

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG *GO-RIDE* DI JAKARTA
SELATAN**

TUGAS AKHIR

HAIKAL FARHAN MARZUKI

183112340250525



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

JAKARTA

2022

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG *GO-RIDE* DI JAKARTA
SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasional

Oleh:

HAIKAL FARHAN MARZUKI

183112340250525



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2022**

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Haikal Farhan Marzuki

NPM : 183112340250525

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala hal yang ditulis dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG *GO-RIDE* DI JAKARTA SELATAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang di sebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 9 Agustus 2022



HAIKAL FARHAN MARZUKI

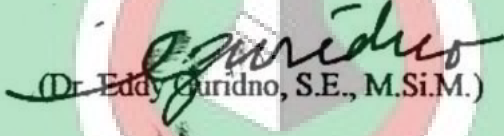
183112340250525

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG *GO-RIDE* DI JAKARTA SELATAN**


Nama Mahasiswa : **HAIKAL FARHAN MARZUKI**
Nomor Pokok : **183112340250525**
Program Studi : **Manajemen**

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen,


(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)


Jakarta: 22 Agustus 2022

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG *GO-RIDE* DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : HAIKAL FARHAN MARZUKI
Nomor Pokok : 183112340250525
Program Studi : Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)

Ketua Penguji,


(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)


Anggota / Penguji,


(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.)

Mengetahui

Dekan,




(Kurniati Dewiseiso, S.E., M.App. Ec., Ph.D.)

Jakarta:

Tanggal Lulus: 22 Agustus 2022

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG *GO-RIDE* DI JAKARTA SELATAN

Oleh:

Haikal Farhan Marzuki

NPM: 183112340250525

Tugas Akhir di bawah bimbingan Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, *brand image*, dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang *Go-Ride* di Jakarta Selatan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer yang didapat dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Setelah uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan, data dinyatakan valid dan reliabel. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda dan uji hipotesis yaitu uji-t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang., *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang., dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: persepsi harga, *brand image*, kualitas layanan, minat beli ulang

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, BRAND IMAGE, AND SERVICE QUALITY ON GO-RIDE'S REPURCHASE INTENTION IN SOUTH JAKARTA

By:

Haikal Farhan Marzuki

NPM: 183112340250525

Thesis under the guidance of Dr, Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

This study aims to determine the influence of price perception, brand image, and service quality on Go-Ride's repurchase intention in South Jakarta. This research was conducted with a quantitative approach. The source of data in this study is primary data obtained by distributing questionnaires to 96 respondents. Sampling in this study was done using a simple random sampling technique. After validity test and reliability test are carried out, the data is declared valid and reliable. The data analysis technique used is multiple linear regression test and the hypothesis test is t-test. The results showed that price perception has a positive and significant effect on repurchase intention, brand image has a positive and significant effect on repurchase intention, and service quality has a positive and significant effect on repurchase intention.

Keywords: price perception, brand image, service quality, repurchase intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG *GO-RIDE* DI JAKARTA SELATAN”

Penyusunan tugas akhir ini telah berhasil terlaksana berkat dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. selaku dosen pembimbing yang penulis hormati, yang telah bersedia dalam membantu memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada mahasiswa sehingga bisa tumbuh dan berkembang dengan baik dalam proses belajar.
7. Orang tua penulis, Ibunda Nurul Suryasari yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, nasehat, serta doa yang takkan bisa penulis balas.
8. Seluruh anggota keluarga besar penulis; nenek, paman, bibi, sepupu, yang selalu memberikan kasih sayang dan perhatian kepada penulis. Terima kasih atas motivasi, canda tawa, dukungan, serta doa yang kalian berikan.
9. Para responden yang telah membantu jalannya penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.

10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan. Penulis berharap tugas akhir ini dapat berguna bagi penulis sendiri, pembaca, dan para peneliti selanjutnya.



Penulis, 9 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Haikal', written in a cursive style.

Haikal Farhan Marzuki

183112340250525

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Pemasaran.....	7
2. Pemasaran Jasa	8
3. Persepsi Harga	10
4. <i>Brand Image</i>	11
5. Kualitas Layanan	13
6. Minat Beli Ulang	15
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	16
1. Keterkaitan Persepsi Harga dan Minat Beli Ulang.....	16
2. Keterkaitan <i>Brand Image</i> dan Minat Beli Ulang.....	17
3. Keterkaitan Kualitas Layanan dan Minat Beli Ulang	18
C. Penelitian Terdahulu.....	18
D. Kerangka Analisis	22
E. Hipotesis	24

BAB III.....	25
METODE PENELITIAN	25
A. Objek Penelitian	25
B. Data Penelitian.....	25
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	25
2. Populasi dan Sampel	26
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	27
C. Definisi Operasional Variabel	28
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	30
1. Uji Kualitas Instrumen	30
2. Uji Asumsi Klasik.....	31
3. Pengujian Hipotesis	32
4. Uji Kelayakan Model.....	34
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Hasil Penelitian.....	35
1. Karakteristik Responden	35
2. Analisis Deskriptif Jawaban Responden	37
3. Uji Kualitas Instrumen	44
4. Uji Asumsi Klasik.....	48
5. Pengujian Hipotesis	52
6. Uji Kelayakan Model.....	54
B. Pembahasan.....	57
BAB V.....	61
KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis	24
Gambar 4.1 Kategorisasi Indikator Variabel Persepsi Harga (X1).....	39
Gambar 4.2 Kategorisasi Indikator Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	40
Gambar 4.3 Kategorisasi Indikator Variabel Kualitas Layanan (X3)	42
Gambar 4.4 Kategorisasi Indikator Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	44
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas	51



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	<i>Top Brand Index</i> Kategori Jasa Transportasi Online 2016	3
Tabel 1. 2	<i>Top Brand Index</i> Kategori Jasa Transportasi Online 2022	4
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1	Skala Likert 1-5 Dalam Kuesioner	28
Tabel 3. 2	Operasionalisasi Variabel.....	29
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Persepsi Harga (X1)	38
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Brand Image (X2).....	39
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Kualitas Layanan (X3).....	41
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Minat Beli Ulang (Y).....	43
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X1).....	45
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel Brand Image (X2)	46
Tabel 4.10	Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X3)	46
Tabel 4.11	Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang (Y)	47
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.13	Uji Normalitas	49
Tabel 4.14	Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.15	Analisis Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.16	Uji Parsial (Uji t)	54
Tabel 4.17	Uji Simultan (Uji F).....	55
Tabel 4.18	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2	Distribusi Jawaban Responden	72
Lampiran 3	Uji Validitas	82
Lampiran 4	Uji Reliabilitas	85
Lampiran 5	Uji Normalitas.....	86
Lampiran 6	Uji Multikolinearitas	87
Lampiran 7	Uji Heteroskedastisitas	87
Lampiran 8	Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
Lampiran 9	Uji Parsial (Uji t).....	88
Lampiran 10	Uji Simultan (Uji F)	88
Lampiran 11	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	88

