

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN, HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PENGGUNA GRAB-BIKE (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI USU)**

SKRIPSI

Oleh :

RUDI

NIM : 14.711.0992



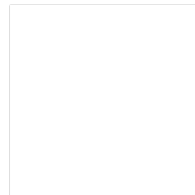
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

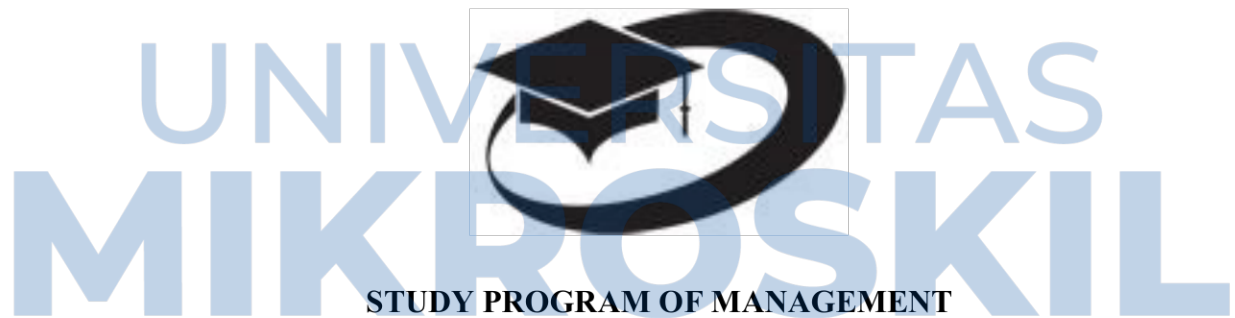
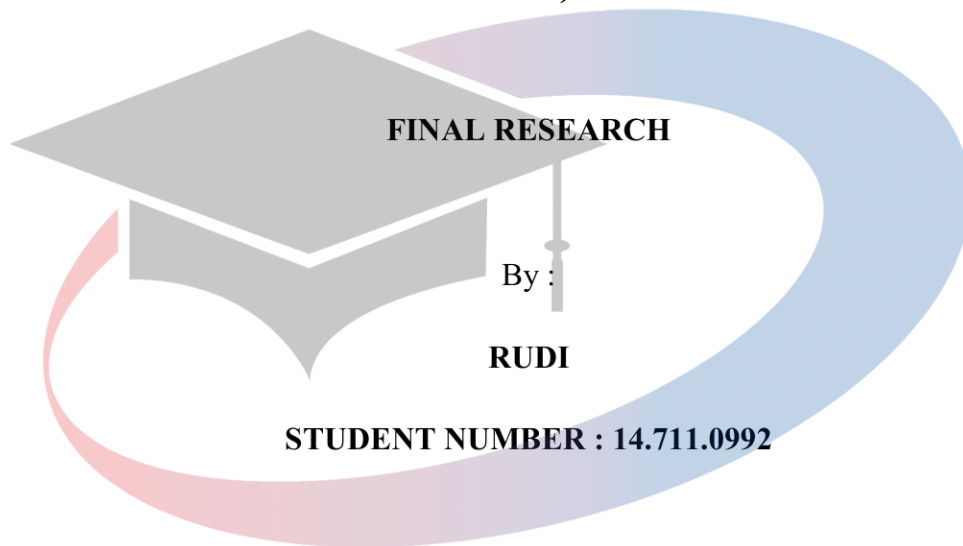
MIKROSKIL

MEDAN

2019



**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, QUALITY OF SERVICE,
PRICE AND PROMOTION TOWARDS CUSTOMER
SATISFACTION OF GRABBIKE USERS
(CASE STUDY ON STUDENTS
OF ECONOMIC
FACULTY
USU)**



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

MIKROSKIL

MEDAN

2019



LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN, HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PENGGUNA GRAB-BIKE (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI USU)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

RUDI
14.711.0992

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,


(Hanny Siagian, S.E., M.Si)

Medan, 22 Juli 2019

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi
Manajemen,


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



LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah Mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE – Mikroskil Medan dengan Identitas Mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Rudi

NIM : 147110992

Peminatan : Manajemen Bisnis

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Grabbike (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi USU)

Tempat Penelitian : Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara

Alamat Tempat Penelitian : Jalan Abdul Hakim No 1 Padang Bulan

No.Tel Tempat Penelitian : 0618213250

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 dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil, yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non- Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Fee Right*). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalih media-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, 10 Juli 2019

