

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(STUDI PADA JASA GO-JEK DI KOTA SEMARANG)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika Dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

Bram Andreas Sidabutar

NIM: 12010114140165

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2018**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Bram Andreas Sidabutar

Nomor Induk Mahasiswa : 12010114140165

Fakultas/Jurusan : FEB/Manajemen

Judul Usulan Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS
PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (Studi pada Jasa GO-
JEK di Kota Semarang)**

Dosen Pembimbing : Drs. Suryono Budi Santosa, M.M.

Semarang, 14 agustus 2018
Dosen Pembimbing,



Drs. Suryono Budi Santosa, M.M.
NIP.195906091987031003

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Bram Andreas Sidabutar
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114140165
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING** (Studi pada Jasa GO-JEK di Kota Semarang)

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal

Dosen Penguji:

1. Drs. Suryono Budi Santosa, M.M

(.....)

2. Dr. Harry Soesanto, MMR

(.....)

3. Rizal Hari Magnadi, S.E, M.M

(.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Bram Andreas Sidabutar , menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING** (Studi pada Jasa GO-JEK di Semarang) adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 14 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan



Bram Andreas Sidabutar

NIM : 12010114140165

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

LET GOD DO IT HIS WAY

(Matius 21:22)

Dan apa saja yang kamu minta dalam doa dengan penuh kepercayaan, kamu akan menerimanya."

(John D. Rockefeller Jr)

Rahasia kesuksesan adalah melakukan hal yang biasa secara tak biasa.

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Tuhan Yesus Kristus Juruslamat hidupku, Kedua orang tua terkasih Kapro Sidabutar dan Betty Dewina Matondang yang selalu memberi kasih sayang yang tulus, perhatian, dan nasehat serta arahan- arahan dalam semua aktivitas hidupku. keluargaku terkasih yang menjadi motivasi terbesarku menyelesaikan perkuliahan dengan baik .

ABSTRAK

GO-JEK merupakan salah satu Perusahaan di sektor jasa yang melayani konsumen melalui aplikasi online di Indonesia, konsumen sudah tau membandingkan jasa yang satu dengan jasa yang lainnya yang dapat melayani sesuai dengan kebutuhan. Ketidakpuasan akan layanan akan membuat para pelanggan berpaling. Dengan demikian GO-JEK harus mampu mengimpelentasikan strategi yang membuat konsumen tetap memilih GO-JEK dalam memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra merek terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai *variable intervening*. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna layanan GO-JEK di Semarang.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 134 responden yang dikumpulkan melalui kuesioner terhadap konsumen yang pernah menggunakan jasa GO-JEK di wilayah Semarang. Penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas Pelayanan, Citra merek, dan Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Jasa, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

GO-JEK is one of the companies in the service sector that serves consumers through online applications in Indonesia, consumers already know comparing one service with other services that can serve as needed. Dissatisfaction to the services will make consumers stop using the services. Thus GO-JEK must be able to implement strategies that keep consumers choosing GO-JEK in satisfying their needs. The purpose of this study to analyze the effect of service quality, brand image on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable. The population used in this study is users of GO-JEK services in Semarang.

Data collection method used is purposive sampling. The number of samples used in this study as many as 134 respondents who were collected through questionnaires to consumers who had used GO-JEK services in the Semarang area. This study uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis using the AMOS 22.0 analysis tool.

The result show that the service quality dan brand image has a positive and significant effect on the customer satisfaction, service quality, brand image, and customer satisfaction has a positive and significant effect on the customer loyalty.

Keywords: Services, Service quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji Nama Tuhan,

Segala hormat, puji dan syukur serta kemuliaan dipanjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus untuk kasih-Nya yang sempurna dan tak berkesudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan penuh ucapan syukur. Penulisan skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Jasa GO-JEK di Semarang)” ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro. Bersamaan dengan ini, skripsi ini tidak selesai tanpa doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Suharnomo S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah banyak memberikan motivasi, bimbingan, serta semangat secara tidak langsung selama proses belajar mengajar di Kampus FEB UNDIP.
2. Drs. Suryono Budi Santosa, M.M, selaku dosen pembimbing yang memberi arahan dan yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan dukungan, motivasi dan bimbingan selama proses pengerjaan skripsi.
3. Mirwan Surya Perdhana, SE,MM,Ph.D selaku dosen wali atas perhatian, bimbingan dan nasehat selama proses perkuliahan

4. Dr. Harjum Muharam dan Dr. Mahfudz, SE., MT, selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro
5. Segenap dosen dan staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan kepada selama penulis menjalani perkuliahan
6. Kedua orang tua terkasih Betty Kapro Sidabutar dan Dewina Matondang yang selalu memberi kasih sayang, dukungan, doa, memberikan topangan, nasehat, dan selalu mengingatkan untuk selalu semangat pantang menyerah dan berserah kepada Tuhan
7. Adik adik ku Irene Sidabutar, Yoel Sidabutar, Grace Sidabutar yang selalu mendoakan yang terbaik.
8. Segenap responden (pengguna layanan GO-JEK Semarang) yang membantu peneliti untuk memperoleh data- data yang dibutuhkan.
9. Sahabat- sahabat yang selalu setia dan sedia menolong setiap saat Darwis Siahaan dan Ester Simarmata.
10. Sahabat spesial yang mendukung penuh, membantu, dan menjadi penyemangat Yohana Sarah Siahaan
11. Kontrakan Harun Akan Selalu Tampan Puji Siahaan, Yan Sihaloho, Harun Sitorus, Ben Turnip, Mangatur Simbolon.
12. Seluruh anggota FORUM BURJO
13. Seluruh teman- teman AUDISIE 2014

14. Teman-teman kuliah Heru tupank, Rizal Yulianto, Ryan hutagalung, Daniel Pasaribu, Nabot Hutabarat, Parry Simbolon, Ahsan Juaneschar, Ariadhi yudha, Sahri ashari atas kebersamaan selama perkuliahan
15. Teman- teman satu bimbingan Muhammad Teguh, Gippen Awp, Dinda.
16. Seluruh PMKers FEB UNDIP khususnya PMK 2014

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari referensi, pengalaman dan pengetahuan dari penulis dalam pembuatan penelitian ini. Oleh karena itu dimohon adanya kritik dan saran terhadap penelitian ini agar kiranya penelitian ini dapat secara maksimal bermanfaat bagi siapapun kiranya kelak penelitian ini bisa berguna bagi siapapun yang ingin memanfaatkannya.

Semarang, 04 Juni 2018



Bram Andreas Sidabutar

NIM 120101141401

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Kualitas Pelayanan	12
2.1.2 Citra merek	14
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	17
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	19
2.2 Hubungan Antar Variabel	22
2.2.1 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan pelanggan	22
2.2.2 Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan pelanggan	22
2.2.3 Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	23
2.2.4 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan	25
2.2.5 Hubungan Citra merek dengan Loyalitas Pelanggan	25
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	32
2.4 Hipotesis	33
BAB III	34

METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Variabel Penelitian dan Defisini Operasional.....	34
3.1.1 Variabel Penelitian.....	34
3.1.2 Definisi Operasional.....	35
3.2 Populasi dan Sample.....	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.3.1 Data Primer.....	39
3.3.2 Data Sekunder.....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Kuesioner.....	40
3.5 Metode Analisis Data.....	41
3.6 Uji Reliability dan Variance Extract.....	48
3.6.1 Uji Reliability.....	48
3.6.2 Variance Extract.....	48
3.6.3 Struktural Model Fit.....	49
3.6.4 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	49
BAB IV.....	50
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Deskripsi objek penelitian.....	50
4.2 Profil Responden.....	51
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2.3 Intensitas Penggunaan Jasa GO-JEK dalam sebulan.....	52
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan/ uang saku perbulan.....	53
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.2.6 Jenis Layanan GO-JEK yang digunakan.....	55
4.3 Deskripsi Variabel.....	56
4.3.1 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan.....	58
4.3.2 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	59
4.3.3 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	61
4.3.4 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	63

4.4 Interpretasi Hasil.....	64
4.3.2 Analisis Full Model Persamaan Struktural (SEM).....	74
4.3.3 Hasil Uji Convergent Validitas.....	77
4.3.4 Hasil Uji Normalitas.....	78
4.3.5 Hasil Uji Outlier.....	79
4.3.6 Hasil Uji Hipotesis.....	86
BAB V.....	89
PENUTUP.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Implikasi Teoritis.....	90
5.3 Implikasi Manajerial.....	91
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	95
5.5 Saran untuk penelitian mendatang.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN A.....	102
LAMPIRAN B.....	108
LAMPIRAN C.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Alasan Mendukung Keberadaan GOJEK dan OJEK Pangkalan	2
Tabel 1. 2 Data Pengguna Transportasi Online di Smartphone Android per Agustus 2017	4
Tabel 1. 3 Jumlah Kendaraan Bermotor di Kota Semarang II 2014	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	51
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden.....	52
Tabel 4. 4 Pendapatan/ uang saku perbulan	53
Tabel 4. 5 Intensitas Penggunaan Jasa GO-JEK dalam Satu Bulan	54
Tabel 4. 6 Layanan Gojek yang Dipakai Konsumen	55
Tabel 4. 7 Angka Indeks Variabel	58
Tabel 4. 8 Deskripsi Indeks Kualitas Layanan.....	59
Tabel 4. 9 Angka Indeks Variabel	60
Tabel 4. 10 Deskripsi Indeks Citra Merek	60
Tabel 4. 11 Angka Indeks Variabel	61
Tabel 4. 12 Deskripsi Indeks Kepuasan Pelanggan.....	62
Tabel 4. 13 Angka Indeks Variabel	63
Tabel 4. 14 Deskripsi Indeks Loyalitas Pelanggan.....	64
Tabel 4. 15 Hasil Indeks Pengujian CFA Konstruk Eksogen	65
Tabel 4. 16 Regression Weights CFA Konstruk Eksogen	66
Tabel 4. 17 Hasil Indeks Pengujian CFA Konstruk Endogen	67

Tabel 4. 18 Regression Weights CFA Konstruk Endogen.....	69
Tabel 4. 19 Hasil Indeks Pengujian Analisis Faktor Konfirmatori	70
Tabel 4. 20 Regression Weights Structural Equation Model	71
Tabel 4. 21 Assessment of Normality	72
Tabel 4. 22 Regression Weights CFA Konstruk Endogen.....	73
Tabel 4. 23 Estimation Parameter Regression Weights	75
Tabel 4. 24 Regression Weights Structural Equation Model	77
Tabel 4. 25 Assessment of Normality	78
Tabel 4. 26 Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance).....	79
Tabel 4. 27 Estimation Parameter Regression Weights	86
Tabel 5. 1 Saran bagi Perusahaan	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet dan Penetrasi <i>Smartphone</i> Tahun 2010-2017.....	3
Gambar 2. 1 Dimensi variabel kualitas layanan	14
Gambar 2. 2 Dimensi variabel Citra Merek	17
Gambar 2. 3 Dimensi variabel Kepuasan Pelanggan	18
Gambar 2. 4 Dimensi variabel Loyalitas Pelanggan.....	21
Gambar 2. 5 Kerangka Pemikiran Teoritis	32
Gambar 3. 1 The Structural Equation Model.....	44
Gambar 4. 1 Analisis Faktor Konfirmatori Kualitas Pelayanan	64
Gambar 4. 2 Analisis Faktor Konfirmatori Citra Merek	66
Gambar 4. 3 Analisis Faktor Konfirmatori Kepuasan Pelanggan.....	67
Gambar 4. 4 Analisis Faktor Konfirmatori Loyalitas Pelanggan	68
Gambar 4. 5 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Eksogen	70
Gambar 4. 6 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Endogen	72
Gambar 4. 7 Full Model SEM	74
Gambar 4. 8 Uji Validitas dengan Uji Convergent Validitas	77

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kini transportasi online sudah menjamur di Indonesia. Tak dapat dipungkiri salah satu pencetusnya adalah GO-JEK. Di Indonesia, GO-JEK merupakan salah satu yang pertama menghadirkan aplikasi ojek online. Mengubah cara orang memesan kendaraan dengan cepat dan mudah, cukup dengan *smartphone*. Biayanya pun bisa dikatakan terukur dan jelas.

GO-JEK merupakan sebuah perusahaan berbasis jasa online asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek dan juga berbagai macam jenis layanan lainnya. Perusahaan GO-JEK didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 di Jakarta, GO-JEK sudah tersedia di 50 kota di Indonesia. GO-JEK menerapkan sistem e-commerce dengan jenis *Business to Consumer* (B2C) dan dinilai memudahkan para pelanggan dalam memperoleh kebutuhan hanya dengan menginstal aplikasi GO-JEK di *smartphone* dan sudah dapat melakukan pemesanan terhadap jasa GO-JEK. Jasa adalah perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Tjiptono, 2011).

Tetapi GO-JEK mendapat resistensi dari tukang ojek pangkalan, Banyak penduduk Jakarta senang dengan versi ojek yang lebih baik itu. Tetapi Ojek pangkalan tidak setuju dengan datangnya GO-JEK. Seiring berjalannya waktu, resistensi dari ojek tradisional semakin menurun sehingga berdampak negatif

terhadap keberjalanan mata pencaharian mereka. Dan semakin banyak yang tertarik untuk menjadi *driver* GO-JEK, dari beragam latar belakang. Memberi peluang kerja khususnya bagi para lulusan SMP maupun SMA. (<https://inet.detik.com>). Hal tersebut menjadi faktor pendorong utama berkembangnya transportasi online di Indonesia sehingga semakin maju.

YouGov melakukan jajak pendapat terhadap 4.785 responden dari seluruh Indonesia dengan rincian 52 persen pria dan 48 persen wanita. survei menemukan 82 persen responden setuju dengan keberadaan Gojek dibandingkan ojek pangkalan. Survei menemukan pada empat wilayah yang telah hadir layanan Gojek yaitu Jabodetabek, Bandung, Surabaya dan Makassar. Respon yang lebih tinggi dibandingkan area yang mana layanan Gojek belum tersedia. (www.viva.co.id)

Tabel 1. 1
Faktor pendukung keberadaan antara GOJEK dan OJEK konvensional

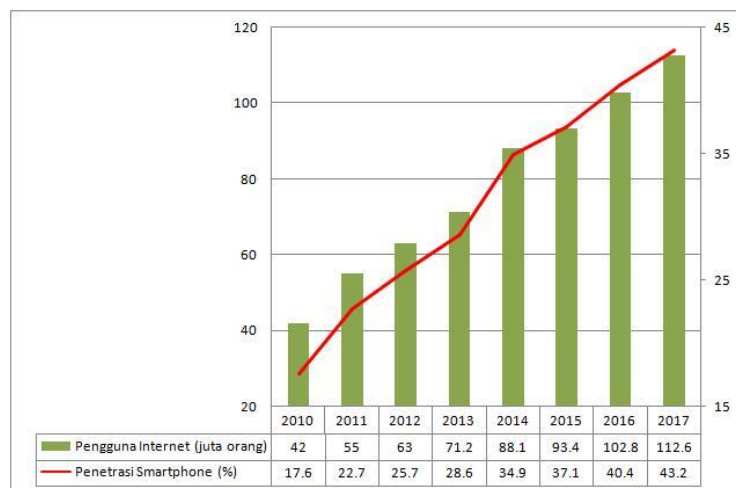
Mendukung Ojek Pangkalan	Mendukung GO- JEK
Harga yang tidak pasti dan adanya system menawar (41 %)	GO-JEK dapat menjemput ke lokasi yang telah ditentukan, tidak harus mencari-cari (74 %)
Dapat menghindari monopoli perusahaan karena jasa ojek secara independen (39 %)	Harga pas/tidak ada tawar-menawar (70 %)
Bisa langsung berangkat jika dekat dengan pangkalan ojek konvensional, tak harus menunggu lagi (39 %)	Kendaraan, pengendara, dan helm yang telah terstandarisasi sesuai SNI memberi rasa aman.(57 %)

Mendukung Ojek Pangkalan	Mendukung GO- JEK
System yang lebih luwes jika ada perubahan lokasi tujuan, waktu menjemput, dll (36 %)	Tersedia di sekitar tempat saya (45 %)
Lahan kerja ojek konvensional yang telah berkurang karena hadirnya layanan GO-JEK yang didukung dengan layanan online (35 %)	Pelayanan yang lebih lengkap karena menyediakan masker, permen, dan helm yang lebih bersih (44 %)

Sumber: www.viva.co.id

Gambar 1. 1

Data Pengguna Internet dan Penetrasi *Smartphone* Tahun 2010-2017



Sumber: eMarketer dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

(www.bareksa.com)

Berdasarkan data yang diperoleh dari eMarketer dan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, menunjukkan bahwa setiap tahunnya terjadi peningkatan penggunaan internet dan juga penetrasi *smartphone*. Hingga akhir tahun 2016 pengguna internet sudah mencapai 102,8 juta orang dengan penetrasi *Smartphone*

40,4%, kemudian meningkat pada tahun 2017 pengguna internet mencapai 112,6 juta orang dengan penetrasi *Smartphone* 43,2%, dan sesuai dengan perkembangan internet dan *smartphone* di prediksi akan terjadi peningkatan setiap tahunnya. Melalui pengguna internet yang banyak serta penetrasi *Smartphone* yang kuat dapat memberikan dampak yang baik terhadap *e-commerce* yang ada di Indonesia khususnya GO-JEK yang membutuhkan internet dan *smartphone* dalam penggunaannya.

Tabel 1. 2
Data Pengguna Transportasi Online di Smartphone Android per Agustus
2017

Transportasi Online	Pengguna Perbulan
Go-Jek	8,8 juta
Grab	8,6 juta
Uber	2,3 juta

Sumber : ilmuOne Data dan Comscore, 2017

Pada tabel 1.2 yang bersumber dari ilmuOne dan Comscore menunjukkan bahwa GO-JEK merupakan Ojek Online dengan pengguna paling banyak yaitu 8,8 juta pengguna disusul oleh Grab dan UBER

Perkembangan transportasi umum berbasis aplikasi atau online dapat membawa dampak yang cukup besar bagi perekonomian Indonesia. Sebab, pertumbuhan ekonomi bisa ditopang oleh sektor yang kini semakin berkembang dalam penyerapan tenaga kerja. Dengan maraknya Transportasi Online ini terbukti dapat mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Ekonom Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) Enny Sri Hartati mengatakan,

hadirnya transportasi berbasis aplikasi menciptakan kesempatan lapangan pekerjaan yang semakin luas. Hal ini terlihat dari data yang dirilis oleh AlphaBeta pada tahun 2017, di mana sekitar 43% dari mitra-pengemudi yang disurvei, sebelumnya tidak punya pekerjaan. Jumlah tersebut semakin tergambarkan dari hasil rilis Badan Pusat Statistik (BPS) terakhir, yang menyatakan sektor yang melakukan perluasan kesempatan kerja berasal dari sektor transportasi. Selain meningkatkan perluasan kesempatan kerja dan menjadi penyerap angka tenaga kerja yang cukup signifikan, adanya transportasi online juga telah menciptakan efisiensi yang ujungnya meningkatkan produktivitas nasional. (<https://finance.detik.com>).

Tabel 1.3
Jumlah Kendaraan Bermotor di Kota Semarang II 2014

NO	Kecamatan	Luas Wilayah (Km2)	Jumlah Penduduk (Juta)	Kepadatan (Jiwa/Km2)	Jumlah KBM	
					Roda 4 / Lebih	Roda 2 & roda 3
1	Tembalang	44,20	147.564	3.338,55	9.967	50.795
2	Banyumanik	25,69	130.494	5.079,56	16.132	61.299
3	Candisari	6,54	79.706	12.187,66	5.304	31.330
4	Semarang Selatan	5,93	82.293	13.877,40	42.526	174.119
5	Gajahmungkur	9,70	63.599	7.012,02	6.651	20.368
JUMLAH					80.580	337.911

Sumber: <http://dppad.jatengprov.go.id>

Menurut gambar diatas diperoleh informasi bahwa jumlah pengguna kendaraan roda 2 dan 3 memiliki jumlah yang besar yaitu 337.991. hal ini tentu menjadi faktor pendorong berkembang nya Jasa Ojek Online dan dipastikan akan terus bertambah seiring berjalan nya waktu, sehingga Ojek Online tidak akan kekurangan Driver.

Dalam website keluhan dan saran GO-JEK www.Keluhan-gojek.ojekgratis.com terdapat banyak keluhan keluhan dari para pelanggan, dari banyak keluhan yang disampaikan konsumen pada website ini, dapat dirangkum bahwa :
Terkadang sulit untuk mendapatkan Driver, Pesanan yang tidak sesuai, Driver lama sampai, Aplikasi error, Driver yang masih kurang ahli.

Melalui pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan GO-JEK. Dan pelayanan yang berkualitas tinggi akan menumbuhkan minat para pelanggan untuk memakai jasa layanan GO-JEK secara berulang. Sureshchandar, Rajendran, & Anantharaman (2002) menemukan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sangat terkait. Ladhari (2009); Dahiyat et al. (2011) and Samen et al. (2013) mengklaim bahwa kualitas layanan merupakan anteseden penting dari kepuasan pelanggan.

Citra merek adalah sekumpulan asosiasi unik yang terdapat dalam benak pelanggan mengenai apa arti merek dan janji tersirat yang dibuat oleh merek tersebut. Ini berarti bahwa citra merek adalah kumpulan asosiasi unik di benak pelanggan tentang merek tersebut. Citra merek juga dapat diartikan sebagai pemikiran-pemikiran konsumen serta perasaan-perasaan yang dimiliki oleh

konsumen mengenai suatu merek. Menurut Teck Ming, Tze Wei, Lee, Ong, & Su-Mae (2012) kualitas pelayanan akan mengarahkan para pelanggan untuk membentuk sebuah citra merek yang positif.

Loyalitas Pelanggan merupakan sumber keunggulan kompetitif dan asset yang tak berwujud bagi Perusahaan (Cossío-Silva, Revilla-Camacho, Vega-Vázquez, & Palacios-Florencio, 2016). Konsumen yang menjadi pelanggan yang loyal menjadi asset GO-JEK dan menjadi titik unggul dibanding pesaing.

Kotler and Keller (2009, p.789) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai "perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan produk dengan harapannya".

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mengajukan sebuah penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening” (Studi Pada Pengguna Transportasi Online Go-Jek di Kota Semarang)

1.2 Rumusan Masalah

Banyaknya keluhan para konsumen menunjukkan rasa ketidakpuasan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh GO-JEK, hal ini tentunya berdampak terhadap tingkat keberlanjutan konsumen untuk tetap menggunakan jasa yang ditawarkan oleh GO-JEK, di mana sangat besar kaitannya terhadap tingkat loyalitas konsumen. Pada penelitian ini kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang penting untuk diteliti untuk menganalisis tingkat pengaruhnya terhadap kepuasan dan tingkat loyalitas konsumen. Di samping kualitas pelayanan, Citra merek pun turut menjadi fokus utama, bagaimana citra GO-JEK dibenak para konsumen positif atau negatif, hal ini tentu memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen.

Berdasarkan fenomena ini, adalah sangat penting bagi GO-JEK untuk tetap menjaga serta meningkatkan kualitas pelayanan, turut memperhatikan citra merek, yang berujung pada tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen. Selanjutnya berdasarkan masalah tersebut, muncullah berbagai pertanyaan yang menjadi dasar dalam pelaksanaan penelitian ini, yakni:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan?
3. Apakah terdapat pengaruh Citra merek terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah terdapat pengaruh Citra merek terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan dan Kegunaan penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, penelitian ini dibuat bertujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
3. Untuk menganalisis pengaruh dari citra merek terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk menganalisis pengaruh dari citra merek terhadap loyalitas pelanggan
5. Untuk menganalisis pengaruh dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terbagi atas dua aspek, yaitu aspek teoritis dan aspek praktis. Aspek tersebut adalah:

1. Aspek teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini pun dapat membantu penulis memperdalam materi yang telah diterima selama masa perkuliahan, dengan menerapkan teori- teori yang ada dalam pemasaran kedalam secara nyata. Dan bagi penulis lain yang ingin melakukan penelitian yang

sejenis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan ataupun acuan.

2. Aspek Praktis

Hasil dari Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan saran bagi perusahaan GO-JEK untuk meningkatkan dan memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, dengan mempertimbangkan kualitas pelayanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepuasan pelanggan sebagai variable intervening, yang bertujuan untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan.

1.4 Sistematika Penulisan

Struktur penulisan dalam penelitian ini dibagi ke dalam 5 bab, yakni sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian-uraian teori yang dapat digunakan sebagai kerangka pemikiran teori atau landasan dan hipotesis..

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan tentang obyek/ subyek penelitian, populasi, sampel, dan Teknik pengambilan sampling, jenis data, metode pengumpulan data, definisi operasional, uji kualitas instrument, dan alat analisis data

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang obyek/ subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari analisis data.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang ditujukan untuk penelitian berikutnya.