

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
MENGUNAKAN TRANSPORTASI GOJEK DI SURABAYA**



**OLEH :**

**MARCELLA NATALIE LEAR  
201100047**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA  
2024**

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
MENGUNAKAN TRANSPORTASI GOJEK DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

**MARCELLA NATALIE LEAR  
201100047**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA  
2024**

**SKRIPSI**

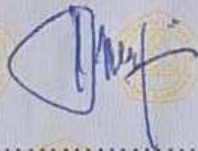
**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
MENGUNAKAN TRANSPORTASI GOJEK DI SURABAYA**

Oleh :

Marcella Natalie Lear  
201100047

Dipertahankan di depan Penguji  
Pada Tanggal 05 Februari 2024

Ketua Tim Penguji



.....  
Drs. Ec Bruno Hami, M.M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



.....  
Dr. Lilik Indrawati, M.M



.....  
Dr. Thyophoida W.S Panjaitan, M.M

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : Marcella Natalie Lear

NPM : 201100047

FAKULTAS : Ekonomi

JURUSAN : Manajemen Pemasaran

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Layanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Transportasi Gojek Di Surabaya

**Pembimbing**

Tanggal : .....



Dr. Lilik Indrawati, M.M

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

Tanggal : .....



Dr. Thyophoida W.S Panjaitan, M.M

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
MENGUNAKAN TRANSPORTASI GOJEK DI SURABAYA**

Oleh

Marcella Natalie Lear  
201100047


Telah Diuji dan Dipertahankan Dihadapan  
Tim Penguji Skripsi

Pada Tanggal 05 Februari 2024

Ketua : Drs. Ec Bruno Hami, M.M

Anggota : 1. Dr. Thyophoida W.S Panjaitan, M.M

2. Dr. Lilik Indrawati, M.M



Handwritten signatures of the examiners, including the Chairman and two members, positioned to the right of their respective names.

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Marcella Natalie Lear

Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Pemasaran

Alamat : Jl. Masjid gang makam no.22, Kec. Medokan ayu, Kel. Rungkut

No Identitas : 3578255009020002

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**Pengaruh *Brand image*, Kualitas layanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Keputusan konsumen menggunakan transportasi Gojek di Surabaya.**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya dari saya sendiri dan belum pernah dipublikasikan secara umum maupun Sebagian dalam bentuk jurnal atau yang lainnya yang dipublikasikan secara umum. Skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil karya saya sendiri dengan seluruh sumber yang dijadikan rujukan dalam penulisan skripsi ini yang telah saya sebutkan sesuai dengan kaidah aka

demik yang berlaku umum. Apabila di kemudian hari terbukti ada ketidaksesuaian dan saya melakukan tindakan meniru karya tulis orang lain, saya bersedia menerima teguran berupa sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika, termasuk pencabutan gelar sarjana.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh tanggung jawab.

Surabaya, 05... Februari... 2024

Hormat saya,



Marcella Natalie Lear

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Brand Image, Kualitas layanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan transportasi Gojek di Surabaya”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana ekonomi (S.E) program Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian serta penyusunan laporan skripsi ini, peneliti tidak luput dari banyak kendala dan kesalahan. Kendala serta kesalahan tersebut dapat diatasi oleh peneliti berkat adanya bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Romo Adrian Adiredjo, S.T.L., M.A., S.T.D., selaku Rektor dari Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya atas dukungan yang diberikan beliau.
2. Ibu Lilik Indrawati, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya serta selaku dosen pembimbing saya selama menjalankan skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk dapat membimbing serta memberikan saran kepada peneliti dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
3. Bapak Dr s. Ec. Bruno Hami, M.M., selaku dosen penguji 1 (satu) skripsi saya yang telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya serta selaku dosen penguji 2 (dua) skripsi saya yang telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M., selaku Dosen Wali pada tahun akademik





2020 yang banyak membantu saya dalam perwalian setiap semester.

