

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *ADVERTISING* DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAAN GOPAY
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FEB UM METRO)**

SKRIPSI



**SAWUNG YUDA PRATAMA
NPM: 16610127**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2020**



**PENGARUH BRAND IMAGE, ADVERTISING, DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAAN GOPAY STUDI KASUS PADA
MAHASISWA FEB UM METRO**

SKRIPSI

Diajukan

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen (S1)

Oleh:
Sawung Yuda Pratama
16610127

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2020

ABSTRAK

Yuda Pratama, Sawung: 2016. Pengaruh *Brand Image*, *Advertising* dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas penggunaan Gopay studi kasus pada Mahasiswa FEB UM Metro. Skripsi prodi **Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro. Dibawah bimbingan (I) Suwarto,S.E.,M.M. dan pembimbing (II) Nani Septiana,S.E.,M.M.**

Penelitian difokuskan pada: Pengaruh *Brand Image*, *Advertising* dan Kepuasan Konsumen terhadap loyalitas penggunaan Gopay studi kasus pada Mahasiswa FEB UM Metro. Perumusan masalah adalah adakah Pengaruh *Brand Image*, *Advertising* dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas penggunaan Gopay. Tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui adanya pengaruh *Brand Image*, *Advertising* dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas penggunaan Gopay studi kasus pada Mahasiswa FEB UM Metro.

Metode yang digunakan deskriptif kuantitatif dan kualitatif, dengan populasi mahasiswa FEB angkatan 2017 berjumlah 310 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan sampel berdasarkan rumus slovin sehingga dalam penelitian adalah 100 reponden.

Hasil dari penelitian ini disimpulkan berdasarkan perhitungan uji regresi linier berganda bahwa variable *brand image* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas penggunaan Gopay, variabel *Advertising* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas penggunaan Gopay, Variabel Kepuasan Konsumen (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas penggunaan Gopay. Dan Berdasarkan uji f variabel *Brand Image*, *Advertising* dan Kepuasan Konsumen secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan Gopay.

Adanya hubungan yang positif dan signifikan antara variable bebas terhadap variable terikat, artinya apabila variabel bebas mengalami peningkatan maka variabel terikat juga mengalami peningkatan.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Advertising*, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas

ABSTRACT

Yuda Pratama, Sawung: 2016. The Effect of Brand Image, Advertising and Consumer Satisfaction on the Loyalty of using Gopay: Case Study on FEB UM Metro Students. Undergraduate Thesis. **Management Study Program, Economics and Business Faculty, Muhammadiyah University Metro. Advisor (I) Suwanto, S.E., M.M. dan Advisor (II) Nani Septiana, S.E., M.M.**

The research is focused on: The Effect of Brand Image, Advertising and Consumer Satisfaction on the loyalty of the Gopay use; case studies on FEB UM Metro students. The problem formulations are is there any influence of Brand Image on the loyalty of Gopay use and is there any influence of Advertising and Consumer Satisfaction on the loyalty of the Gopay use. The researcher's aim is to find out the influence of Brand Image, Advertising and Consumer Satisfaction on the Loyalty of using Gopay: case studies on FEB UM Metro students.

The method used is descriptive quantitative and qualitative, with a population of FEB students academic year 2017, with totalling 310 students. The sampling technique uses purposive sampling and the sample is based on the Slovin formula so, there are 100 respondents in this research.

The results obtained from Brand Image, Advertising and Consumer Satisfaction on the loyalty of the Gopay use; case studies on FEB UM Metro students are based on the calculation of multiple linear regression tests that the variable brand image (X1) has a positive and significant effect on the loyalty of Gopay use, Advertising variable (X2) has a positive and significant effect on Loyalty using Gopay, Consumer Satisfaction Variable (X3) has a positive and significant effect on Loyalty of using Gopay. Based on the f test (Simultaneous) of Brand Image, Advertising and Consumer Satisfaction variable, simultaneously have a significant influence on the loyalty of the Gopay use.

There is a positive and significant relationship between the independent variable and the dependent variable. It means that if the independent variable increases, the dependent variable also increases.

