

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GORIDE  
SELAMA MASA PANDEMI COVID-19  
DI KOTA MEDAN (STUDI KASUS  
PADA FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS  
MIKROSKIL)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**NOVI YANTI  
NIM . 18.711.0673**



**UNIVERSITAS  
MIKROSKIL**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2022**

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY, AND  
PRICE ON GORIDE CUSTOMER SATISFACTION DURING  
THE COVID-19 PANDEMIC IN MEDAN CITY  
(CASE STUDY AT FACULTY OF  
BUSINESS MIKROSKIL  
UNIVERSITY)**

**FINAL RESEARCH**



**UNIVERSITAS  
MIKROSKIL**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
FACULTY OF BUSINESS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2022**

**LEMBARAN PENGESAHAN**

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GORIDE  
SELAMA MASA PANDEMI COVID-19  
DI KOTA MEDAN (STUDI KASUS  
PADA FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS  
MIKROSKIL)**



Disetujui oleh :  
Dosen Pembimbing

**UNIVERSITAS  
MIKROSKIL**

Sugianta Ovinus Ginting, S.E.,M.M.

Medan, 18 Februari 2022  
Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi  
Manajemen

Apren Halomoan Hutasoit, S.E.,M.Si

## LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Novi Yanti  
NIM : 18.711.0673  
Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen GoRide di Kota Medan Selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis di Universitas Mikroskil)

Tempat Penelitian : Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan

Alamat Tempat Penelitian : Jl. M.H.Thamrin No. 112

No. Telepon Tempat Penelitian : (061) 4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 26 Januari 2022  
Saya yang membuat pernyataan,



(Novi Yanti)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image, kualitas pelayanan, dan harga, terhadap kepuasan pelanggan Go Ride selama masa pandemi covid-19 di Kota Medan. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil sebanyak 714 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah *probability sampling*. Dalam penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin* dengan persentase kesalahan sebesar 5% dan diperoleh sebanyak 256 orang mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial brand image pada transportasi ojek online Go Ride berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan pada transportasi ojek online Go Ride berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan harga pada transportasi ojek online Go Ride berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan selama masa pandemi covid-19 di Kota Medan. Secara simultan, brand image, kualitas pelayanan, dan harga pada transportasi ojek online Go Ride berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan selama masa pandemi covid-19 di Kota Medan. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh brand image, kualitas pelayanan, dan harga sebesar 44,2%, sedangkan sisanya sebesar 55.8% dijelaskan oleh pengaruh faktor lain atau variabel di luar model seperti faktor emosional dan kemudahan.

***Kata kunci : Brand Image, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan***

# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image, service quality, and price on Go Ride customer satisfaction during the covid-19 pandemic in Medan City. This type of research is a quantitative descriptive study. The population in this study were 714 student of Faculty Business University Mikroskil. The sample technique used is probabiliy sampling. In determining the number of samples using Slovin formula with a percentage of errors of 5% and obtained as many as 256 students. The results showed that partially the brand image of Go Ride's online motorcycle transportation had an effect on customer satisfaction, service quality of Go Ride's online motorcycle transportation had an effect on customer satisfaction, and price of Go Ride's online motorcycle transportation had an effect on customer satisfaction during the COVID-19 pandemic in Medan City. Simultaneously, brand image, service quality, and price on Go Ride online motorcycle transportation affect customer satisfaction during the COVID-19 pandemic in Medan City. Consumer satisfaction is influenced by brand image, service quality, and price of 44.2%, while the remaining 55.8% is explained by the influence of other factors or variables outside the model such as emotional factor, easiness and others not discussed in this study.

***Keywords: Brand Image, Service Quality, Price, Consumer Satisfaction***

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan kasih setianya saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Go Ride di Kota Medan Selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis di Universitas Mikroskil)” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pendamping yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Dr. Pahala Sirait, S.T., M.Kom, selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Gunawan, S.Kom., M.T.I. selaku Wakil Rektor I Universitas Mikroskil Medan.
5. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I. selaku Wakil Rektor II Universitas Mikroskil Medan.
6. Bapak William, S.Kom., M.M. selaku Wakil Rektor III Universitas Mikroskil Medan.
7. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
8. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
9. Ibu Purnaya Sari Br Tarigan, S.E. selaku Dosen Wali yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
10. Dosen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
11. Seluruh Pelanggan Go Ride atau responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan.
12. Kepada kedua Orang tua saya beserta seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan yang tak terhingga.
13. Sahabat – sahabat penulis, Putri Nuraini, Hendrik, Gracella Sinaga, Ferdi Fernando, Devina Loman dan Angeli Guptan serta seluruh keluarga besar Manajemen Bisnis Mikroskil 2018-2022 yang telah memberi motivasi dan semangat.
14. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masing terdapat kekurangan, kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 18 Februari 2022  
Penulis,

**Novi Yanti**





## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Ruang Lingkup .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Originalitas .....	10
<b>BAB II TINJAUAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran .....	12
2.1.2 Kepuasan Pelanggan .....	13
2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.2.2 Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan .....	13
2.1.2.3 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	15
2.1.2.4 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	15
2.1.3 Brand Image .....	16
2.1.3.1 Pengertian Brand Image.....	16
2.1.3.2 Faktor-Faktor Pembentuk Brand Image .....	16
2.1.3.3 Manfaat Brand Image .....	17
2.1.3.4 Indikator Brand Image .....	19
2.1.4 Kualitas Pelayanan .....	19
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	19
2.1.4.2 Pentingnya Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.4.3 Pembentukan Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.4.4 Indikator Kualitas Pelayanan .....	20
2.1.5 Harga .....	21
2.1.5.1 Pengertian Harga .....	21
2.1.5.2 Tujuan Penentuan Harga.....	22
2.1.5.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepekaan harga .....	22

2.1.5.4 Indikator Harga .....	23
2.2. Review Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Kerangka/ Model Konseptual.....	29
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	31
2.4.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Transportasi Online Gojek .....	31
2.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Transportasi Online Gojek. ....	32
2.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Transportasi Online Gojek. ....	32
2.4.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Transportasi Online Gojek. ....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	35
3.2 Objek Penelitian .....	35
3.3 Populasi dan Sampel .....	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	38
3.4.1 Penelitian Lapangan (Data Primer) .....	38
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel. ....	39
3.6 Metode Analisis Data .....	41
3.6.1 Statistika Deskriptif .....	41
3.6.2 Pengujian Kualitas data .....	41
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	42
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	48
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan Gojek Indonesia .....	48
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	50
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	51
4.1.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	53
4.1.5 Hasil Uji.....	58
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	61
4.1.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	67
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis.....	68
4.1.9 Pembahasan .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>

5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>148</b>



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 mengenai brand image jasa transportasi online.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	29
Gambar 4.1 Tampilan Aplikasi Gojek .....	47
Gambar 4.2 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	60
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Normal Probability Plot.....	60
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Scatterplot .....	63



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index (TBI) Jasa Transportasi Online Tahun 2017 -2021 .....	2
Tabel 1.2 Kuesioner Kepuasan Penggunaan Go Ride Selama Masa Pandemi Covid-19 .....	4
Tabel 1.3 Perbandingan Harga Antara PT Go-jek Indonesia dengan PT Grab Indonesia .....	6
Tabel 1.1 Review Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Bisnis Stambuk 2018, 2019 dan 2020 .....	34
Tabel 4.1 Rincian Pengisian dan Pengembalian Kuesioner.....	48
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Stambuk .....	50
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan .....	50
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Brand Image .....	52
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kualitas Pelayanan .....	53
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Harga .....	54
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kepuasan Pelanggan .....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas .....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Brand Image .....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Harga .....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas .....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas .....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Glejser .....	63
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	64
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji t) .....	65
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F).....	66
Tabel 4.21 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	66

# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	83
Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif .....	113
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data SPSS .....	115
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	121
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	124
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis .....	125
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	126
Lampiran 9 Tabel Distribusi .....	127



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL