

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE GO-  
JEK PADA CIVITAS AKADEMIKA STIE YKPN**

**Ringkasan Skripsi**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana**



**Raden Mas Yasin Bayu Malik**

**2116 28917**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

**YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE  
GO-JEK PADA CIVITAS AKADEMIKA STIE YKPN**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**RADEN MAS YASIN BAYU MALIK**

No. Mhs.: 211628917

telah dipresentasikan di depan Tim Dosen pada hari Selasa 28 Juli 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.



Pembimbing

Tri Heru, Drs., M.Si.

Ketua/Penguji,

Siti Al Fajar, Dra., M.Si.

Yogyakarta, 28 Juli 2020  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN  
Ketua,



  
Dr. Haryono Subiyakto, M.Si.

## INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan transportasi online Go-Jek pada civitas akademika STIE YKPN Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan civitas akademika STIE YKPN Yogyakarta yang meliputi dosen, karyawan, dan mahasiswa aktif program studi Manajemen dan Akuntansi STIE YKPN Yogyakarta yang berusia lebih dari 17 tahun setelah melewati Purposive Sampling, sampel digunakan ini adalah sebanyak 96 pelanggan Go-Jek pada periode bulan Februari, Maret, dan April tahun 2020. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda yang bertujuan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh antar hubungan variabel. Sedangkan Uji Asumsi Klasik yang digunakan pada penelitian ini meliputi Uji Normalitas, Uji Heterokedstasitas, dan Uji Multikolinearitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Berdasarkan uji secara parsial variabel Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, sedangkan variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan.

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of Price, Service Quality, and Brand Image on Customer Quality of Go-Jek the transportation online based on academic community of STIE YKPN Yogyakarta. The population in this study were the academic community of STIE YKPN Yogyakarta which is consist of lecturer, the employee, the active college student in Management and Accounting of STIE YKPN Yogyakarta starting above 17 years, after passing Purposive Sampling, the samples used in this study were 96 Go-Jek customers in the February, March, and April 2020. The data analysis method used in this study is multiple linear regression which obtain a comprehensive picture between variable relationships. While the Alassic Assumption Test used in this study includes Normality Test, Heterocesdasiy Test, and Multicolienarity Test.*

*The results showed that the variables of Price, Service Quality, and Brand Image together had a significant effect on Customer Loyalty . based on the partial test, the variable Price has no sicnificant effect on Customer Loyalty, while the Price and Brand Image variables have positive and significant effect on Customer Loyalty.*

**Keywords:** Price, Service Quality, Brand Image, Customer Loyalty.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## PENDAHULUAN

Pesatnya progres teknologi mendorong sebuah negara harus mampu beradaptasi dengan perubahan dalam berbagai aspek, seperti teknologi, ekonomi dan politik. Kemajuan teknologi dapat memberikan manfaat berupa sumber informasi serta komunikasi (Pamungkas, 2014).

Teknologi informasi adalah kombinasi antara teknologi komputer dengan telekomunikasi yang berkembang demikian pesatnya (Irnawati, 2015). Go-Jek adalah bisnis transportasi berbasis online yang muncul karena berkembangnya teknologi informasi yang misi sosialnya adalah meningkatkan mata pencaharian pekerja di berbagai sektor informal dalam negeri (Arisanty & Farida, 2018)

Jumlah unduhan aplikasi Go-Jek selalu meningkat sejak bulan Desember 2015 hingga bulan Desember 2019. Meningkatnya pengunduhan aplikasi disebabkan oleh salah satu faktor yaitu loyalitas pelanggan. Menurut Setyowati & Wiyadi (2016) dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan perlu mewujudkan kualitas pelayanan yang sesuai harapan, keterjangkauan harga, dan *brand image* atau citra merek yang dapat diterima pelanggan.

## TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Go-Jek

Go-Jek merupakan bisnis transportasi berbasis online yang diciptakan oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Morann pada bulan Maret 2014. Go-Jek memberikan pelayanan utama yang disebut Go-Ride yang melayani pengantaran penumpang, disamping itu tersedia Go-Send untuk melayani pengiriman barang, Go-

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Food yang melayani pesan-antar makanan, dan masih banyak lagi pelayanan yang tersedia (Nufus, 2018).

## **Harga**

Kotler & Amstrong (2008), mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang untuk ditukarkan dengan barang atau jasa dengan upaya mendapatkan sejumlah manfaat dalam menggunakan serta memilikinya (Astuti, 2018).

## **Citra Merek**

Kotler & Amstrong (2008), mendefinisikan citra merek sebagai kombinasi persepsi pelanggan berkenaan merek tertentu yang saling bersangkutan (Rahmawati, Militina, & Suroso, 2016).

## **Kualitas Pelayanan**

Menurut Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985), kualitas pelayanan yakni penilaian tingkat keunggulan layanan yang diciptakan dengan upaya memenuhi apa yang pelanggan harapkan (Khoirista, Yulianto, & Mawardi, 2015).

## **Loyalitas Pelanggan**

Griffin J. (2002) menyatakan bahwa loyalitas merujuk pada perilaku pelanggan untuk membeli produk yang sama secara berkesinambungan (Nurullaili & Wijayanto, 2013).

## **Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Terdapat beberapa faktor pengaruh loyalitas pelanggan, yaitu sensitivitas harga dan kualitas suatu produk atau jasa. Berdasarkan penelitian dari Tomida & Satrio (2016) mendapatkan hasil bahwa suatu harga mempengaruhi loyalitas pelanggan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

H<sub>1</sub>: Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Menurut penelitian Irnandha (2016), suatu kualitas pelayanan secara signifikan dan positif mempengaruhi loyalitas pelanggan.

H<sub>2</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

## **Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Merek berperan sebagai identitas produk yang mempermudah pelanggan untuk mengingat suatu produk, disamping itu juga dapat membantu dalam melancarkan penjualan (Herliansyah, 2018).

H<sub>3</sub>: Citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Subjek dari penelitian ini meliputi: Lokasi penelitian yang dilaksanakan di STIE YKPN Yogyakarta pada bulan Februari 2020 sampai selesai. Sementara itu, obyek penelitian ini merupakan civitas akademika STIE YKPN Yogyakarta yang meliputi: dosen, karyawan, satpam, dan mahasiswa aktif program studi Manajemen dan Akuntansi.

### **Sampel Data**

Sugiyono (2005) mendefinisikan sampel sebagai karakteristik dan jumlah terhadap populasi. Penelitian ini menggunakan civitas akademika STIE YKPN Yogyakarta sebagai sampel. Menurut Notoatmodjo (2005), Berikut adalah rumus untuk menentukan jumlah sampel:

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

$$n = \frac{N}{(1 + N(d)^2)}$$

Keterangan:

n = Sampel.

N = Populasi.

d = Tingkat kepercayaan/ketepatan yang diinginkan (0.1)

Jumlah populasi yang digunakan adalah civitas akademika STIE YKPN Yogyakarta sebanyak 2316 orang yang diperoleh dari bagian unit Sumber Daya Manusia (SDM) dan unit program studi Manajemen dan Akuntansi di STIE YKPN Yogyakarta. Kemudian dari jumlah civitas akademika STIE YKPN Yogyakarta tersebut yang menggunakan jasa layanan Go-Jek sebanyak 10% dari jumlah yang ada yaitu 232, maka jumlah sampel yang digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{2316}{(1 + 2316(0,1)^2)} = \frac{2316}{24,16} = 95,86 \text{ dibulatkan menjadi } 96$$

Berdasarkan rumus diatas jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 96 pelanggan Go-Jek yang terdiri dari dosen sebanyak 6 orang, karyawan sebanyak 7 orang, dan mahasiswa aktif program studi Manajemen dan Akuntansi yang berjumlah 83 orang.

## Variabel Penelitian

Variabel merupakan fokus dalam sebuah penelitian. Berikut ini adalah operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

Loyalitas Pelanggan sebagai Variabel Dependen (Y). Berikut ini indikator Loyalitas Pelanggan (Griffin, 2005):

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- a) Minimal 3 bulan dalam menggunakan jasa secara berulang kali.
- b) Merekomendasikan kepada orang lain.
- c) Menunjukkan resistensi atas penyediaan jasa lain (Griffin J. , 2005).

Harga sebagai Variabel Independen ( $X_1$ ). Berikut ini indikator Harga (Kotler & Amstrong, 2010):

- a) Manfaat produk.
- b) Harga produk yang sesuai.
- c) Cara transaksi.
- d) Diskon (Kotler & Amstrong, Principles of Marketing, 2010).

Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Independen ( $X_2$ ) Berikut ini indikator Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono F. (2000):

- a) *Reliability* (keandalan).
- b) *Responsiveness* (ketanggapan).
- c) *Assurance* (jaminan dan kepastian).
- d) *Empathy* (empati).
- e) *Tangibles* (bukti fisik) (Tjiptono, 2000).

Citra Merek sebagai Variabel Independen ( $X_3$ ). Berikut ini indikator Citra Merek menurut Kotler & Keller (2008):

- a) Percaya diri.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- b) Manfaat produk.
- c) Modern.
- d) Populer (mudah diingat oleh konsumen).
- e) Mudah diucapkan oleh konsumen (Kotler & Keller, 2008).

## Uji Instrumen

Untuk menguji keabsahan kuesioner dalam penelitian ini, dilakukan dua pengujian yaitu uji validitas dan reliabilitas.

### a. Uji Validitas

Untuk menguji kevaliditasan suatu data adalah dengan mencermati nilai *Coefficient Correlation Pearson* pada hasil SPSS. Jika nilai signifikansi lebih besar daripada 0,01 ( $P\ value > 0,01$ ), artinya tidak terjadi hubungan korelasi.

### b. Uji Reliabilitas

Kuesioner diputuskan reliabel bila nilai *Cronbach Alpha* melampaui 0,6. Namun, bila nilai *Cronbach Alpha* di bawah 0,6 dinyatakan tidak reliabel.

## Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah ke bentuk yang lebih informative tentang responden dalam kuesioner.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

*Kolmogorov-Smirnov Test* digunakan untuk mengetahui kenormalan distribusi data (Apriyono & Taman, 2013). Data berdistribusi normal jika nilai *Asymp. Sig.* lebih besar daripada *alpha* 5%.

### b. Uji Heterokedasitas

Terjadinya Heterokedasitas dalam pengamatan akan menyebabkan hasil yang menyesatkan. Untuk mendeteksi adanya suatu heterokedasitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode Glejser dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel dependen. Jika nilai *Sig.* lebih kecil daripada *alpha* 5% maka terjadi heterokedasitas.

### c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas biasa digunakan untuk mengetahui dan menganalisis terjadinya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independen dalam satu model regresi linear berganda. Hubungan antar variabel independen dan variabel dependen menjadi terganggu apabila terjadi korelasi yang tinggi (Ansofino, 2016). Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) digunakan untuk menganalisis masalah

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

multikolinearitas. Tidak akan ada gejala multikolinearitas jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar daripada 10% (Gani & Amalia, 2015).

## Regresi Linear Berganda

Model penelitian ini yaitu model kuantitatif dengan alat bantu *software* SPSS 22.0 *for Windows* dalam melakukan estimasi perubahan suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut merupakan bentuk persamaan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

X<sub>1</sub> = Harga

X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayan

X<sub>3</sub> = Citra Merek

e = Gangguan

## Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan dalam menganalisis apakah variabel-variabel *independent* mempengaruhi variabel *dependent* secara bersamaan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Uji Parsial (Uji T)

Uji t bertujuan untuk melihat pengaruh parsial antara variabel independen terhadap dependen (Ghozali, 2009).

## Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi atau R<sup>2</sup> menjelaskan variasi perubahan variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Koefisien determinasi bernilai 0 sampai dengan 1.

## HASIL PENELITIAN

### Uji Validitas

nilai *Sig.* lebih besar dari *alpha*, pertanyaan tersebut tidak valid.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Harga

Kode	<i>Sig. (2-tailed)</i>	<i>alpha</i>	Keterangan
H1	0.000	1%	Valid
H2	0.000	1%	Valid
H3	0.000	1%	Valid
H4	0.000	1%	Valid
H5	0.000	1%	Valid

Sumber: *Output* SPSS 22.0 diolah (2020)

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Nampak seluruh pertanyaan indikator harga memenuhi syarat validitas, karena nilai *Sig.* seluruh pertanyaan di bawah *alpha*.

**Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

<b>Kode</b>	<b><i>Sig. (2-tailed)</i></b>	<b><i>alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
<b>KP1</b>	0.000	1%	Valid
<b>KP2</b>	0.000	1%	Valid
<b>KP3</b>	0.000	1%	Valid
<b>KP4</b>	0.000	1%	Valid

Sumber: data primer diolah (2020)

Nampak seluruh pertanyaan indikator kualitas pelayanan memenuhi syarat validitas, karena nilai *Sig.* seluruh pertanyaan di bawah *alpha*.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan**

<b>Kode</b>	<b><i>Sig. (2-tailed)</i></b>	<b><i>alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
<b>LP1</b>	0.000	1%	Valid
<b>LP2</b>	0.000	1%	Valid
<b>LP3</b>	0.000	1%	Valid
<b>LP4</b>	0.000	1%	Valid

Sumber: *Output* SPSS 22.0 diolah (2020)

Nampak seluruh pertanyaan indikator loyalitas pelanggan memenuhi syarat validitas, karena nilai *Sig.* seluruh pertanyaan di bawah *alpha*.

## Uji Reliabilitas

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dapat dikatakan *reliable* jika koefisien Cornbach Alpha dari suatu instrumen tidak lebih rendah dari 0,60.

**Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
Harga	0,689	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,719	Reliabel
Citra Merek	0,641	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,740	Reliabel

Sumber: *Output SPSS 22.0* diolah (2020)

Hasil pengujian reliabilitas dari Tabel 4.5 nampak jika instrumen harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan sudah lebih besar dari *Cronbach Alpha* minimum yaitu 0,60, maka dinyatakan reliabel.

## Uji Normalitas

Pengujian ini diperlukan untuk mengetahui apakah data telah memenuhi syarat normalitas atau tidak.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogrov –Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.34418335
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.036
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: *Output SPSS 22.0 diolah (2020)*

Dari tabel Uji Normalitas, nampak bahwa nilai *Asymp. Sig* 0,200 maka keputusannya adalah data penelitian ini sudah memenuhi asumsi normalitas karena nilai *Asym. Sig* sudah melampaui nilai *alpha* 0,05 dan dapat melanjutkan ke uji selanjutnya.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Uji Multikolinearitas

Pengujian Multikolinearitas ditunjukkan oleh nilai VIF berikut ini:

**Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.735	.412		-1.782	.078		
	HARGA	.065	.074	.061	.875	.384	.905	1.105
	KUALITAS_PELAYANAN	.318	.096	.276	3.301	.001	.625	1.601
	CITRA_MEREK	.754	.114	.554	6.598	.000	.617	1.621

a. Dependent Variable: LOYALITAS\_PELANGGAN

Sumber: *Output* SPSS 22.0 diolah (2020)

Dari tabel di atas, nampak jika semua variabel memiliki VIF di bawah 10.

Dari hasil analisis tabel 4.7 kesimpulannya tidak terdapat multikolinearitas.

## Uji Heterokedasitas

Hasil Uji Glejser ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.7 Uji Glejser**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.475	.247		1.921	.058
	HARGA	.042	.044	.103	.954	.343
	KUALITAS_PELAYANAN	.012	.058	.027	.206	.837
	CITRA_MEREK	-.109	.069	-.207	-1.591	.115

a. Dependent Variable: absoluteres

Sumber: *Output* SPSS 22.0 diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.8, semua variabel mengandung *Sig.* di atas *alpha* 0,05.

Kesimpulannya tidak ada masalah heterokedasitas.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Regresi Linear Berganda

Di bawah ini adalah hasil dari pemrosesan regresi yang menghasilkan koefisien pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini:

**Tabel 4.8 Hasil Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.735	.412		-1.782	.078
	HARGA	.065	.074	.061	.875	.384
	KUALITAS_PELAYANAN	.318	.096	.276	3.301	.001
	CITRA_MEREK	.754	.114	.554	6.598	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS\_PELANGGAN

Sumber: *Output SPSS 22.0 diolah (2020)*

Berdasarkan Tabel 4.9, berikut ini adalah interpretasi hasil regresi di atas:

$$\text{Loyalitas Pelanggan} = -0,735 + 0,065\text{Harga} + 0,318\text{Kualitas Pelayanan} + 0,754\text{Citra Merek} + e$$

Berikut ini penjelasannya:

1. Apabila Harga naik 1%, maka Loyalitas Pelanggan naik 6,5%.
2. Apabila Kualitas Pelayanan naik 1%, maka Loyalitas Pelanggan naik 31,8%.
3. Apabila Citra Merek naik 1%, maka Loyalitas Pelanggan naik 75,4%.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Uji Simultan (Uji F)

Uji F ditujukan untuk mengetahui pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.855	3	5.618	45.929	.000 <sup>b</sup>
	Residual	11.254	92	.122		
	Total	28.109	95			

a. Dependent Variable: LOYALITAS\_PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), CITRA\_MEREK, HARGA, KUALITAS\_PELAYANAN

Sumber: *Output SPSS 22.0* diolah (2020)

Dari Tabel 4.10 nampak jika variabel harga, citra merek, dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi loyalitas pelanggan karena nilai *Sig.* (.000) lebih kecil daripada *alpha* 5%.