Saya yang membuat pernyataan,



(RUDI)

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi USU secara parsial maupun simultan. Teknik Pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Probability sampling* yaitu kepada pelanggan yang pernah menggunakan layanan transportasi *online* grabbike dan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 192 responden. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan penelitian diperoleh Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga dan Promosi terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga dan Promosi terdapat pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hasil koefisien determinasi adalah 0,401. Hal ini berarti total proporsi dari variabel Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga dan Promosi yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebesar 25,8 %. Sementara sisanya sebesar 74,2 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga, Promosi*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

The purpose of this research is to knowing and analyse the influence of Brand Image, Quality of Service, Price and promotion towards Customer Satisfaction on Students of economic faculty USU partially or simultaneously. Sampling Technique using Probablity Sampling method to the customer who have used online transportation services of grabbike and the number of samples in this study amounted to 192. Method of data analysis using multiple linear regression analysis. Based on the research obtain Brand Image, Quality of Service, Price and Promotion is partially influence on customer satisfaction. Brand Image, Quality of Service, Price and Promotion is simultaneously influence on customer satisfaction. The coefficient of determination is 0,258. This means that the total proportion on Brand Image, Quality of Service, Price and Promotion variables that can be explained in this study is 25,8 %. While the remaining 74,2 % is explained by another factors that not observed in this study.

Keywords : *Customer Satisfaction, Brand Image, Quality of Service, Price, Promotion*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-nya, Penulis dapat menyelesaikan Penulisan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Grabbike (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi USU). Penulisan ini dilakukan untuk melengkapi persyaratan guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mikroskil Medan.

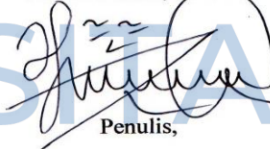
Dalam penulisan skripsi ini, banyak kendala yang dihadapi penulis. Namun berkat motivasi, bimbingan dan bantuan dari segala pihak. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan skripsi ini.
2. Miss Maggee Senata, S.E., M.Si selaku Dosen Pendamping dan Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan skripsi ini.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M, Selaku Ketua STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Djoni S.Kom., M.T.I, Selaku Wakil Ketua Satu STMIK-STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Paulus S.Kom., M.T, Selaku Wakil Ketua Dua STMIK-STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Saliman S.T, Selaku Wakil Ketua Tiga STMIK-STIE Mikroskil Medan.
7. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M, Selaku Ketua Prodi Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
8. Bapak dan ibu Dosen yang selama ini memberikan bekal ilmu kepada penulis.
9. Ibu Prof. Dr. Prihatin Lumbanraja, S.E., M.Si, Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Sumatera Utara yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi Sumatera Utara.

10. Bapak Drs. Hasan Sakti Siregar., M.Si., Ak, Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Sumatera Utara yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi Sumatera Utara.
11. Para Komisaris Kelas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Sumatera Utara Stambuk 2016-2018, dan Seluruh Responden yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
12. Orang Tua Penulis, Bapak Ui Lai Sen dan Ibu Rusiyana yang selama ini selalu memberikan motivasi kepada penulis.
13. Adik-Adik Penulis, Melini dan Riki yang selama ini selalu memberikan motivasi kepada penulis.
14. Saudara-Saudara Penulis, Toni Wijaya dan Dedi Wijaya yang selama ini selalu memberikan motivasi kepada penulis.
15. Sahabat-Sahabat Penulis, Ricky Hartanto, Ade Rinanda, Fenny Vernanda, Huria P. Hutanico, Melinda, Eva Astari Putri, Tanda Naiborhu, Eri Hutomo, Elisa, Agustinus, dan teman-teman lainnya yang telah memberikan bantuan dan motivasi kepada penulis.

Dalam hal ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Sehingga Kritik maupun Saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan skripsi di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai referensi bagi pihak yang membutuhkan.

