

**PENGARUH *CUSTOMER BONDING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Wijaya Kusuma Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh :

MEGA LUFITA
NPM : 19420056

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER BONDING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Wijaya Kusuma Surabaya)**

Diajukan Oleh:

MEGA LUFITA
NPM: 19420056

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



HENDRA PRASETYA, S.E., M.Ak

Tanggal, 29 Mei 2023

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN



Dr. ADRIANTO TRIMARJONO, SE., MM

Tanggal, 29 Mei 2023

SKRIPSI

PENGARUH *CUSTOMER BONDING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Wijaya Kusuma Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MEGA LUFITA

NPM: 19420056

Susunan Dewan Penguji

Ketua Dewan Penguji



HENDRA PRASETYA, S.E., M.Ak

Anggota Dewan Penguji



Dr. ADRIANTO TRIMARJONO, SE., MM



DEWI NURAINI, SE., M.SM.

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 16 Agustus 2023



Dr. ADRIANTO TRIMARJONO, SE., MM
Ketua Program Studi Manajemen

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Mega Lufita
Npm : 19420056
Alamat : Dk.Sendang Bulu/ No.09
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH CUSTOMER BONDING DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK**" bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 23 Maret 2023
Yang membuat pernyataan



MEGA LUFITA
NPM : 19420056

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH *CUSTOMER BONDING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK”**.

Tujuan penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengakui bahwa tanpa bantuan, dorongan serta motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini perkenankanlah penulis dengan segala kerendahan hati, mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr.H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL(K), FICS selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM.,M.AK. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE.,MM. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Maqbula Arochman SE, M.AK. selaku Dosen Wali terima kasih atas bimbingannya selama perkuliahan.
5. Bapak Hendra Prasetya, SE.,M.Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga serta pikirannya dalam memberikan bimbingan serta arahan kepada saya demi penyelesaian skripsi ini.
6. Untuk seluruh keluarga penulis, khususnya pada Bapak Hariyono, Ibu Siti Muanah, Mas Moch zunaidi Jafar (Almarhum), dan Mbak Ria Novita Sari (Almarhumah) yang telah memberikan doa dan motivasi yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan motifasi dalam penulisan skripsi ini.

Penulis hanya dapat berterimakasih semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memberi kemurahan bagi berbagai pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Surabaya, 20 Maret 2023

Penulis

(MEGA LUFITA)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 <i>Customer Bonding</i>	11
2.1.3.1 Pengertian <i>Customer Bonding</i>	11
2.1.3.2 Tahap <i>Customer Bonding</i>	11
2.1.3.3 Strategi <i>Customer Bonding</i>	12
2.1.3.4 Indikator <i>Customer Bonding</i>	13
2.1.4 <i>Brand Image</i>	14
2.1.4.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	14
2.1.4.2 Faktor-faktor <i>Brand Image</i>	15

2.1.4.3 Fungsi <i>Brand Image</i>	16
2.1.4.4 Indikator <i>Brand Image</i>	18
2.1.5 Loyalitas Konsumen.....	17
2.1.5.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	17
2.1.5.2 Faktor yang mempengaruhi Loyalitas konsumen	18
2.1.5.3 Tahapan Loyalitas Konsumen.....	18
2.1.5.4 Indikator Loyalitas Konsumen.....	19
2.1.6 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.1.6.1 Hubungan <i>Customer Bonding</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	21
2.1.6.2 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Hipotesis dan Model Analisis	26
2.3.1 Hipotesis.....	26
2.3.2 Model Analisis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Pendekatan Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel	28
3.3 Identifikasi Variabel.....	29
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.5.1 Jenis Data.....	33
3.5.2 Sumber Data	34
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1 Uji Validitas	35
3.7.2 Uji Reabilitas	35
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	36

3.7.4 Koefisien Determinan (R^2).....	37
3.7.5 Uji Hipotesis (Uji T atau Uji Parsial).....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Gojek	39
4.1.1 Profil Singkat Gojek.....	39
4.1.2 Visi dan Misi Gojek	39
4.1.2.1 Visi Gojek.....	40
4.1.2.2 Misi Gojek	40
4.1.3 Perkembangan Usaha Gojek.....	40
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Karakteristik Responden.....	41
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	42
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Tahun	43
4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Order	43
4.2.2 Tanggapan Responden Atas Variabel Penelitian	44
4.2.2.1 Tanggapan Respondes Atas Variabel <i>Customer</i>	
<i>Bonding</i> (X1).....	45
4.2.2.2 Tanggapan Responden Atas Variabel <i>Brand</i>	
<i>Image</i> (X2).....	46
4.2.2.3 Tanggapan Responden Atas Variabel Loyalitas	
Konsumen (Y).....	46
4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	47
4.3.1 Uji Validitas	47
4.3.2 Uji Reabilitas	48
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.3.4 Uji Koefisien Determinan (R^2)	50
4.3.5 Uji Hipotesis (Uji T atau Uji Parsial)	50
4.4 Pembahasan	53
4.4.1 Pengaruh <i>Customer Bonding</i> (X1) Terhadap Loyalitas	

Konsumen (Y) Pengguna Aplikasi Gojek dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	53
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Pengguna Aplikasi Gojek dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	54
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	56
5.1 Simpulan.....	56
5.2 Saran	56
5.3 Keterbatasan Penelitian	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Model Analisis	26
Gambar 4.1	Kurva Uji T Pengaruh <i>Customer Bonding</i> (X_1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Pengguna Aplikasi Gojek di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	51
Gambar 4.2	Kurva Uji T Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Pengguna Aplikasi Gojek dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna Aktif Gojek	2
Tabel 1.2 <i>Top Brand Index</i>	3
Tabel 1.3 Persaingan Gojek dan Grab	3
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Saat Ini...	24
Tabel 3.1 Skala Likert	32
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Program Studi	42
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Angkatan Tahun.....	43
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Riwayat Order.....	44
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Atas Variabel <i>Customer Bonding</i> (X_1).....	45
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Atas Variabel <i>Brand Image</i> (X_2).....	46
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Atas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas	58
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	49
Tabel 4.12 Nilai Koefisien Determinan (R_2).....	50
Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji t	51

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Kuesioner	69
2. Lampiran Tabulasi Data	74
3. Lampiran Uji Validitas & Reliabilitas	85
4. Lampiran Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinan (R^2), Uji t	89
5. Lampiran Tabel Pengujian Nilai t	92

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai judul Customer Bonding dan Brand Image pada Loyalitas Konsumen pada Pemakai Aplikasi Gojek. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk melihat bagaimana perasaan mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya perihal aplikasi Gojek, dan bagaimana perasaan mahasiswa pada loyalitas merek Gojek. Peserta ialah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Seratus siswa dijadikan sebagai sampel untuk penelitian ini, seluruhnya dipilih dengan memakai strategi pengambilan sampel yang dikenal sebagai purposive sampling. Loyalitas Konsumen Y sebagai variable dependen, dengan Brand Image X_2 dan Customer Bonding X_1 sebagai variable independen. Analisis regresi linier berganda dalam SPSS 20 dipakai untuk analisis data dalam penelitian ini.

Uji-t atau uji-t parsial dipakai untuk menguji validitas hipotesis. Uji t membuktikan bahwa variable customer bonding dan brand image mempunyai dampak sig pada variable loyalitas. Customer bonding ditemukan nilai t hitung $4,803 > t$ tabel $1,984$ dan tingkat sig $0,000 < 0,05$, sedangkan brand image ditemukan nilai t hitung $8,312 > 1,984$ dan tingkat sig $0,000 < 0,05$. Adjusted R square sebesar $0,798$ membuktikan bahwa $79,8\%$ variasi loyalitas konsumen bisa dikaitkan dengan perbedaan ikatan pelanggan dan persepsi merek.

Tujuan Gojek ialah untuk menjaga pelanggannya senang dan reputasinya tetap baik, sehingga meski tanpa penawaran khusus, aplikasinya akan terus menarik dan mempertahankan pemakai.

Kata Kunci: *Brand Image, Customer Bonding, Loyalitas Konsumen*