Keywords: *Brand Image, Advertising, Consumer Satisfaction and Loyalty*

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *ADVERTISING*, DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAAN GOPAY STUDI KASUS PADA
MAHASISWA FEB UM METRO

SAWUNG YUDA PRATAMA
NPM.16610127

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 19 Juni 2020
Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro

Tim Penguji:

H.Suwarto,S.E.,M.M
NIDN.0210036801

Penguji I

Nani Septiana,S.E.,M.M.
NIDN.0223027901

Penguji II

Suharto,S.E.,M.M.
NIDN.0228035801

Penguji Utama

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi,

Dr.Suharto,S.E.,M.M.
NIDN.0228035801



HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *ADVERTISING*, DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAAN GOPAY STUDI KASUS PADA
MAHASISWA FEB UM METRO**

**SAWUNG YUDA PRATAMA
16610127**

Disetujui Oleh:

**H.Suwarto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801**



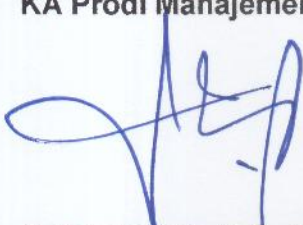
,Pembimbing I

**Nani septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901**



,Pembimbing II

**Mengetahui
KA Prodi Manajemen,**



**H.Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sawung Yuda Pratama
NPM : 16610127
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh *Brand Image*, *Advertising* dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Penggunaan Gopay studi pada Mahasiswa FEB UM Metro".

Apabila kemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana ekonomi dan akan bertanggung jawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Metro, 15 Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan



Sawung Yuda Pratama

NPM. 16610127



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi.ummetro@gmail.com

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 1303/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : SAWUNG YUDA PRATAMA
NPM : 16610127
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

PENGARUH BRAND IMAGE, ADVERTISING DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAAN GOPAY (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FEB UM METRO)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 15 Juli 2020
Kepala Unit,
UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO
Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

MOTTO

“Life is like riding a bicycle. To keep your balance, you must keep going”
(Albert Einstein)

“Dunia ini ibarat bayangan. Kalau kamu berusaha menangkapnya, ia akan lari.
Tapi kalau kamu membelakanginya, ia tak punya pilihan selain mengikutimu.”
(Hadist riwayat Ibnu Qayyim Al Jauziyyah)

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, dan kesabaran untukku dalam menyelesaikan skripsi ini dan aku persembahkan ini kepada:

1. Ayahanda Sunarto dan Ibunda tercinta Mardiana Segala Do'a dan rasa hormat bakti dan terimakasihku hanya untuk Ayah dan Ibu tercinta yang selama ini menantikan keberhasilanku dan tak pernah lelah membimbingku dan memberikan dorongan dalam menempuh cita-citaku, sungguh Ayah dan Ibu telah menjaga Amanah Allah SWT itu dengan sangat baik.
2. Adik-adikku tersayang, Martha Cahyo Dwi Atmadja dan Tri Imam Pangestu yang selalu memberikan dorongan dan semangat untuk keberhasilanku. Semoga kesuksesan yang lebih besar dapat adik raih di masa yang akan mendatang.
3. Dan Almamaterku Universitas Muhammadiyah Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK.....	iv
RINGKASAN.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....	xi
HALAMAN PENGESAHAN	xii
PERYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	xiii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN	xiv
MOTTO	xv
PERSEMBAHAN	xvi
KATA PENGANTAR	xvii
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN	
A. LatarBelakangPenelitian	1
B. Identifikasi Dan Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIK	
A. Deskripsi Teori	10
1. Manajemen Pemasaran.....	10
B. Brand Image.....	11
1. Pengertian <i>Brand Image</i>	11
2. Faktor-faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	13
3. Pengukuran <i>Brand Image</i>	15
C. Advertising.....	16
1. Pengertian Advertising.....	16
D. Kepuasan Konsumen.....	19

1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	19
E. Loyalitas Konsumen.....	21
1. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	21
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen.	22
F. Penelitian Relevan.....	24
G. Kerangka Pikir.....	25
H. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	30
B. Objek dan Lokasi Penelitian.....	30
C. Metode penelitian.....	30
1. Operasional Variabel.....	30
2. Populasi dan Sampel.....	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
1. Data Primer.....	33
2. Data Sekunder.....	34
E. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	35
1. Pengujian Validitas.....	35
2. Pengujian Reliabilitas.....	36
F. Pengujian Persyaratan Analisis.....	36
1. Pengujian Normalitas.....	36
2. Pengujian Linieritas.....	37
3. Pengujian Homogenitas.....	37
G. Model Analisis.....	37
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
2. Uji T (Parsial).....	38
3. Uji F (Simultan).....	39
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	39
5. Hipotesis Statistik.....	40
Bab IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Penelitian dan Objek.....	41
1. Sejarah Umum Objek Penelitian.....	41
2. Visi dan Misi.....	42
3. Struktur Organisasi.....	43

4. Tupoksi.....	43
B. Hasil Penelitian	45
1. Pengujian Persyaratan Analisis.....	45
a. Pengujian Normalitas.....	45
b. Pengujian Linieritas.	48
c. Pengujian Homogenitas.	50
2. Distribusi Frekuensi.....	51
a. Brand Image (X1).	51
b. Advertising (X2).	53
c. Kepuasan Konsumen (X3).	54
d. Loyalitas (Y)	55
3. Pengujian Model Analisis.....	57
a. Analisis Regresi Berganda.	57
b. Uji t (Parsial).	58
c. Uji F (Simultan).	59
d. Koefisien Determinasi (R^2)	60
e. Hipotesis Statistik.	60
C. Pembahasan	62

Bab V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Data pengguna aplikasi Gojek Kota Metro	4
2. Penelitian terdahulu.	24
3. Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.	32
4. Alternatif Jawaban	34
5. Kisi-Kisi Kuesioner.	34
6. Hasil Uji Normalitas X1 Terhadap Y	45
7. Hasil Uji Normalitas X2 Terhadap Y	46
8. Hasil Uji Normalitas X3 Terhadap Y	46
9. Hasil Uji Normalitas X1,X2,X3, Terhadap Y	47
10. Hasil Uji Normalitas menggunakan Excel	47
11. Hasil Uji Linieritas X1 Terhadap Y	48
12. Hasil Uji Linieritas X2 Terhadap Y	49
13. Hasil Uji Linieritas X3 Terhadap Y	49
14. Hasil Uji Homogen X1 Terhadap Y	50
15. Hasil Uji Homogen X2 Terhadap Y	50
16. Hasil Uji Homogen X3 Terhadap Y	51
17. Hasil Uji Homogen menggunakan Excel	51
18. Distribusi Frekuensi Variabel X1	52
19. Distribusi Frekuensi Variabel X2	53
20. Distribusi Frekuensi Variabel X3	55
21. Distribusi Frekuensi Variabel Y	56
22. Uji Regresi Linier Berganda	57
23. Hasil Pengujian t Hitung	58
24. Hasil Pengujian f Hitung	59

25. Hasil Koefisien Determinan	60
26. Hasil Pengujian Hipotesis Statistik X1 Terhadap Y.....	60
27. Hasil Pengujian Hipotesis Statistik X2 Terhadap Y.....	61
28. Hasil Pengujian Hipotesis Statistik X3 Terhadap Y	61

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

1. Kerangka Pemikiran.....	27
2. Struktur Organisasi	43
3. Grafik Distribusi Frekuensi Variabel Brand Image (X1)	53
4. Grafik Distribusi Frekuensi Variabel Advertising (X2)	54
5. Grafik Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (X3)	55
6. Grafik Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas (Y).....	56

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Pengisian Kuesioner	70
2. Kuesioner	72
3. Tabulasi Data	83
4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	105
5. Hasil Uji Normalitas.....	112
6. Hasil Uji Linieritas.....	123
7. Hasil Uji Homogenitas.....	124
8. Distribusi Frekuensi	134
9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	136