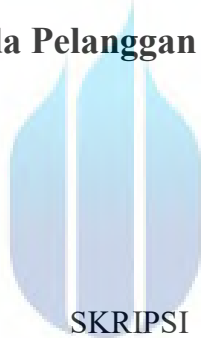




UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ANALISIS CITRA MEREK GO-JEK
(Studi Kasus Pada Pelanggan GO-JEK di Jakarta Barat)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Bidang Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Study Advertising and Marketing Communication

Disusun Oleh:

Muthoharoh

44314110047

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

JUDUL : Analisis Citra Merek GO-JEK
(Studi Kasus Pada Pelanggan GO-JEK di Jakarta Barat)


NAMA : Muthoharoh

NIM : 44314110047

FAKULTAS : Ilmu Komunikasi

BIDANG STUDI : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 25 Februari 2017
Mengetahui
Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

JUDUL : Analisis Citra Merek GO-JEK
(Studi Kasus Pada Pelanggan GO-JEK di Jakarta Barat)

NAMA : Muthoharoh

NIM : 44314110047

FAKULTAS : Ilmu Komunikasi


BIDANG STUDI : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 11 Maret 2017
Disetujui dan di terima oleh

1. Ketua sidang
(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

2. Penguji Ahli
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

3. Pembimbing
(Dr.Farid Hamid.,M.Si)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

JUDUL : Analisis Citra Merek GO-JEK
(Studi Kasus Pada Pelanggan GO-JEK di Jakarta Barat)

NAMA : Muthoharoh

NIM : 44314110047

FAKULTAS : Ilmu Komunikasi

BIDANG STUDI : Advertising and Marketing Communication

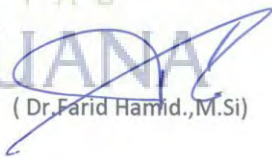
Jakarta, 11 Maret 2017
Disetujui dan di terima oleh

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Markom & Periklanan



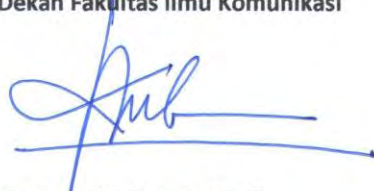
(Dr. Farid Hamid., M.Si)




(Dr. Farid Hamid., M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair., M.Si)



(Ponco Budi Sulistyono., M.Comm., P.hD)

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Muthoharoh

NIM : 44314110047

Bidang Studi : Advertising & Marketing Comunication

Menyatakan bahwa skripsi ini murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya akan bersedia dikenai pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buar dengan sebenarnya

Jakarta , 4 Maret 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muthoharoh

NIm: 44314110047

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Analisis Citra Merek GO-JEK (Studi Kasus Pada Pelanggan GO-JEK di Jakarta Barat)**”, dengan baik. Adapun tujuan penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan waktu, pengalaman, waktu dan ilmu pengetahuan yang dimiliki.

Penulis sudah berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini, walaupun ada berbagai hambatan dan kesulitan yang dihadapi. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada setiap pihak yang sudah memberikan dorongan semangat, moril dan materil. Ucapan terimakasih khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*, dan sekaligus dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu dan tenaga ekstra untuk mendampingi penulis dalam setiap revisi dan penyusunan skripsi.

2. Bapak. Ponco Budi Sulisty, Mcomm, Ph.D. Selaku ketua program studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana khususnya program studi *Advertising & Marketing Communication*.
4. Seluruh Staff Tata Usaha Ilmu Komunikasi atas segala bantuan yang diberikan selama ini.
5. Untuk Ibunda tercinta Almarhumah Hj. Markunah yang tidak sempat menyaksikan penulis dalam menyelesaikan studi ini, dan Kaka tercinta Badiah Abdul Aziz yang selalu mensupport dan selalu mengingatkan penulis untuk cepat menyelesaikan kuliah.
6. 亲爱的哥哥和弟弟，谢谢你怎么多帮助我，我希望你的生活愉快,健康，和发财。
7. Astry Eka Purwanti, Terimakasih dalam semua hal sekecil apapun, smoga kita selalu saling mendukung satu sama lain.
8. Terimakasih Mb Evi yang selalu mendengarkan keluh - kesah dalam proses peralihan hidup penulis.
9. Untuk (MMG) teman seperjuangan dalam menempuh studi ini, Evi, Gita, Syahda, Budi, yang selalu memberikan semangat, dukungan dan menuntun peneliti sampai pada titik akhir dalam perjuangan ini, terimakasih kalian yang selalu menjadi alasan penulis untuk rajin ke kampus dan tidak pernah puas atas hasil yang sudah didapat dan selalu berjuang revisi besar-besaran.

10. Trimakasih untuk para nara sumber dalam penelitian ini : Arnis Setyani Isma, Fika Ferly Setyana, Melisa Oktaviani, Bella Patriani dan Lilis Listriana Lestari, yang telah meluangkan waktunya dan berbagi informasi dan pengalamannya kepada peneliti.
11. Genk Ondel-ondel, Ms.evi, Ms.Gita, Mrs. Syahda, Mr. Aji, Mr.Bimo, Mr. Budi, Mr.Wawan, Mr.Yusran, yang selalu meramaikan suasana perkuliahan.
12. Terimakasih untuk PT.Swara Indah Lestari terutama Bapak. Epitra Hidayat selaku manager *Information Technology* (IT) yang telah memberikan waktu dan kesempatanya pada penulis dalam melanjutkan studi ini dan rekan – rekan kerja di *Information Technology department* , yang selalu memberi warna dalam suasana kerja sehingga waktu terasa singkat.
13. Dan semua pihak yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu namun telah membantu penulis dalam hal sekecil apapun.

Jakarta, 4 Maret 2017

Penulis



Muthoharoh

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1.Mnfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.1 Positioning Produk Sebagai Citra Merek.....	13
2.2.Merek	15
2.2.1 Pengertian Merek.....	15
2.2.2. Citra Merek	18
2.2.3 Komponen Pembentukan Citra Merek.....	19
2.3. Perilaku Konsumen.....	23
2.3.1 Ruang Lingkup Kajian Perilaku Konsumen	24
2.3.2 Model Perilaku Konsumen.....	24
2.4.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	26
2.4. Pengalaman Penggunaan Jasa (<i>User Experience Service</i>).....	36
2.3. Penelitian Terdahulu	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian	41
3.2. Metode Penelitian	42
3.3. Subjek Penelitian.....	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	47

3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	49
--	----

BAB IV GAMBARAN UMUM DAN HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1 Sejarah PT. GO-JEK Indonesia	52
4.1.2 Visi Dan Misi	57
4.1.3 Struktur Organisasi PT.GO-JEK Indonesia	58
4.1.4 Perkembangan PT.GO-JEK Indonesia	59
4.1.5 Promo GO-JEK.....	64
4.2. Hasil Penelitian	69
4.2.1 Pengetahuan Pelanggan Tentang GO-JEK	71
4.2.2 Pemahaman Tentang GO-JEK.....	73
4.2.3 Motivasi Menggunakan GO-JEK	79
4.2.4. Pengalaman Penggunaan layanan Jasa GO-JEK	84
4.2.4 Analisis Citra Merek GO-JEK.....	85
4.3 Pembahasan	89

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	94
5.2.1. Saran Akademis	95
5.2.2. Saran Praktis	95