

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian	12
F. Kerangka Pemikiran.....	13
G. Penelitian Terdahulu	16
BAB II	22
KAJIAN PUSTAKA	22
A. Manajemen.....	22
1. Pengertian Manajemen.....	22
2. Fungsi Manajemen	22

a. Fungsi Perencanaan.....	23
b. Fungsi Pengorganisasian.....	23
c. Fungsi Pengarahan dan Implementasi.....	24
d. Fungsi pengawasan dan pengendalian.....	24
B. Manajemen Pemasaran	25
1. Pengertian Pemasaran	25
2. Manajemen Pemasaran.....	25
3. Konsep-Konsep Pemasaran.....	26
a. Konsep produksi.....	27
b. Konsep produk.....	27
c. Konsep Penjualan.....	28
d. Konsep Pemasaran.....	28
e. Konsep pemasaran sosial.....	28
4. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	28
C. Pengertian Aplikasi	31
D. Pengertian Transportasi Online.....	32
E. Harga.....	32
1. Pengertian Harga	32
2. Penetapan Harga.....	33
3. Tujuan Penetapan Harga	36

4. Strategi Penetapan Harga	37
5. Indikator Harga	39
F. Citra Merek	41
1. Pengertian Citra Merek	41
2. Dimensi Citra Merek	45
G. Pengertian Kepuasan Konsumen	46
BAB III.....	48
METODE PENELITIAN.....	48
A. Metode Penelitian	48
B. Populasi dan Sampel	49
1. Populasi	49
2. Sampel	49
C. Jenis Data dan Sumber Data	51
1. Jenis Data	51
2. Sumber Data	52
D. Variabel dan Operasional Variabel.....	52
1. Variabel Penelitian	52
2. Operasional Variabel.....	53
E. Teknik Pengumpulan Data.....	55
1. Observasi	56

2.	Wawancara	57
3.	Studi Pustaka	57
4.	Kuesioner	58
F.	Teknik Pengolahan Data	58
1.	Uji Validitas (Validity).....	58
2.	Uji Reliabilitas (Reliability).....	59
3.	Teknik Analisis Data.....	60
G.	Jadwal danTempat Penelitian	63
BAB IV.....		65
ANALISIS PENGUJIAN DAN PEMBAHASAN.....		65
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	65
1.	Deskripsi Tentang Perusahaan.....	65
2.	Sejarah Singkat Perusahaan.....	67
3.	Profil Perusahaan Go-jek.....	69
4.	Jenis-Jenis Layanan Go-Jek.....	70
5.	Struktur Organisasi.....	73
B.	Data Deskriptif Karakteristik Responden.....	73
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	75
C.	Analisis Deskriptif Statistik.....	75

D.	Pengolahan Data Deskriptif.....	78
1.	Tanggapan Responden Mengenai Harga.....	78
2.	Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek.....	84
3.	Tanggapan Responden mengenai Kepuasan Konsumen.....	95
E.	Hasil Pengujian Instrumen.....	99
1.	Uji Validitas.....	99
2.	Uji Reliabilitas.....	102
F.	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	105
1.	Uji Korelasi.....	105
2.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	107
3.	Uji Parsial (Uji T).....	109
4.	Uji Simultan (Uji F).....	110
5.	Koefisien Determinasi (R^2).....	111
G.	Pembahasan Penelitian.....	112
A.	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	112
B.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	113
C.	Pengaruh Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen....	114
BAB V	116
PENUTUP	116
A.	Kesimpulan.....	116
B.	Saran.....	118

DAFTAR PUSTAKA	120
I. Buku	120
II. Jurnal.....	122
III. WEB	122

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Daftar pemakai angkutan umum berbasis aplikasi 2017	6
Gambar 1.2	Daftar harga angkutan umum berbasis aplikasi 2018.....	8
Gambar 1.3	Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 4.1	Logo PT Go-Jek.....	69
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT GO-JEK Indonesia.....	73