6. Seluruh Dosen Pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika yang telah membimbing peneliti selama perkuliahan.
7. Kedua orang tua saya papa dan mama tercinta atas segala bentuk dukungan serta doanya.
8. Seluruh teman-teman Manajemen Pemasaran sore Angkatan 2020 Eveline Stivania, Nicodemus Romanda, Victor Christoper yang turut serta berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Ahmad Habil Mas Huda, selaku partner yang selalu mendampingi dan mendukung saya dalam mengerjakan skripsi hingga selesai.
10. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan doanya agar skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa pada penulisan skripsi ini tentu masih banyak kekurangan atau masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu agar dapat menyempurnakan skripsi ini kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan oleh peneliti. Akhir kata terimakasih untuk semua bantuan dan masukan yang berarti bagi penyelesaian skripsi ini dan peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Surabaya, 05 Februari 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR TABEL ..... vi

DAFTAR GAMBAR..... vii

DAFTAR LAMPIRAN ..... viii

ABSTRAK..... ix

ABSTRACT..... x

BAB I PENDAHULUAN ..... 1

1.1 Latar belakang ..... 1

1.2 Rumusan Masalah ..... 5

1.3 Tujuan Penelitian ..... 6

1.4 Manfaat Penelitian ..... 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA ..... 8

2.1 Landasan Teori..... 8

2.1.1 *Brand Image* ..... 8

2.1.2 Kualitas layanan ..... 10

2.1.3 Harga ..... 12

2.1.4 Kepercayaan ..... 13

2.1.5 Pengertian Keputusan Penggunaan / Pembelian..... 15

2.2 Pengaruh antar variabel..... 16

2.2.1 Pengaruh *brand image* terhadap keputusan penggunaan..... 16

2.2.2 Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan ..... 16

2.2.3 Pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan ..... 17

2.2.4 Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan..... 17

2.3 Penelitian terdahulu ..... 17

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Sejalan dengan perkembangan iptek, karya ilmiah ini dapat diakses melalui internet. Untuk keperluan yang lain, mohon izin dari pustakawan.





2.3.1 Penelitian Terdahulu 1 .....	17
2.3.2 Penelitian Terdahulu 2.....	18
2.3.3 Penelitian terdahulu 3.....	19
2.4 Rerangka pemikiran.....	21
2.5 Kerangka Konseptual.....	22
2.6 Hipotesis.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1 Objek penelitian.....	23
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	23
3.2.1 Pendekatan Penelitian .....	23
3.2.2 Sumber data.....	24
3.3 Variabel penelitian.....	25
3.3.1 Variabel bebas.....	25
3.3.2 Variabel terikat .....	25
3.4 Definisi operasional variabel.....	26
3.4.1 Definisi operasional variabel bebas .....	26
3.4.2 Definisi operasional variabel terikat.....	28
3.5 Populasi dan Sampel.....	28
3.5.1 Populasi .....	28
3.5.2 Sampel.....	28
3.6 Metode dan Teknik analisis data.....	30
3.6.1 Metode pengumpulan data .....	30
3.6.2 Teknik Analisis Data.....	30
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Gambaran umum Obyek Penelitian.....	37
4.1.1 Sejarah singkat perusahaan Gojek .....	37
4.1.2 Struktur Organisasi perusahaan Gojek.....	38
4.1.3 Visi dan Misi perusahaan Gojek .....	39
4.1.4 Logo perusahaan Gojek.....	40
4.2 Deskripsi hasil penelitian .....	40



4.2.1 Karakteristik Responden .....	40
4.3 Analisis data dan Pembahasan .....	43
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	43
4.3.2 Uji Validitas.....	49
4.3.3 Uji Reliabilitas .....	51
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	52
4.4.1 Uji Multikolinearitas .....	52
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	52
4.4.3 Uji Normalitas .....	53
4.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	54
4.4.5 Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	56
4.4.6 Uji t .....	56
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan penelitian terdahulu 1.....	18
Tabel 2.2 Perbedaan penelitian terdahulu 2.....	19
Tabel 2.3 Perbedaan penelitian terdahulu 3.....	20
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan usia .....	41
Tabel 4. 2 Responden berdasarkan jenis kelamin.....	41
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan domisili .....	42
Tabel 4. 4 Hasil jawaban kuisisioner X1 ( <i>Brand Image</i> ) .....	44
Tabel 4. 5 Hasil jawaban kuisisioner X2 (Kualitas layanan) .....	45
Tabel 4. 6 Hasil jawaban kuisisioner X3 (Harga) .....	46
Tabel 4. 7 Hasil jawaban kuisisioner X4 (Kepercayaan).....	47
Tabel 4. 8 Hasil jawaban kuisisioner Y (Keputusan Menggunakan) .....	48
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas .....	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4. 13 Hasil Koefisien Determinan.....	56
Tabel 4. 14 Uji t.....	57

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Rerangka pemikiran.....	21
Gambar 2.2	Kerangka konseptual .....	22
Gambar 4. 1	Logo perusahaan Gojek .....	40
Gambar 4. 2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53
Gambar 4. 3	Hasil Uji Normalitas .....	54
Gambar 4. 4	Hasil Uji t Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	57
Gambar 4. 5	Hasil Uji t Variabel Kualitas Layanan (X2).....	58
Gambar 4. 6	Hasil Uji t Variabel Harga (X3) .....	59
Gambar 4. 7	Hasil Uji t Variabel Kepercayaan (X4).....	60

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk penyalangan/plagiarisme/dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner “Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Layanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Transportasi Gojek Di Surabaya”

- Lampiran 2 Hasil kuisisioner
- Lampiran 3 Karakteristik responden berdasarkan usia
- Lampiran 4 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin
- Lampiran 5 Karakteristik responden berdasarkan domisili
- Lampiran 6 Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 9 Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 11 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 13 Hasil Koefisien Determinan ( $R^2$ )
- Lampiran 14 Hasil Uji T
- Lampiran 15 Hasil Uji F
- Lampiran 16 Lembar bimbingan

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/pengial-takan akan hak cipta ini akan dipertanggungjawabkan.



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang terjadi di Indonesia membuat seseorang dapat berinovasi untuk menciptakan sesuatu hal baru seperti transportasi berbasis online yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun, dimana salah satunya adalah Gojek. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Brand Image, Kualitas Layanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Transportasi Gojek Di Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode penyebaran kuisioner melalui google form. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan Gojek di Surabaya, peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang akan diteliti yakni sebesar 100 responden.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa semua item pernyataan masing-masing variabel kuisioner dinyatakan valid dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar 0.1966, semua variabel dinyatakan reliabel dengan *cronbach's alpha*  $> 0,50$ . Hasil P-Plot Uji Normalitas menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hasil Uji Multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independent pada model regresi dengan nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ . Hasil Uji Heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi dikarenakan tidak ada bentuk pola yang jelas sebaran titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah  $Y = 4.429 + 0.108 X_1 + 0.350 X_2 + 0.113 X_3 + 0.451 X_4$ , nilai *Adjusted Rsquare* sebesar 38,7%, artinya kontribusi *Brand image*, Kualitas layanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan Gojek di Surabaya adalah rendah. Hasil Uji t menunjukkan bahwa *Brand image* dan Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan Gojek di Surabaya, sedangkan Kualitas layanan dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menggunakan Gojek di Surabaya.

Kata kunci : *Brand Image*, Kualitas layanan, Harga, Kepercayaan, Keputusan menggunakan



## ABSTRACT

Technological developments that occur in Indonesia allow people to innovate to create new things such as online-based transportation that can be accessed anywhere and anytime, one of which is Gojek. The aim of this research is to determine the influence of Brand Image, Service Quality, Price and Trust on Consumer Decisions to Use Gojek Transportation in Surabaya.

This research is quantitative research with data collection techniques using the method of distributing questionnaires via Google Form. The population in this research are consumers who have used Gojek in Surabaya, researchers used a purposive sampling method. The number of samples to be studied is 100 respondents.

The results of data analysis show that all statement items for each questionnaire variable are declared valid with  $r_{count} > r_{table}$  of 0.1966, all variables are declared reliable with Cronbach's alpha  $> 0.50$ . The results of the P-Plot Normality test show that the data used in this study is normally distributed. The results of the Multicollinearity Test show that there are no symptoms of multicollinearity between independent variables in the regression model with a tolerance value  $> 0.10$  and  $VIF < 10$ . The results of the Heteroscedasticity Test show that there are no symptoms of heteroscedasticity in the regression model because there is no clear pattern and distribution of points. above and below the number 0 on the Y axis. The multiple linear regression equation in this study is  $Y = 4.429 + 0.108 X_1 + 0.350 X_2 + 0.113 X_3 + 0.451$  service, price, and trust in the decision to use Gojek in Surabaya are low. The test results show that brand image and price have no influence on the decision to use Gojek in Surabaya, while service quality and trust have a significant influence on the decision to use Gojek in Surabaya.

*Keywords: Brand Image, Service Quality, Price, Trust, Decision to use*

