

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, berkat, dan bimbingan-Nya yang dicurahkan dengan penuh cinta kasih yang senantiasa menyertai penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, yang memiliki judul **“PENGARUH *BRAND IMAGE, PRICE, PROMOTION, EASE OF USE* DAN *SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA *GRAB BIKE* DI *JABODETABEK*”**, yang bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan di Karawaci, Tangerang.

Selama masa persiapan, proses dan sampai dengan selesainya tugas akhir ini, penulis ingin menyampaikan rasa dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan, dorongan, dan juga semangat kepada penulis semasa penyusunan tugas akhir ini sampai hingga terwujudnya penyelesaian tugas akhir ini. Hormat tersebut diberikan kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S. C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Dr. Drs. John Tampil Purba, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan petunjuk bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini hingga selesai.

4. Seluruh Dosen dan Staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan bekal ilmu selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
5. Staf Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
6. Staf Karyawan perpustakaan Universitas Pelita Harapan yang telah membantu penulis hingga lulus kuliah.
7. Anggota keluarga telah banyak memberikan dukungan moril maupun materil, perhatian dan kasih sayang, semangat dan doa yang selalu menyertai dalam penyusunan tugas akhir ini.
8. Kepada seluruh pihak yang berpengaruh dalam melakukan berlangsungnya penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna baik isi, tata Bahasa, maupun segi penyusunannya, mengingat keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Penulis dengan tangan terbuka, bersedia untuk menerima kritik dan saran guna melengkapi tugas akhir ini agar dapat menjadi lebih baik lagi. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

## DAFTAR ISI

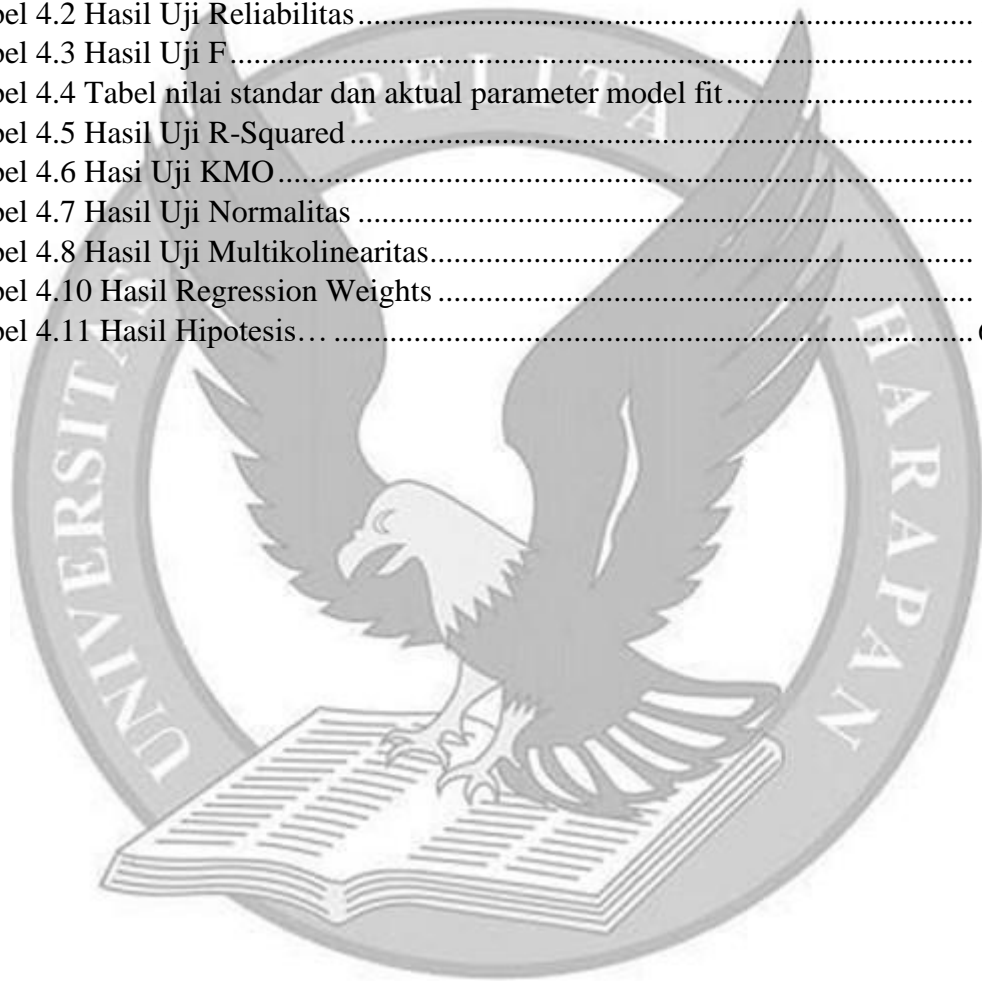
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Masalah Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Pembatasan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.6 Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
2.1 Definisi Konseptual Variabel.....	11
2.1.1 Brand Image .....	11
2.1.2 Price.....	12
2.1.3 Promosi .....	13
2.1.4 Ease-of-Use .....	14
2.1.5 Satisfaction.....	15
2.1.6 Customer Loyalty.....	15
2.2 Kaitan Antar Variabel .....	18
2.2.1 Hubungan Brand Image dengan Customer Loyalty .....	18
2.2.2 Hubungan Price dengan Customer Loyalty .....	18
2.2.3 Hubungan Promotion dengan Customer Loyalty.....	19
2.2.4 Hubungan Ease-of-Use dengan Customer Loyalty.....	19
2.2.5 Hubungan Satisfaction dengan Customer Loyalty.....	20
2.3 Penelitian yang Relevan .....	20
2.4 Model Konseptual .....	23
2.4.1 Model Konseptual Penelitian Sebelumnya .....	23