DAFTAR TABEL

Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	54
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	63
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	74
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4.3 Karakteristik Respoden Berdasarkan Jurusan.....	75
Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Deskriptif Statistik.....	76
Tabel 4.5 Kriteria Interpretasi Skor.....	78
Tabel 4.6 Pernyataan 1 Semakin murah harga Go-jek, biasanya menjadi utama dalam pemilihan.....	78
Tabel 4.7 Pernyataan 2 Harga pada Go-jek lebih murah dibandingkan angkutan umum berbasis aplikasi lainnya.....	79
Tabel 4.8 Pernyataan 3 Go-jek sering memberikan potongan harga pada setiap pemakainya.....	80
Tabel 4.9 Pernyataan 4 Harga sesuai dengan kemampuan atau daya beli konsumen.....	81
Tabel 4.10 Pernyataan 5 Harga dapat memberikan kepuasan konsumen..	82
Tabel 4.11 Pernyataan 6 Potongan harga dapat memberikan kepuasan konsumen.....	83
Tabel 4.12 Pernyataan 7 Harga pada Go-jek sesuai dengan pelayanan yang diberikan.....	84
Tabel 4.13 Pernyataan 8 Citra pada Go-jek sangat di jaga.....	85

Tabel 4.14. Pernyataan 9 Pelayan Go-jek baik untuk menjaga citra.....	85
Tabel 4.15 Pernyataan 10 Kepuasan konsumen mempengaruhi citra terhadap Go-jek.....	86
Tabel 4.16 Pernyataan 11 Citra pada Go-jek baik dibandingkan dengan yang lain.....	87
Tabel 4.17 Pernyataan 12 Citra yang baik dapat mudah dikenal oleh orang lain.....	87
Tabel 4.18 Pernyataan 13 Harga pada Go-jek akan memberikan Citra yang baik.....	88
Tabel 4.19 Pernyataan 14 Citra yang baik membuat orang percaya pada Go-jek.....	89
Tabel 4.20 Pernyataan 15 Citra dapat mempengaruhi orang lain.....	90
Tabel 4.21 Pernyataan 16 Orang yang memakai Go-jek akan mencerminkan citra pada Go-jek.....	91
Tabel 4.22 Pernyataan 17 Pelayanan pada kepuasan konsumen akan menjaga Citra.....	92
Tabel 4.23 Pernyataan 18 Merek Go-jek dikenal dibandingkan merek lain.....	92
Tabel 4.24 Pernyataan 19 Merek Go-jek memberikan kesan positif.....	93
Tabel 4.25 Pernyataan 20 Merek Go-jek selalu menjaga kepuasan konsumen.....	94

Tabel 4.26 Pernyataan 21 Pelayanan pada Go-jek memberikan merek yang positif.....	95
Tabel 4.27 Pernyataan 22 Harga yang ditawarkan Go-jek memberikan kepuasan konsumen.....	96
Tabel 4.28 Pernyataan 23 Potongan harga membuat pemakaiannya merasa puas.....	96
Tabel 4.29 Pernyataan 24 Pelayanan G0-jek sangat baik sehingga konsumen merasa puas.....	97
Tabel 4.30 Pernyataan 25 Citra dan merek yang baik membuat konsumen merasa puas.....	98
Tabel 4.31 Pernyataan 26 Kepuasan konsumen mempengaruhi merek.....	98
Tabel 4.32 Hasil Pengujian Validitas Harga (X1).....	100
Tabel 4.33 Hasil Pengujian Validitas Citra Merek (X2).....	100
Tabel 4.34 Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	101
Tabel 4.35 Klasifikasi Koefisien Reliabilitas.....	103
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X₁).....	103
Tabel 4.37 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X₂).....	104
Tabel 4.38 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y).....	104
Tabel 4.39 Hasil Uji Korelasi.....	105
Tabel 4.40 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	106
Tabel 4.41 Hasil Regresi Linier Berganda.....	107
Tabel 4.42 Hasil Uji Koefisien Secara Parsial.....	109
Tabel 4.43 Hasil Uji Regresi Koefisien Secara Simultan.....	111

Tabel 4.44 Hasil Koefisien Determinasi.....112

