

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA  
PENGGUNA GOFOOD DI APLIKASI GOJEK  
(Studi Pada Pengguna GoFood di Jakarta Barat)**

**SKRIPSI**



**Nama : Mutia Dwi Fadilla**

**NIM : 43120010469**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA  
PENGGUNA GOFOOD DI APLIKASI GOJEK  
(Studi Pada Pengguna GoFood di Jakarta Barat)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Mutia Dwi Fadilla

NIM : 43120010469

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutia Dwi Fadilla

NIM : 43120010469

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Juni 2023



Mutia Dwi Fadilla

43120010469

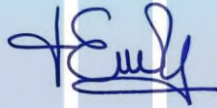
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mutia Dwi Fadilla  
NIM : 43120010469  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PENGGUNA GOFOOD DI APLIKASI GOJEK (Studi Pada Pengguna GoFood di Jakarta Barat)  
Tanggal Sidang : 04 September 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Cut Edwina Safia Oebit, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1  
Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244392



Please Scan QRCode to [Verify](#)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, promosi, dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang GoFood. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat di Jakarta Barat yang telah menggunakan layanan GoFood minimal dua kali pemesanan. Sampel yang digunakan yaitu sebesar 150 responden. Metode penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang



## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of brand image, promotions, and customer satisfaction on the repurchase intention of GoFood services. The population in this research consists of residents in West Jakarta who have used the GoFood service at least twice. The sample size is 150 respondents, selected using the purposive sampling method. Data collection was conducted through a survey using a questionnaire as the research instrument. Data analysis was carried out using the Partial Least Square (PLS) method. The results of this study indicate that brand image has a positive and significant influence on repurchase intention, promotion has a positive and significant influence on repurchase intention, and customer satisfaction has a positive and significant influence on repurchase intention.*

**Keywords:** *Brand Image, Promotion, Customer Satisfaction, Repurchase Intention*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna GoFood Di Aplikasi GoJek (Studi Pada Pengguna GoFood di Jakarta Barat)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Cut Edwina Safia Oebit, SE, MM, selaku dosen pembimbing dan penguji I skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat bagi penulis demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Ibu Dr. Catur Widayati, SE, MM, selaku dosen penelaah seminar proposal dan ketua penguji skripsi yang telah memberikan masukan dan saran yang bermanfaat bagi penulis sehingga penulis dapat melanjutkan penelitian dengan lebih baik serta menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan konsisten.
6. Ibu Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si, selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan dan saran yang bermanfaat bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
7. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
8. Ayah, Ibu, eyang, kakak, dan adik yang sangat penulis sayangi dan cintai yang telah memberi dukungan dan doa tiada henti kepada penulis.
9. Lailatus Sholihah, teman penulis yang sejak awal perkuliahan menjadi seseorang yang selalu penulis andalkan sampai skripsi ini selesai dibuat.
10. Gabriela Shamita, Aulia Rahmah, Rosa Bandini, dan Syindhia Indah, teman penulis yang sejak awal perkuliahan telah bersama-sama melewati masa perkuliahan ini sampai terselesaikannya skripsi ini.
11. Feby Kusuma, Mariska Amelia, Safira Amelia, dan Zulva Baihaqi, teman bimbingan penulis yang sejak awal mengerjakan skripsi telah bersama-sama berjuang dalam membangun niat dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.



Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 22 Juli 2024

Mutia Dwi Fadilla



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Perilaku Konsumen.....	15
2. Minat Beli Ulang.....	17
3. Citra Merek.....	21
4. Promosi .....	23
5. Kepuasan Pelanggan.....	27
6. Penelitian Terdahulu.....	29
B. Pengembangan Hipotesis .....	34
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang .....	35
2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Ulang.....	35
3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang .....	36
4. Kerangka Konseptual.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38

B. Desain Penelitian.....	38
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	39
1. Definisi Variabel.....	39
2. Operasionalisasi Variabel.....	40
D. Skala Pengukuran.....	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	43
1. Populasi.....	43
2. Sampel.....	44
F. Metode Pengumpulan Data.....	45
G. Metode Analisis Data.....	45
1. Analisis Deskriptif .....	45
2. Uji Instrumen.....	46
3. Metode Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
A. Analisis Deskriptif.....	53
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	53
2. Deskripsi Responden .....	54
3. Deskripsi Variabel .....	57
B. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	64
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	64
2. Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	71
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	75
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang.....	75
2. Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Ulang .....	77
3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>82</b>
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Hasil Kuesioner Pra Survei .....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	43
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	56
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Citra Merek.....	57
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Promosi .....	59
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	61
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang.....	63
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian <i>Factor Loading</i> .....	65
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Factor Loading</i> (modifikasi) .....	67
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	68
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	68
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	69
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	70
Tabel 4. 15 Nilai <i>R-Square</i> .....	71
Tabel 4. 16 Nilai <i>F-Square</i> .....	72
Tabel 4. 17 Nilai <i>Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)</i> .....	72
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jasa Transportasi <i>Online</i> di Indonesia tahun 2019 – 2022.....	2
Gambar 1. 2 Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan Indonesia (2022) ....	6
Gambar 1. 3 <i>Online Food Delivery App</i> (2022).....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	37
Gambar 4. 1 Hasil <i>Algorithm PLS</i> .....	65
Gambar 4. 2 Hasil <i>Algorithm PLS</i> (modifikasi) .....	66
Gambar 4. 3 Hasil <i>Bootstrapping</i> .....	75



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Survei .....	92
Lampiran 2 Kuesioner.....	95
Lampiran 3 Hasil Kuesioner .....	101
Lampiran 4 Hasil Output SPSS 26.....	114
Lampiran 5 Hasil <i>Output</i> PLS 4.0.....	121

