



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH *BRAND PERSONALITY* GO-JEK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Survei Kepada Karyawan Berdomisili di Tangerang Selatan)**

SKRIPSI



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Ronald Kevin Alfian

NIM : 14140110214

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 1 November 2018



Ronald Kevin Alfian

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Pengaruh *Brand Personality* Go-Jek Terhadap Loyalitas Pelanggan”

(Survei Kepada Karyawan Berdomisili di Tangerang Selatan)”

Oleh

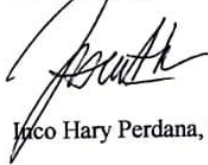
Ronald Kevin Alfian

Telah diuji pada hari Rabu, 24 Oktober 2018

Pukul 10.00 s.d. 12.00 dan dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang,



Inco Hary Perdana, I.Kom., M.Si.

Penguji Ahli,



Helga Liliani C. D., S.I.Kom., M.Comm.

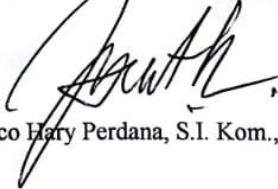
Dosen Pembimbing,



C. Eko Hadi Saputro., S.E., M.M

Disahkan Oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN



Inco Hary Perdana, S.I. Kom., M.Si.

MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu tanpa ada ambatan. Skripsi yang berjudul “PENGARUH *BRAND PERSONALITY* GO-JEK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Survei Kepada Karyawan Berdomisili Di Tangerang Selatan)” ini dibuat untuk diajukan kepada Program strata 1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Kajian ini diambil penulis untuk dijadikan penelitian untuk mengetahui pengaruh *brand personality* Go-Jek terhadap loyalitas pelanggan dan seberapa besar pengaruhnya. *Brand personality* yang sama dengan konsumen bila dikomunikasikan dengan baik akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan menggunakan metode survey kepada responden, akhirnya peneliti mendapatkan hasil mengenai pengaruh *brand personality* Go-Jek terhadap loyalitas pelanggan.

Penulis sadar bahwa keberadaan orang – orang sekitar juga turut membantu dan mendukung selama proses pengerjaan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan. Penulis ingin menyampaikan capaian terima kasih kepada semua pihak yang sudah turut membantu dalam penulisan skripsi ini, yakni kepada:

1. C. Eko Hadi Saputro., S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
2. Inco Hary Perdana., .I.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

3. Responden – responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang disebarakan peneliti.
4. Teman-teman kerja di Mirum Indonesia yang mendukung dalam terselesainya penelitian ini
5. Orang tua serta saudara kandung yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Helena Samara yang selalu memberikan perhatian, dukungan, dorongan semangat, dan memotivasi peneliti untuk mengerjakan penelitian ini sampai selesai.
7. Leonardo Alexander, Dominica Nina, Rafael Tedjo, dan Bernadette Cynthia yang membantu dalam menyebarkan kuesioner kepada para responden.
8. Dahlia Suhendra dan Shienny Kiatandi yang memberikan pengajaran mengenai penggunaan SPSS versi 24.

Penulis menyadari bahwa masih adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan adanya saran serta kritik yang membangun untuk penulis bisa menyempurnakan skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 1 November 2018

Penulis

PENGARUH *BRAND PERSONALITY GO-JEK*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Survei Kepada Karyawan Berdomisili di Tangerang Selatan)

ABSTRAK

Oleh: Ronald Kevin Alfian

Brand personality merupakan suatu karakter dari sebuah merek yang bisa dikaitkan dengan sifat manusia dengan menggunakan dimensi – dimensi yang ada di dalamnya. *Brand personality* yang bagus dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dari perusahaan yang bersangkutan. Dimensi – dimensi tersebut antara lain adalah *sincerity*, *excitement*, *competence*, *sophistication*, dan *ruggedness*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari *brand personality* terhadap loyalitas pelanggan dan seberapa besar pengaruhnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 400 responden dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan besarnya pengaruh *brand personality* terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 37,2%. Berdasarkan hasil penelitiannya, terdapat tiga dimensi yang paling mempengaruhi, yaitu *sophistication* sebesar 30,9%, *ruggedness* sebesar 26,6%, dan *competence* sebesar 25,6%.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Kata Kunci: *Brand personality*, loyalitas pelanggan, Go-Jek Indonesia.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1. Kegunaan Akademis.....	15
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	16

BAB II KERANGKA TEORI

2.1. Penelitian Terdahulu.....	17
2.2. Kerangka Teori	
2.2.1. <i>Brand</i>	19
2.2.2. <i>Brand Equity</i>	20
2.2.3. <i>Brand Personality</i>	21
2.2.4. Loyalitas Pelanggan	
2.2.4.1. Definisi.....	24
2.2.4.2. Karakteristik dan Model Loyalitas Pelanggan.....	31
2.2.4.3. Tahapan Loyalitas Pelanggan	33
2.2.4.4. Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	34
2.2.5. Hubungan antara <i>Brand Personality</i> dan Loyalitas Pelanggan..	35
2.2.6. Model Komunikasi.....	36
2.3. Kerangka Pemikiran	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sifat Penelitian.....	39
--------------------------------------	----

3.2. Metode Penelitian.....	39
3.3. Populasi dan Sampe	
3.3.1. Populasi.....	40
3.3.2. Sampel.....	41
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	43
3.5. Teknik Pengukuran Data	
3.5.1. Pengumpulan Data Primer	49
3.5.2. Pengumpulan Data Sekunder	49
3.6. Teknik Pengukuran Data	
3.6.1. Uji Validitas	50
3.6.1.1. Uji Instrumen Validitas Data <i>Pre-Test</i>	51
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	55
3.6.2.1. Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	56
3.6.3. Uji Normalitas	57
3.7. Teknik Analisis Data	
3.7.1. Uji Korelasi <i>Product Moment (Pearson's Product Moment)</i>	58
3.7.2. Analisis Regresi Linier Sederhana	60
3.7.3. Uji Hipotesis.....	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Go-Jek	63
4.2. Hasil Penelitian	
4.2.1. Identitas Responden	
4.2.1.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.1.2. Data Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.2.1.3. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.2.1.4. Data Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	68
4.2.1.5. Data Responden Berdasarkan Lama Penggunaan aplikasi Go-Jek.....	69
4.2.1.6. Data Responden Berdasarkan Seringnya Penggunaan Aplikasi Go-Jek dalam Seminggu	70
4.2.1.7. Data Responden Berdasarkan Fitur – Fitur yang Pernah Digunakan.....	71
4.2.2. Hasil Olah Data Jawaban Responden	
4.2.2.1. Variabel X <i>Brand Personality</i>	73
4.2.2.2. Variabel Y <i>Loyalitas Pelanggan</i>	107
4.2.2.3. Uji Normalitas.....	121

4.2.2.4. Uji Korelasi.....	122
4.2.2.5. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	123
4.3. Pembahasan.....	125
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	132
5.2. Saran	
5.2.1. Saran Akademis.....	136
5.2.2. Saran Praktis.....	137
DAFTAR PUSTAKA.....	140
LAMPIRAN.....	142



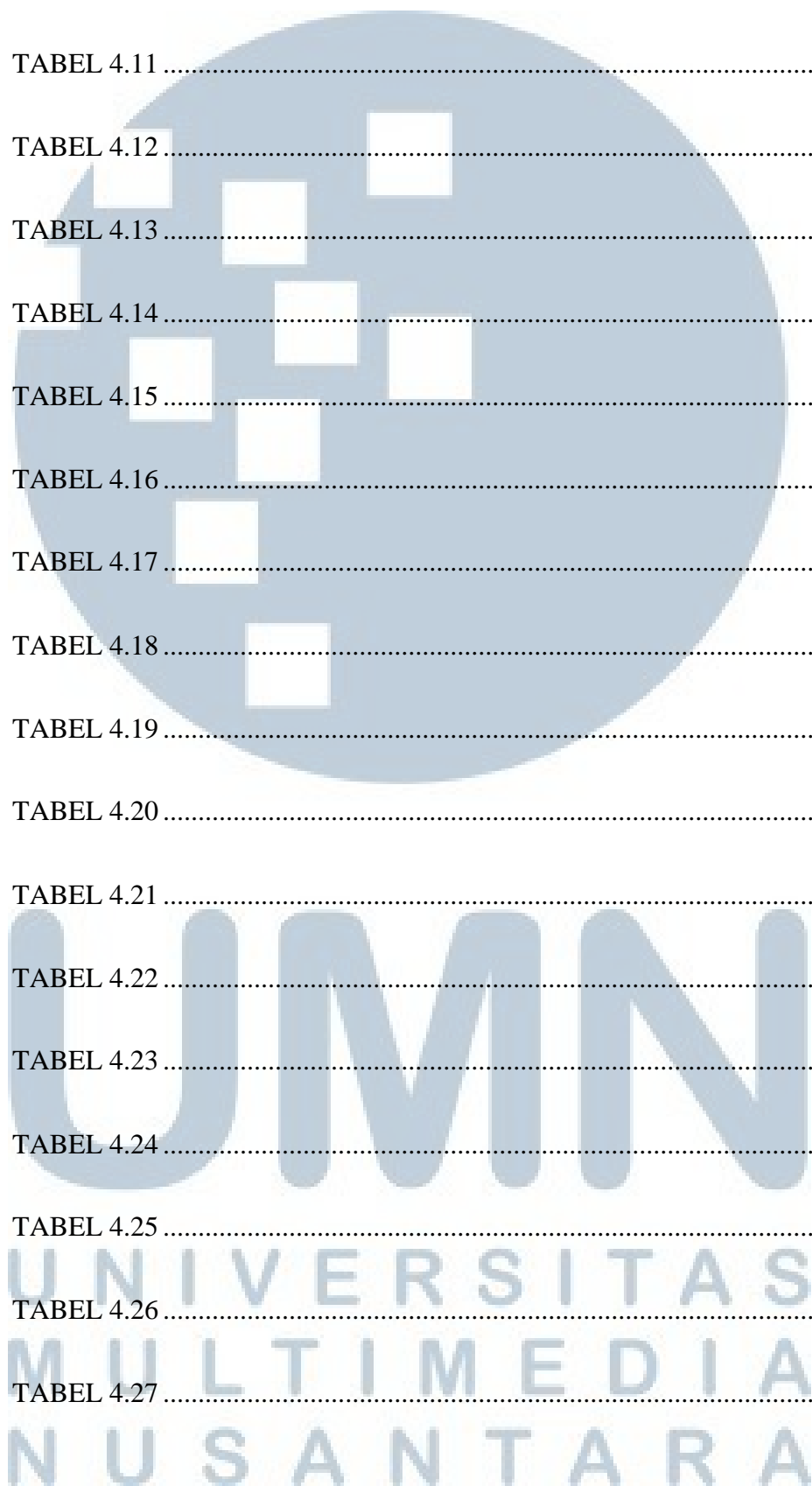
DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1.	2
GAMBAR 1.2.	4
GAMBAR 1.3.	4
GAMBAR 1.4.	5
GAMBAR 1.5.	6
GAMBAR 1.6.	7
GAMBAR 2.1.	22
GAMBAR 2.2.	26
GAMBAR 2.3.	36
GAMBAR 3.1.	41
GAMBAR 4.1.	63
GAMBAR 5.1.	135

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1.....	43
TABEL 3.2.....	50
TABEL 3.3.....	52
TABEL 3.4.....	54
TABEL 3.5.....	56
TABEL 3.6.....	56
TABEL 3.7.....	59
TABEL 4.1.....	66
TABEL 4.2.....	67
TABEL 4.3.....	68
TABEL 4.4.....	68
TABEL 4.5.....	69
TABEL 4.6.....	71
TABEL 4.7.....	73
TABEL 4.8.....	77
TABEL 4.9.....	77



TABEL 4.10 78

TABEL 4.11 79

TABEL 4.12 80

TABEL 4.13 81

TABEL 4.14 82

TABEL 4.15 83

TABEL 4.16 84

TABEL 4.17 85

TABEL 4.18 86

TABEL 4.19 87

TABEL 4.20 88

TABEL 4.21 89

TABEL 4.22 90

TABEL 4.23 91

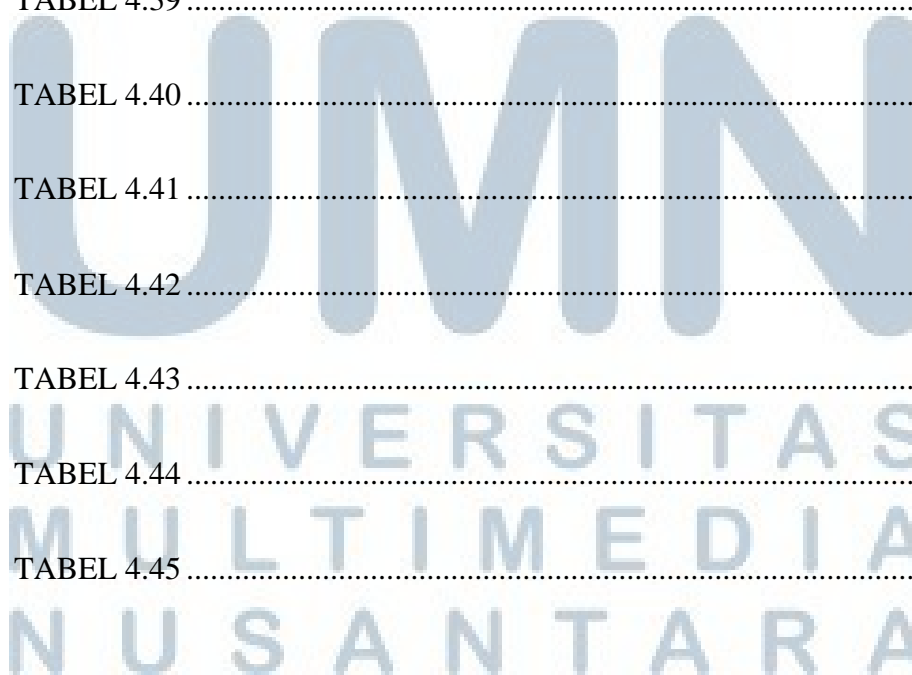
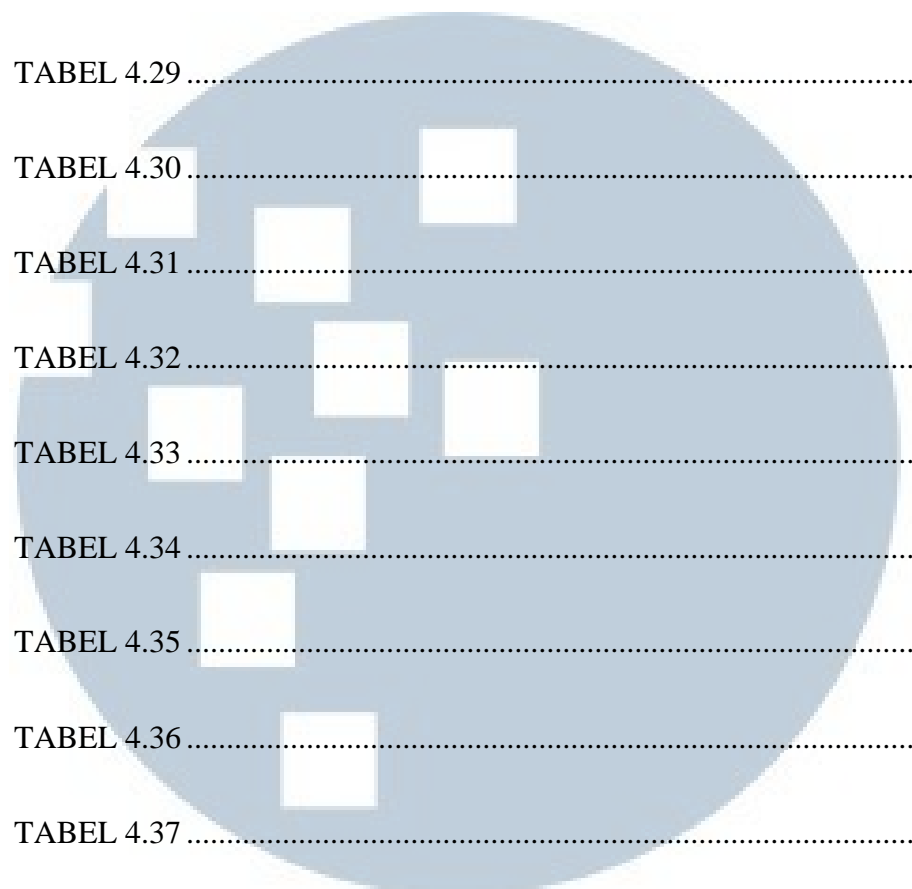
TABEL 4.24 92

TABEL 4.25 93

TABEL 4.26 94

TABEL 4.27 95

TABEL 4.28	96
TABEL 4.29	97
TABEL 4.30	98
TABEL 4.31	99
TABEL 4.32	100
TABEL 4.33	101
TABEL 4.34	102
TABEL 4.35	103
TABEL 4.36	104
TABEL 4.37	105
TABEL 4.38	106
TABEL 4.39	107
TABEL 4.40	110
TABEL 4.41	111
TABEL 4.42	112
TABEL 4.43	113
TABEL 4.44	114
TABEL 4.45	115



TABEL 4.46.....	116
TABEL 4.47.....	117
TABEL 4.48.....	118
TABEL 4.49.....	118
TABEL 4.50.....	119
TABEL 4.51.....	120
TABEL 4.52.....	121
TABEL 4.53.....	122
TABEL 4.54.....	123
TABEL 4.55.....	124
TABEL 4.56.....	124
TABEL 4.57.....	126
TABEL 4.58.....	126
TABEL 4.59.....	127
TABEL 4.60.....	127
TABEL 4.61.....	128
TABEL 5.1.....	137