2.4.2 Model Konseptual Dalam Penelitian Ini .....	24
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Jenis Penelitian.....	27
3.3 Desain Penelitian.....	27
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.4.1 Populasi .....	28
3.4.2 Sampel.....	28
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.5 Variabel .....	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.7 Skala Pengukuran.....	31
3.8 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	31
3.9 Analisis Data .....	35
3.9.1 Validitas .....	35
3.9.2 Reliabilitas .....	36
3.10 Hasil Pretest .....	36
3.11 Uji Asumsi Klasik .....	38
3.11.1 Uji Normalitas .....	38
3.11.2 Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.11.3 Uji Multikolinearitas .....	40
3.12 Structural Equation Modeling.....	40
3.12.1 Uji <i>Goodness of Fit Model</i> .....	41
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Profil Responden.....	45
4.1.1 Jenis Kelamin .....	46
4.1.2 Usia .....	46
4.1.3 Status Pernikahan .....	47
4.1.4 Tingkat Pendidikan .....	48
4.1.5 Profesi .....	48
4.1.6 Domisili.....	49
4.1.7 Penghasilan Perbulan .....	50
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
4.3 Uji F .....	54
4.4 Model Fit dan Hasil Model Struktural .....	54
4.4.1 Model Fit.....	54

4.4.2 Hasil Model Struktural (SEM) .....	57
4.4.3 Hasil Uji <i>R-Squared</i> .....	59
4.5 KMO Test.....	60
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	61
4.6.1 Uji Normalitas .....	61
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.6.3 Uji Multikolinearitas .....	65
4.7 Uji Struktur Kelayakan Model .....	65
4.7.1 Pengaruh Antar Variabel.....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Struktur Kelayakan Model .....	65
4.8 Uji Hipotesis.....	66
4.9 Pembahasan.....	67
4.9.1 Pengaruh antara <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	67
4.9.2 Pengaruh antara <i>Price</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	68
4.9.3 Pengaruh antara <i>Promotion</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	69
4.9.4 Pengaruh antara <i>Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	69
4.9.5 Pengaruh antara <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	70
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	73
5.3 Saran Penelitian.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	31
Tabel 3.2 <i>Validity Pre-test</i> .....	37
Tabel 3.3 <i>Reliability Pretest</i> .....	38
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.3 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4.4 Tabel nilai standar dan aktual parameter model fit.....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji R-Squared .....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji KMO.....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.10 Hasil Regression Weights .....	66
Tabel 4.11 Hasil Hipotesis... ..	67



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Kerangka Kerja Pendahuluan.....	1
Gambar 2.1 Diagram Kerangka Kerja Landasan Teori.....	11
Gambar 2.2 Model Konseptual Penelitian Sebelumnya .....	23
Gambar 2.3 Model Konseptual Penelitian .....	24
Gambar 4.1 Diagram Kerangka Kerja Hasil dan Pembahasan .....	45
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	46
Gambar 4.3 Sebaran Usia Responden.....	46
Gambar 4.4 Status Pernikahan Responden .....	47
Gambar 4.5 Tingkat Pendidikan Responden.....	48
Gambar 4.6 Profesi Responden.....	48
Gambar 4.7 Domisili Responden .....	49
Gambar 4.8 Penghasilan Perbulan Responden.....	50
Gambar 4.9 Model CFA.....	57
Gambar 4.10 Model Fit.....	58
Gambar 4.11 Histogram Normalitas Data.....	62
Gambar 4.12 Plot Normalitas Data .....	63
Gambar 4.13 Scatterplot Heteroskedastisitas Data .....	64