Lubuk Pakam, 2019



Penulis,

(Rudi)

UNIVERSITAS
MIKROSKIL



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Ruang Lingkup	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Originalitas	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran	11
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	11
2.1.4 Citra Merek	18
2.1.5 Kualitas Layanan	27
2.1.6 Harga	33
2.1.7 Promosi	46
2.2. Review Penelitian Terdahulu	51
2.3. Kerangka dan Model Konseptual	60
2.4. Pengembangan Hipotesis	60
2.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	60

2.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	61
2.4.3 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	61
2.4.4 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan	62
2.4.5 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	64
3.1. Jenis Penelitian	64
3.2. Objek Penelitian	64
3.3. Populasi dan Sampel	64
3.3.1. Populasi	64
3.3.2. Sampel	65
3.4. Metode Pengumpulan Data	66
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	68
3.6. Metode Analisis Data.....	72
3.6.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
3.6.2. Statistik Deskriptif.....	73
3.6.3. Pengujian Kualitas Data.....	73
3.6.4. Pengujian Asumsi Klasik.....	74
3.6.5. Pengujian Hipotesis	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
4.1 Hasil Penelitian	79
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	79
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	91
4.1.3 Gambaran Umum Responden (Demografi)	92
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif	93
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data	98
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	103
4.1.7 Analisis Regresi Linier Berganda	108

4.1.8 Hasil Uji Hipotesis	109
4.2 Pembahasan	112
4.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	112
4.2.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	113
4.2.3 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	114
4.2.4 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan	115
4.2.5 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
5.1 Kesimpulan	118
5.2 Saran	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN.....	123
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	177

UNIVERSITAS MIKROSKIL



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	60
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi USU.....	80
Gambar 4.2 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas	105
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Normal P–P Plot	106
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas Dengan Pola Gambar Scatterplot	107



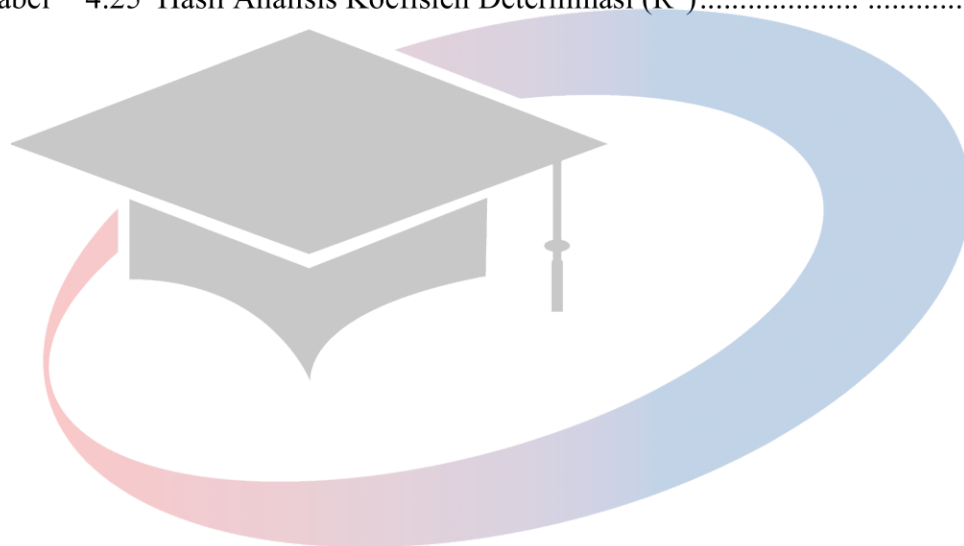
UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Review Penelitian Terdahulu	55
Tabel 3.1	Daftar Populasi Mahasiswa Program Studi Manajemen USU Stambuk 2016-2018.....	64
Tabel 3.2	Skala Likert.....	67
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel	70
Tabel 4.1	Rincian Pengiriman Dan Pengembalian Kuesioner.....	92
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	92
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	93
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	94
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan	95
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga	96
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi Penjualan	97
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	98
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Citra Merek.....	99
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Layanan.....	99
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Harga.....	100
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi Penjualan	101
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan.....	101
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Citra Merek	102
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kualitas Layanan	102
Tabel 4.16	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Harga.....	102
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Promosi Penjualan	103
Tabel 4.18	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan .	104
Tabel 4.19	Hasil Uji Multikolonieritas	104



Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas Dengan Teknik Uji Kolmogorov-Smirnov	106
Tabel 4.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser.....	108
Tabel 4.22 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	108
Tabel 4.23 Hasil Uji t (Uji Secara Parsial)	110
Tabel 4.24 Hasil Uji F (Uji Secara Simultan).....	111
Tabel 4.25 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	112



UNIVERSITAS MIKROSKIL



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	123
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	127
Lampiran 3 Hasil Pengujian Spss	150
Lampiran 4 Tabel Distribusi Penelitian	159



UNIVERSITAS MIKROSKIL