

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP CITRA MEREK SERTA DAMPAKNYA PADA  
KEPUASAN PELANGGAN GOJEK (STUDI PADA  
MAHASISWA KAMPUS A UNIVERSITAS NEGERI  
JAKARTA)**

**DAHLIANA YULIANTI**

**8215145284**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN ALIH PROGRAM  
KONSENTRASI PEMASARAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2017**

**THE INFLUENCE OF PRICE AND SERVICE QUALITY OF  
BRAND IMAGE AND ITS IMPACT ON CUSTOMER  
SATISFACTION GOJEK (STUDENTS STUDY ON A STATE  
UNIVERSITY OF JAKARTA)**

**DAHLIANA YULIANTI**

**8215145284**



**Thesis is Written as One of The Requirements For Getting Bachelor Degree  
of Economics**

**STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT  
MARKETING CONCENTRATION  
DEPARTMENT OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2017**

## ABSTRAK

DAHLIANA YULIANTI. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Pada Mahasiswa Kampus A Universitas Negeri Jakarta). Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2017.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) menguji secara empiris pengaruh harga terhadap citra merek pada kepuasan pelanggan Gojek, (2) menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra merek pada kepuasan pelanggan Gojek, (3) menguji secara empiris pengaruh harga pada kepuasan pelanggan Gojek, (4) menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Gojek, (5) menguji secara empiris pengaruh citra merek pada kepuasan pelanggan Gojek. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei. Objek penelitian ini ialah 200 responden yang pernah menggunakan alat transportasi Gojek selama kurun waktu 3 bulan kebelakang minimal dua kali. Analisis data menggunakan SPSS versi 23 dan SEM (*Structural Equation Modeling*) LISREL versi 8.7. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: (1) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, (3) harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (4) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (5) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai fit model dengan RMSEA sebesar 0.042, nilai NFI sebesar 0.98, nilai NNFI sebesar 0.99, nilai CFI sebesar 1.00, nilai CMIN/DF sebesar 1.36 dan nilai RMR sebesar 0.028. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan Gojek di Jakarta untuk membuat strategi yang lebih baik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi layanan Gojek di Universitas Negeri Jakarta.

Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, citra merek, kepuasan pelanggan

## **ABSTRACT**

DAHLIANA YULIANTI. The Influence Of Price And Service Quality For Brand Image And Its Impact On Customer Satisfaction Gojek (Students Study On A State University Of Jakarta). Faculty of Economics, State University Of Jakarta 2017.

The purpose of this study research are to: (1) tes empirically the influence of price to the brand image on customer satisfaction Gojek, (2) test empirically the influence of service quality to the brand image on customer satisfaction Gojek, (3) test empirically the influence of price on customer satisfaction Gojek, (4) test empirically the influence of service quality on customer satisfaction Gojek, (5) test empirically the influence of brand image on customer satisfaction Gojek. This research used survey methods for collecting data. The object of this research is 200 respondents who had used transportation Gojek over a period of 3 months backward at least twice. This research used SPSS software version 23 and SEM (Structural Equation Modeling) LISREL version 8.7 for data analysis. Hypothesis testing results indicate: (1) prices has positive influence on brand image, (2) service quality has positive influence on brand image, (3) prices has positive influence on customer satisfaction, (4) service quality has positive influence on customer satisfaction, (5) brand image has positive influence on customer satisfaction. This research showed fit model with RMSEA value of 0.042, NFI value of 0.98, NNFI value of 0.99, CFI value of 1.00, CMIN / DF value of 1.36 and RMR value of 0.028. The results of this research is useful for companies Gojek in Jakarta to make a better strategy and improve customer satisfaction in the service application Gojek at the Jakarta State University.

Keywords: price, service quality, brand image, customer satisfaction

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi**

Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus  
NIP. 19671207 199203 1 001

<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tanda Tangan</b>	<b>Tanggal</b>
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si., M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1 002	Ketua	 .....	<u>27 Januari 2017</u>
2. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001	Penguji Ahli	 .....	<u>25 Januari 2017</u>
3. <u>Shandy Aditya, B.I.B., M.P.B.S.</u> NIP. DPK	Sekretaris	 .....	<u>18 Januari 2017</u>
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.</u> NIP. 19720627 200604 1 001	Pembimbing I	 .....	<u>18 Januari 2017</u>
5. <u>Rahmi, S.E., M.S.M.</u> NIP. DPK	Pembimbing II	 .....	<u>25 Januari 2017</u>

Tanggal Lulus : 27 Januari 2017



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang menjadi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang berjudul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Pada Mahasiswa Kampus A Universitas Negeri Jakarta)”**.

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang berperan dalam penyelesaian skripsi. Maka penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan secara moril dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Keluarga tercinta yaitu Bapak Lismer Malau, S.H., M.H., Ibu Rotua Marpaung, S.Pd., Ida Rezeki Oktaviani, S.Sos., dan Sumando Roma Natama Malau atas doa, dukungan, dan kasih sayang baik moril maupun materil.
2. Dr. Dedi Purwana ES., M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I.
5. Ibu Rahmi S.E., M.S.M. selaku Dosen Pembimbing II.

6. Ibu Dra. Basrah Saidani, M.Si. dan Bapak Shandy Aditya, B.I.B., M.P.B.S. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.

7. Para dosen dan seluruh karyawan/staf pegawai Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Desember 2016

Dahlia Yulianti

8215145284