## Uji Parsial (Uji T)

Uji T ditujukan guna mengetahui pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 4.9, berikut ini hasil penjelasan dari pengaruh masing-masing antar variabel:

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial

No	Hipotesis	Sig.	<i>alpha</i>	Prediksi	Hasil	Keputusan
1	Harga-> Loyalitas Pelanggan	0,384	0,05	+	+	Menolak H <sub>1</sub>
2	Kualitas Pelayanan -> Loyalitas Pelanggan	0,001	0,05	+	+	Menerima H <sub>2</sub>
3	Citra Merek -> Loyalitas Pelanggan	0,000	0,05	+	+	Menerima H <sub>3</sub>

Berikut intepretasi hasil pengujian hipotesis:

- Koefisien Harga bertanda positif dengan nilai signifikansi lebih besar dari *alpha* 5%. Oleh karena itu H<sub>1</sub> tidak terdukung.
- Koefisien Kualitas Pelayanan bertanda positif dengan nilai signifikansi lebih kecil dari *alpha* 5%. Oleh karena itu H<sub>2</sub> terdukung.
- Koefisien Citra Merek bertanda positif dengan nilai signifikansi lebih kecil dari *alpha* 5%. Oleh karena itu H<sub>3</sub> terdukung.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ )

Berikut ini hasil interpretasi koefisien determinasi:

**Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 <sup>a</sup>	.600	.587	.34975

a. Predictors: (Constant), CITRA\_MERЕК, HARGA, KUALITAS\_PELAYANAN

Sumber: *Output SPSS 22.0 diolah (2020)*

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari variasi perubahan antara variabel independen terhadap variabel dependen sejumlah 58,7%. Disamping itu, sisanya sejumlah 41,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini, misalnya kepuasan pelanggan dan promosi.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berikut ini kesimpulan yang bisa ditarik dari bab sebelumnya:

1. Hasil dari Uji F variabel Independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.
2. Dari hasil uji parsial dapat disimpulkan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dapat ditunjukkan sebagai berikut:

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- a. Variabel Harga ( $H_1$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada transportasi online Go-Jek maka hasil ini tidak mendukung hipotesis 1.
  - b. Variabel Kualitas Pelayanan ( $H_2$ ) secara positif dan signifikan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada transportasi online Go-Jek maka hasil ini mendukung hipotesis 2.
  - c. Variabel Citra Merek ( $H_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada transportasi online Go-Jek maka hasil ini mendukung hipotesis 3.
3. Hasil dari Koefisien Determinasi variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 58,7%.

## Saran

Berdasarkan analisis dari bab serta kesimpulan sebelumnya yang sudah dibahas dalam penelitian ini, berikut saran-saran dari penulis untuk mendapatkan hasil serta analisis yang lebih baik, yakni:

1. Pihak perusahaan PT. Go-Jek diharapkan terus dapat menetapkan *price mix* yang salah satunya berupa diskon yang bertujuan untuk memajukan promosi penjualan jasanya agar para pelanggan tidak mengalami kejenuhan dan dapat meringankan pelanggan untuk membeli jasa dari PT. Go-Jek. Selain itu, dengan adanya diskon, perusahaan PT. Go-Jek akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta pelanggan akan melakukan *repeat order*. Disamping

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

itu, pelanggan juga akan membantu untuk melakukan promosi melalui *word of mouth* sehingga PT. Go-Jek dapat menambah pelanggan baru.

2. Penelitian menghasilkan pernyataan bahwa variabel kualitas pelayanan secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan, pihak perusahaan PT. Go-Jek diharapkan terus mengoptimalkan kualitas pelayanan dalam upaya mengoptimalkan loyalitas pelanggan.
3. Dari hasil penelitian terungkap variabel citra merek secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan, maka dari itu PT. Go-Jek diharapkan mampu mengoptimalkan kepercayaan pelanggan melalui kekuatan beserta kebaikan dari citra merek yang bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel tambahan yang belum dipakai dalam penelitian ini, dalam upaya mendapatkan hasil penelitian yang lebih bervariasi serta lebih menjelaskan dan mendeskripsikan akan hal-hal yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR PUSTAKA

- Ansofino, d. (2016). *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish.
- Apriyono, A., & Taman, A. (2013). Analisis Overreaction Pada Saham Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005-2009. *jurnal Nomina*, 2(2).
- Astuti, S. W. (2018). *Pengaruh harga , Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Flashdisk Merek Kingston Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Sumatera Utara*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: PT. Andi Offset.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Herliansyah, R. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Go-Jek di Sleman). *Skripsi*.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Khoirista, A., Yulianto, E., & Mawardi, M. (2015, Agustus). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(2), 2.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Principles of Marketing* (Vol. 13 e.d). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Nufus, H. (2018). *Pola Komunikasi Driver Gojek Pada Customer di Kota Bandar Lampung Studi pada Gojek di Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Nurullaili, & Wijayanto, A. (2013, Maret). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi Pada Tupperware di Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 90.
- Pamungkas, Y. F. (2014). *Pengaruh Orientasi Pembelian, Kepercayaan, dan Pengalaman Pembelian Online Terhadap Niat Beli Online*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya.