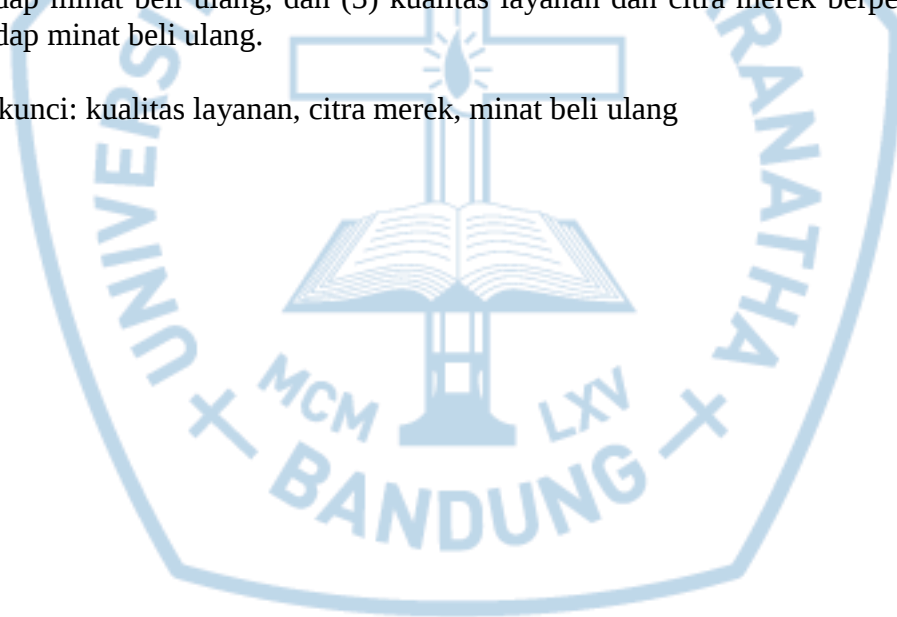


ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang konsumen ojek online di Kota Bandung, (2) pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang konsumen ojek online di Kota Bandung, dan (3) pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap minat beli ulang konsumen ojek online di Kota Bandung. Jenis penelitian yang digunakan adalah Causal-Explanatory Study. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh penduduk di Kota Bandung. Sampel dalam penelitian ini adalah penduduk di Kota Bandung yang telah menggunakan jasa ojek online minimal sebanyak dua kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 166 orang responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli ulang, (2) citra merek berpengaruh terhadap minat beli ulang, dan (3) kualitas layanan dan citra merek berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: kualitas layanan, citra merek, minat beli ulang



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine: (1) influence of service quality on repurchase intention of online motorcycle taxi consumers in Bandung city, (2) influence of brand image on repurchase intention of online motorcycle taxi consumers in Bandung city, and (3) influence of service quality and brand image on repurchase intention of online motorcycle taxi consumers in Bandung city. The type of research used was Causal-Explanatory Study. The research method used was quantitative research method. The population in this study were all residents in Bandung city. The sample in this study were residents in Bandung city who had used online motorcycle taxi service at least twice. The sampling technique used the nonprobability sampling technique. The number of samples used were 166 respondents. Data collection technique used was using questionnaires. The data analysis used to answer the research hypothesis was multiple regression analysis. The results showed that: (1) service quality had an influence on repurchase intention, (2) brand image had an influence on repurchase intention, and (3) service quality and brand image had influences on repurchase intention.

Keywords: service quality, brand image, repurchase intention



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
 BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN, RERANGKA PEMIKIRAN, MODEL, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	 11
2.1 Profil Perusahaan Penyedia Jasa Ojek <i>Online</i> di Kota Bandung.....	11
2.1.1 Go-Jek	11
2.1.2 Grab.....	13
2.2 Tinjauan Kepustakaan.....	14
2.2.1 Kualitas Layanan.....	14
2.2.2 Citra Merek	22
2.2.3 Minat Beli Ulang.....	29
2.3 Rerangka Pemikiran	32

2.3.1 Hubungan antara Kualitas Layanan dan Minat Beli Ulang	33
2.3.2 Hubungan antara Citra Merek dan Minat Beli Ulang	33
2.3.3 Hubungan antara Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Minat Beli Ulang	34
2.3.4 Penelitian Terdahulu	35
2.4 Model Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis dan Metode Penelitian.....	43
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4 Operasionalisasi Variabel	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	52
3.5.1 Pengujian Instrumental.....	52
3.5.1.1 Uji Validitas	52
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	52
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	53
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.5.2.3 Uji Multikolinieritas.....	54
3.5.2.4 Uji Autokorelasi.....	54
3.5.2.5 Uji Linearitas.....	55
3.5.3 Uji Hipotesis	55
3.5.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.5.3.2 Uji t	56
3.5.3.3 Uji F	57
3.5.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	59
4.1 Hasil Penelitian	59
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden	59

4.1.1.1 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan	
Jenis Kelamin.....	59
4.1.1.2 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan	
Status.....	60
4.1.1.3 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan	
Umur	60
4.1.1.4 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan	
Pekerjaan.....	61
4.1.2 Hasil Pengujian Instrumental	62
4.1.2.1 Hasil Pengujian Validitas.....	62
4.1.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	67
4.1.3 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	68
4.1.3.1 Kualitas Layanan (X_1).....	68
4.1.3.2 Citra Merek (X_2)	72
4.1.3.3 Minat Beli Ulang (Y)	75
4.1.4 Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	79
4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas	79
4.1.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
4.1.4.3 Hasil Uji Multikolinieritas	80
4.1.4.4 Hasil Uji Autokorelasi.....	80
4.1.4.5 Hasil Uji Linearitas	81
4.1.5 Hasil Pengujian Hipotesis	81
4.1.5.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	81
4.1.5.2 Hasil Uji t	83
4.1.5.3 Hasil Uji F	84
4.1.4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	85
4.2 Pembahasan Penelitian.....	86
4.2.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang.....	86
4.2.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang	87
4.2.3 Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap	
Minat Beli Ulang.....	89

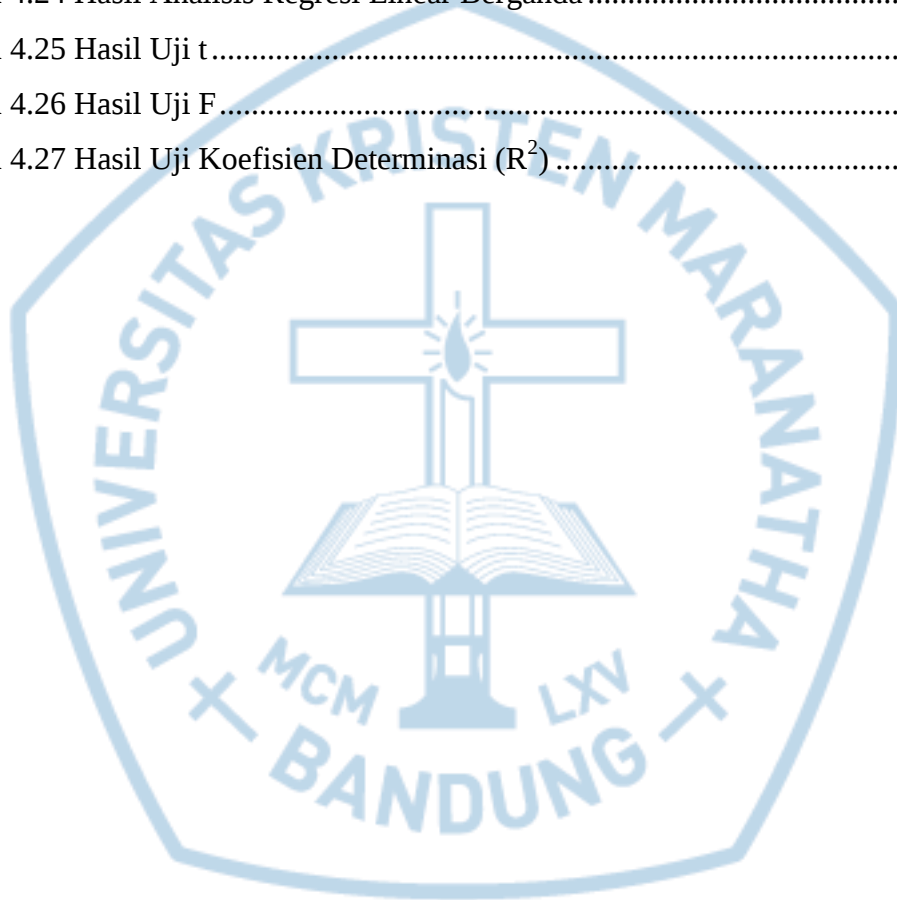
4.3 Implikasi Manajerial	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	94
DAFTAR KEPUSTAKAAN	95



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Konsep tentang Citra Merek	24
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu tentang Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Minat Beli Ulang	35
Tabel 3.1 Skala Likert	45
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	48
Tabel 3.3 Pengambilan Keputusan dalam Uji Durbin-Watson	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan saat Prasurvei	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek saat Prasurvei	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang saat Prasurvei	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan saat Survei	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek saat Survei	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang saat Survei	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas saat Prasurvei	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas saat Survei	68
Tabel 4.13 Skor Jawaban Responden terhadap Pernyataan pada Variabel Kualitas Layanan (X_1)	69
Tabel 4.14 Jawaban Responden terhadap Pernyataan pada Variabel Kualitas Layanan (X_1)	71
Tabel 4.15 Skor Jawaban Responden terhadap Pernyataan pada Variabel Citra Merek (X_2)	72
Tabel 4.16 Jawaban Responden terhadap Pernyataan pada Variabel Citra Merek (X_2)	72
Tabel 4.17 Skor Jawaban Responden terhadap Pernyataan pada Variabel Minat Beli Ulang (Y)	76

Tabel 4.18 Jawaban Responden terhadap Pernyataan pada Variabel	
Minat Beli Ulang (Y)	78
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolonieritas	80
Tabel 4.22 Hasil Uji Autokorelasi	80
Tabel 4.23 Hasil Uji Linearitas	81
Tabel 4.24 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	82
Tabel 4.25 Hasil Uji t	83
Tabel 4.26 Hasil Uji F	84
Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bagian-Bagian pada Penelitian tentang Kualitas Layanan	15
Gambar 2.2 Model Penelitian	42



DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1.1 Hasil Prasurvei untuk Jumlah Pengguna Ojek <i>Online</i>	6
Grafik 1.2 Hasil Prasurvei untuk Merek Ojek <i>Online</i> yang Digunakan	6
Grafik 1.3 Hasil Prasurvei untuk Persepsi Responden Tentang Kualitas Layanan.....	7
Grafik 1.4 Hasil Prasurvei untuk Persepsi Tentang Citra Merek.....	8
Grafik 1.5 Hasil Prasurvei untuk Kualitas Layanan yang Menjadi Pertimbangan dalam Menggunakan Kembali Jasa Ojek <i>Online</i>	8



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	111
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	113
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	119
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	121
Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis	123
Lampiran 7. Rekapitulasi Jawaban Responden.....	124

