. Hasil Uji t.....	80
10. Hasil Uji F (anova).....	80
11. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	80

# **ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGUNAKAN GO-RIDE DI YOGYAKARTA**

Oleh:  
Nyoman Mara Purna Wijaya  
NIM. 11150090

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta. Data yang dianalisis berjumlah 100 orang responden, pengambilan data dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu: citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Data dianalisis dengan menggunakan alat regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel independen citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta. Koefisien determinasi (*adjusted R square*) adalah 0,750 yang berarti variabel citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga dapat menjelaskan kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta sebesar 75% dan sisanya 25% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

**Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan  
Konsumen**

**ANALYSIS OF THE EFFECTS OF BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY,  
AND PRICE PERCEPTION ON CONSUMERS SATISFACTION  
IN USING GO-RIDE IN YOGYAKARTA**

By:

*Nyoman Mara Purna Wijaya*  
*NIM. 11150090*

**ABSTRACT**

*The objectives of the reseach are knowing the effects of variables brand image, service quality, and the price perception of consumers satisfaction in using Go-Ride in Yogyakarta. The researcher conducted survey by using purposive sampling technique, in which there were 100 persons as respondents. The hypothesis of the research is brand image, service quality, and price perception related to the consumers satisfaction.*

*The researcher used double linier regretion device. The results of the research showed the independent variable of brand image, service quality, and the price perception related significantly on consumers satisfaction of using Go-Ride in Yogyakarta. Determination coefficient (adjusted R square) was 0,750 indicated the variables of brand image, service quality, and price perception showed 75% of consumers satisfaction in using Go-Ride in Yogyakarta and 25% affected by other variables which did mentioned in this research.*

**Keywords: Brand Image, Service Quality, Price Perception, Consumers Satisfaction**

# **ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGUNAKAN GO-RIDE DI YOGYAKARTA**

Oleh:  
Nyoman Mara Purna Wijaya  
NIM. 11150090

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta. Data yang dianalisis berjumlah 100 orang responden, pengambilan data dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu: citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Data dianalisis dengan menggunakan alat regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel independen citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta. Koefisien determinasi (*adjusted R square*) adalah 0,750 yang berarti variabel citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga dapat menjelaskan kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta sebesar 75% dan sisanya 25% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

**Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan  
Konsumen**

**ANALYSIS OF THE EFFECTS OF BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY,  
AND PRICE PERCEPTION ON CONSUMERS SATISFACTION  
IN USING GO-RIDE IN YOGYAKARTA**

By:

*Nyoman Mara Purna Wijaya*  
*NIM. 11150090*

**ABSTRACT**

*The objectives of the reseach are knowing the effects of variables brand image, service quality, and the price perception of consumers satisfaction in using Go-Ride in Yogyakarta. The researcher conducted survey by using purposive sampling technique, in which there were 100 persons as respondents. The hypothesis of the research is brand image, service quality, and price perception related to the consumers satisfaction.*

*The researcher used double linier regretion device. The results of the research showed the independent variable of brand image, service quality, and the price perception related significantly on consumers satisfaction of using Go-Ride in Yogyakarta. Determination coefficient (adjusted R square) was 0,750 indicated the variables of brand image, service quality, and price perception showed 75% of consumers satisfaction in using Go-Ride in Yogyakarta and 25% affected by other variables which did mentioned in this research.*

**Keywords: Brand Image, Service Quality, Price Perception, Consumers Satisfaction**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Transportasi merupakan salah satu alat yang digunakan oleh masyarakat dalam memudahkan pekerjaan sehari-hari. Dengan adanya alat transportasi sehingga dapat memudahkan aktivitas masyarakat yang semakin kompleks dan beragam. Oleh karena itu perusahaan jasa terutama perusahaan transportasi terus bersaing untuk dapat menggaet dan memuaskan pelanggannya dengan meningkatkan kualitas pelayanannya, meningkatkan teknologi yang dimilikinya dan lain sebagainya. Transportasi terus mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan teknologi dan pertumbuhan penduduk. Seiring perkembangannya sepeda motor tidak hanya digunakan untuk mempersingkat jarak tempuh tempat tujuan, melainkan sepeda motor juga digunakan untuk mengantar dan menjemput seorang penumpang dengan menerapkan biaya yang sesuai dengan kesepakatan bersama antara kedua belah pihak. Moda transportasi jenis ini disebut dengan istilah ojek.

Salah satu perkembangan teknologi yang dapat memudahkan aktivitas masyarakat adalah *internet*. *Internet* adalah suatu sistem jaringan yang terhubung dengan satu komputer dengan komputer lainnya. Dengan adanya *internet* sehingga masyarakat dapat dengan mudah untuk mengakses dan mendapatkan suatu informasi dengan cepat. Perkembangan *internet* memunculkan berbagai ide-ide untuk terus mengembangkan suatu usaha bisnis yang dapat memudahkan pemesanan dan transaksi dengan mudah dan cepat.

Salah satu penyedia jasa transportasi yang memanfaatkan perkembangan teknologi yaitu ojek *online*. Saat ini banyak ojek *online* yang sudah berkembang di Indonesia, seperti Go-Jek dan Grab. Kedua ojek tersebut sama-sama dapat dipesan secara *online* dengan melakukan pemesanan melalui suatu sistem aplikasi ditelepon genggam atau melalui sebuah website. Kedua ojek *online* tersebut menawarkan biaya yang berbeda-beda sesuai dengan jarak tempuh yang dipesan.

Salah satu perusahaan jasa ojek *online* yang sedang berkembang pesat di Yogyakarta adalah Go-Jek. PT Go-Jek Indonesia adalah sebuah perusahaan jasa yang memanfaatkan perkembangan teknologi yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran pada tahun 2010 di Jakarta. Go-Jek merupakan jasa transportasi sebagai perantara yang menghubungkan pelanggan dengan para pengendara ojek. Jasa transportasi jenis ini dapat dipesan melalui sistem aplikasi. Pelanggan Go-Jek dapat menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran, kemudian disistem aplikasi sudah tertera jumlah biaya yang harus dibayarkan oleh pelanggan sesuai dengan jarak yang ditempuhnya. Selain jasa pelayanan *transport*, Go-Jek juga menawarkan jasa pengantaran barang (*instant Courier*), belanja (*shopping*), kerja sama (*corporate*).

Pengguna layanan Go-Jek pada tahun 2017 sudah mencapai 15 juta orang setiap minggunya dan lebih dari 125.000 *merchant* bekerja sama dengan Go-Jek untuk mempermudah kehidupan masyarakat modern saat ini (<https://tekno.kompas.com/read/2017/12/18/07092867/berapa-jumlah-pengguna-dan-pengemudi-go-jek>). Go-Jek telah beroperasi diberbagai daerah

di Indonesia seperti: Bali, Surabaya, Yogyakarta, Solo, Medan, Balikpapan, medan dan daerah lainnya. Go-Jek menjadi pionir atau pelopor layanan ojek yang berbasis *online* dengan berbagai jenis layanannya seperti: Go-Ride, Go-Car, dan Go-Food-nya. Salah satu perusahaan yang menjadi pesaing Go-Jek adalah Grab dengan Grab-Bike-nya. Perusahaan Grab ini memiliki layanan yang serupa dengan layanan Go-Ride dari Go-Jek.

Go-Ride merupakan suatu layanan dari Go-Jek yang dikhususkan untuk menjemput penumpang dengan menggunakan sepeda motor. Dengan menggunakan Go-Ride, penumpang hanya menunggu *driver* ditempat penjemputan dan akan diantarkan sampai tempat tujuan. Go-Ride merupakan fitur pertama yang dikenalkan Go-Jek ke masyarakat Indonesia dengan diawali hanya 20 sopir Go-Ride, namun saat ini telah memiliki lebih dari 200 ribu sopir Go-Ride di seluruh Indonesia (<https://id.ccm.net/faq/927-cara-memesan-go-ride>).

