

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN GO-JEK

**(Survei Pada Pelanggan Go-Jek di Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Jakarta)**

HERLAMBANG HENRI SYAHPUTRA

8223154294



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON CUSTOMER
SATISFACTION OF GO-JEK***

***(Survey to the Student Faculty of Economics State University of
Jakarta)***

HERLAMBANG HENRI SYAHPUTRA

8223154294



***The Scietific Paper Report was written to fulfill one of the requirements to get
Expert Associate Degree Faculty of Economics State University of Jakarta***

***MARKETING MANAGEMENT DIII
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2018***

Abstrak

Herlambang Henri Syahputra, 2018, 8223154294, judul karya ilmiah “Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek (Survei pada pelanggan Go-Jek di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)”.
Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang menggunakan Go-Jek. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengolahan data menggunakan metode regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan *R Square* sebesar 0,409 (40,9%), sedangkan sisanya 0,591 (59,1%) dipengaruhi oleh faktor lain. Dalam penelitian ini juga diketahui citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini relevan dan pada saat yang sama mendukung teori kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepuasan Pelanggan dan Analisis Regresi Linier Sederhana

Abstract

Herlambang Henri Syahputra, 2018, 8223154294, title of the research “The Influence of Brand Image on Customer Satisfaction of Go-Jek (Survey to the Student Faculty of Economics State University of Jakarta)”. DIII Marketing Study Program. Faculty of Economics State University of Jakarta.

This research is analyze the influence of brand image to customer satisfaction of Go-Jek. The data which is used in this research is primary data, collected from spreading one hundred questionnaires to Go-Jek customers. This research used purposive sampling and linier regression analysis in culvating data. From the result of the research, known that brand image influence to customer satisfaction. Which is showing by value of R Square is 0,409 (40,9%), while 0,591 (59,1%) is influence by other factors. In this research also known that brand image have positive and significant influence to customer satisfaction. Thus, the result of the research is relevant and at the same time support the theory of customer satisfaction.

Keyword: Brand Image, Customer Satisfaction and Regression Analysis

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe



ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO.
IAS/INA/3640

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Dosen Pembimbing

1. Nama : Dra. Basrah Sabani, M.Si
2. NIP : 196304191992002001
3. Tanda tangan :

Memberikan Persetujuan kepada Mahasiswa dibawah ini :

1. Nama : Hertambang Henri Syahputra
2. No. Registrasi : 8223154294
3. Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
4. Judul : Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek

Untuk Mengikuti/Tidak mengikuti* Sidang KI pada tanggal.....

Mengetahui
Koordinator Prodi D3 Manajemen Pemasaran FE UNJ

Jakarta, 20.2.2018
Mahasiswa Ybs,

Dra. Sholikhah, MM
NIP. 19620623 199003 2 001

Hertambang Henri
No.Reg : 8223154294

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus.

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Penguji

Dra. Sholikhah, M.M.

NIP. 19620623 199003 2 001



14-08-2018

Penguji Ahli

Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si.

NIP. 19720617 199903 1 001



15-08-2018

Dosen Pembimbing

Dra. Basrah Saidani, M.Si

NIP. 19630119 199203 2 001



15-08-2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 26 Juli 2018

Yang membuat pernyataan



Herlambang Henri

No. Reg. 8223154294

KATA PENGANTAR

Dengan selalu memohon ridho dan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini.

Karya Ilmiah dengan judul Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek (Survei pada pelanggan Go-Jek di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta) ditulis untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Ahli Madya di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dengan diselesaikan Karya Ilmiah ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan Karya Ilmiah ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua yang penulis cintai dan sayangi, yang telah memberikan nasehat, dukungan, dan doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Dra. Basrah Saidani M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dan memberi arahan kepada penulis serta telah meluangkan waktunya untuk audiensi.
3. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dra. Sholikhah M.M, selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Seluruh dosen Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis duduk dibangku perkuliahan.
6. Seluruh kerabat dan teman-teman Prodi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta yang ikut dalam penyusunan laporan Karya Ilmiah ini.
7. Teman-teman penulis Aslan, Devano, Ghiffari, Hasna, Nadya, Prakasa yang senantiasa memberikan semangat serta doa kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa Karya Ilmiah ini masih sangat jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan penulis dalam hal pengalaman dan wawasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat menambah pengetahuan dari pihak-pihak yang ada.

Jakarta, 25 Juli 2018

Penulis