Semakin banyaknya ojek *online* berdampak pada semakin ketatnya persaingan sehingga menuntut perusahaan untuk berlomba memberikan pelayanan yang terbaik. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga, citra merek suatu perusahaan, serta pelayanan dan banyaknya pilihan yang menjadi alternatif jasa ojek *online* yang dapat dijadikan pilihan para konsumen. Hal ini membuat konsumen lebih selektif dalam memilih jasa ojek *online* yang sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan jasa ojek secara *online* khususnya Go-Jek harus bisa menciptakan inovasi dan ide-ide yang dapat meningkatkan kepuasan kepada konsumennya.

Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Dalam suatu bisnis, kepuasan konsumen menjadi sebuah acuan yang menjadi dasar bahwa produk atau jasa yang ditawarkan sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen. Jika semua harapan yang diinginkan konsumen terpenuhi maka konsumen akan merasa puas. Menurut Kotler dan Keller (2009:138) secara umum kepuasan adalah perasaan senang dan kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Dalam teori ini menjelaskan bahwa seorang konsumen merasa puas dan senang apabila kinerja atau hasil dari suatu produk sesuai dengan harapan yang diinginkannya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah citra merek. Menurut Kotler dan Keller (2009:258) merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing. Citra merek merupakan suatu persepsi yang baik terhadap produk atau jasa tertentu. Perusahaan harus dapat menciptakan citra merek yang baik dimata para konsumen sehingga konsumen merasa yakin dan akan menggunakan lagi produk atau jasa perusahaan. Semakin baik citra merek suatu produk atau jasa maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Faktor yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2014:268) menyatakan bahwa pada prinsipnya, kualitas jasa yaitu sebuah upaya untuk berfokus pada pemenuhan harapan,

keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat tersampaikan secara tepat dan benar. Meskipun pelayanan merupakan suatu barang yang tidak berwujud, namun pelayanan dapat dirasakan oleh konsumen berdasarkan pengalamannya dalam menggunakan suatu produk atau jasa. Pelayanan yang baik akan menciptakan interaksi perusahaan dengan konsumen dan akan menciptakan kepuasan konsumen.

Faktor lain yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen selain citra merek dan kualitas pelayanan adalah persepsi harga. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Amstrong, 2008:345). Pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sebanding dengan harga yang dibayar oleh konsumen. Perusahaan harus secara selektif dalam memberikan harga kepada konsumen supaya harga yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan pelayanan. Semakin konsumen merasa puas atas kinerja atau hasil yang didapkannya akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji kebenaran bahwa adanya pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen suatu produk atau jasa. Maka dari ini penulis tertarik memilih judul **“ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN GO-RIDE DI YOGYAKARTA”**.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta?
4. Apakah citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta.
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta.
4. Untuk menguji dan menganalisis apakah citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan memahami mengenai pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta.

### **2. Bagi PT. Go-Jek Indonesia**

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada PT. Go-Jek Indonesia mengenai pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta, sehingga dapat dijadikan sebagai masukan bagi PT. Go-Jek Indonesia untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memenuhi kepuasan konsumen.

### **3. Bagi Universitas Kristen Duta Wacana**

Sebagai bahan referensi untuk penelitian perusahaan penyedia layanan jasa khususnya mengenai Go-Ride yang akan mendatang dan untuk menambah informasi dibidang pemasaran berdasarkan yang ditetapkan sesuai dengan kenyataan.

## **1.5. Batasan Penelitian**

1. Lokasi penelitian ini dilakukan di Yogyakarta.
2. Responden penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah menggunakan Go-Ride.
3. Jumlah responden sebanyak 100 orang.
4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

a. Variabel dependen (Y) = Kepuasan Konsumen

b. Variabel independen (X) =

- $X_1$  = Citra Merek
- $X_2$  = Kualitas Pelayanan
- $X_3$  = Persepsi Harga

©UKDW

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diolah diatas dapat disimpulkan beberapa hal, sebagai berikut:

##### 5.1.1. Profil Responden

1. Berdasarkan jenis kelamin, dapat disimpulkan bahwa responden yang menggunakan Go-Ride di Yogyakarta adalah sebagian besar responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 52 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 52%.
2. Berdasarkan usia, dapat disimpulkan bahwa responden yang menggunakan Go-Ride di Yogyakarta adalah sebagian besar yang berusia 21-30 tahun yaitu sebanyak 69 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 69%.
3. Berdasarkan pekerjaan, dapat disimpulkan bahwa responden yang menggunakan Go-Ride di Yogyakarta adalah sebagian besar sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 86 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 86%.
4. Berdasarkan pendapatan, dapat disimpulkan bahwa responden yang menggunakan Go-Ride di Yogyakarta adalah sebagian besar yang berpendapatan  $\leq$  Rp. 1.500.000 yaitu sebanyak 60 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 60%.
5. Berdasarkan pendidikan terakhir, dapat disimpulkan bahwa responden yang menggunakan Go-Ride di Yogyakarta adalah

sebagian besar yang berpendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 87 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 87%.

### **5.1.2. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

1. Citra Merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta yaitu tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta yaitu tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Persepsi Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta yaitu tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
4. Citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta yaitu tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lebih lanjut. Beberapa keterbatasan tersebut, sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam penelitian ini hanya terdiri dari 3 variabel, yaitu: citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga. Sementara masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan Go-Ride di Yogyakarta.
2. Sampel dan Populasi dalam penelitian ini sangat terbatas dimana dalam penelitian ini hanya menggunakan responden yaitu sebanyak 100 orang responden dan hanya dilakukan di Yogyakarta.

## 5.3. Saran

### 5.3.1. Saran Bagi Perusahaan

1. Perusahaan Go-Jek harus tetap memberikan harga yang terjangkau, sehingga konsumen akan tetap merasa puas dalam menggunakan Go-Ride.
2. Perusahaan Go-Jek harus tetap menjaga citra merek yang dimilikinya, sehingga konsumen akan tetap merasa puas dalam menggunakan Go-Ride.
3. Perusahaan Go-Jek harus tetap memberikan kualitas pelayanan yang baik, sehingga konsumen akan tetap merasa puas dalam menggunakan Go-Ride.

### 5.3.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terbatas yaitu citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.
2. Jumlah sampel dan populasi dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 orang responden dan hanya dilakukan di Yogyakarta. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya harus lebih memperbanyak jumlah sampel dan memperluas populasi, sehingga hasil penelitian lebih mendekati dengan kondisi yang sebenarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*. Jakarta: PT Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mar'ati, Nafisa Choirul. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya). *Jurnal*. Program Studi Pendidikan Tata Negara, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purwanto, Agus Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Gava Media.
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. 2005. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tangguh, dkk. 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2016/2017 dan 2017/2018). *Jurnal*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- <https://id.ccm.net/faq/927-cara-memesan-go-ride> diakses 14 September 2018 pukul 17.42 WIB.

<https://tekno.kompas.com/read/2017/12/18/07092867/berapa-jumlah-pengguna-dan-pengemudi-go-jek> diakses 15 September 2018 pukul 11.49 WIB.

<https://id.wikipedia.org/wiki/GO-JEK> diakses 11 Oktober 2018 pukul 20.19 WIB

<http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/03/faktor-mempengaruhi-kepuasan-konsumen.html> diakses 20 Oktober 2018 pukul 11.45 WIB.

<http://belajarilmukomputerdaninternet.blogspot.com/2013/11/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap.html> diakses 29 Oktober 2018 pukul 21.04

<http://drcaoon.blogspot.com/2014/05/analisis-statistik-deskriptif.html> diakses 29 Oktober 2018 pukul 22.06 WIB.

©UKDW