



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MITRA DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT PENGGUNAAN APLIKASI GOJEK

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Muhamad Kafien Nibras

NIM : 2210411074



JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

Lembar Pernyataan Orisinalitas

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Muhamad Kafien Nibras

NIM : 2210411074

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 2 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Muhamad Kafien Nibras)

Lembar Persetujuan

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Muhamad Kafien Nibras**
NIM : **2210411074**
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT PENGGUNAAN APLIKASI GOJEK

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 2 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Muhamad Kafien Nibras)

Lembar Pengesahan Tugas Akhir

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Muhamad Kafien Nibras
NIM : 2210411074
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra dan Citra Merek Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Gojek

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

(Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos., M.Si.)

Penguji 1

(Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.Si.)

Penguji 2

(Anindita Lintangdesi Afriani, M. Si.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal Ujian: Jumat, 17 Juli 2026

Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra dan Citra Merek Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Gojek

Oleh Muhamad Kafien Nibras

ABSTRAK

Kemajuan teknologi telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam pemanfaatan layanan transportasi. Sebagai pelopor transportasi berbasis aplikasi di Indonesia, Gojek telah menjadi salah satu pilihan utama masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mobilitas sehari-hari. Meskipun demikian, berbagai keluhan terkait kualitas pelayanan yang diberikan oleh mitra pengemudi masih kerap muncul dan berpotensi membentuk persepsi negatif terhadap citra merek Gojek. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan mitra dan citra merek terhadap minat penggunaan aplikasi Gojek pada masyarakat di wilayah Jabodetabek dengan menggunakan Teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) sebagai landasan konseptual. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan sampel 100 responden yang merupakan pengguna aplikasi Gojek dan berdomisili di kawasan Jabodetabek, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data kemudian dianalisis dengan metode regresi linear berganda menggunakan bantuan program SPSS. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa Kualitas Pelayanan dan Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan, baik secara parsial maupun simultan, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 52,1%. Responden menilai jika kualitas pelayan dan citra merek ditingkatkan, maka dapat menumbuhkan minat menggunakan Gojek untuk kebutuhan transportasinya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Citra Merek; Minat Penggunaan.

The Influence of Partner Service Quality and Brand Image on Usage Intention of Gojek Application

By Muhamad Kafien Nibras

ABSTRACT

Technological advancements have transformed various aspects of people's lives, including the use of transportation services. As a pioneer of app-based transportation in Indonesia, Gojek has become one of the primary choices for people to fulfill their daily mobility needs. Nevertheless, various complaints regarding the quality of services provided by driver-partners continue to arise and have the potential to shape negative perceptions of the Gojek brand image. Based on this condition, this study aims to analyze the influence of partner service quality and brand image on the intention to use the Gojek application among people in the Greater Jakarta (Jabodetabek) area, using the Elaboration Likelihood Model (ELM) Theory as the conceptual foundation. This study employed a quantitative approach with a sample of 100 respondents who were Gojek application users residing in the Greater Jakarta area, selected using a purposive sampling technique. The data were then analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS. The results indicate that Service Quality and Brand Image have a positive and significant effect on Usage Intention, both partially and simultaneously, with a coefficient of determination of 52.1%. Respondents perceived that improving service quality and brand image could increase their intention to use Gojek to fulfill their transportation needs.

Keywords: *Service Quality; Brand Image; Usage Intention*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra dan Citra Merek Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Gojek” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi yang penulis tempuh. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian penelitian tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua dan seluruh keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, motivasi, serta dukungan moral maupun material kepada penulis.
2. Bapak Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak/Ibu Dosen Program Studi yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan selama masa perkuliahan.
4. Seluruh staf dan tenaga kependidikan yang telah membantu kelancaran administrasi selama penulis menempuh pendidikan.
5. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
6. Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, semangat, serta bantuan selama proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik

dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai tambahan wawasan bagi pembaca maupun sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam bidang pemasaran, perilaku konsumen, dan layanan transportasi berbasis aplikasi.

Jakarta, Juli 2026

Muhamad Kafien Nibras

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
 BAB 1	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Batasan Masalah.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Praktis	6
1.5.2 Manfaat Akademis	6
1.6. Sistematika Penelitian.....	7
 BAB 2	 9
2.1 Teori dan Konsep Penelitian.....	9
2.2.1 Teori Penelitian.....	9
2.2.2 Konsep Penelitian	11
2.2 Kerangka Pemikiran dan Perumusan Hipotesis	18
2.3.1 Kerangka Pemikiran.....	18
2.3.2 Perumusan Hipotesis.....	18
 BAB 3	 20
3.1. Objek Penelitian	20
3.2. Jenis Penelitian.....	20
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	21
3.4. Populasi dan Sampel.....	24
3.4.1 Populasi	24
3.4.2 Sampel.....	25
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6. Sumber Data.....	26
3.6.1 Data Primer	26

3.6.2 Data Sekunder.....	27
3.7. Teknik Analisis Data	28
3.7.1 Analisis Deskriptif	28
3.7.2 Analisis Inferensial	29
3.7.2.1 Uji Validitas	29
3.7.2.2 Uji Reliabilitas	29
3.7.2.3 Uji Normalitas.....	30
3.7.2.4 Uji Multikolinearitas	30
3.7.2.5 Uji Heteroskedastisitas	30
3.7.2.6 Regresi Linear Berganda	31
3.7.2.7 Uji Koefisiensi Determinasi	31
3.7.2.8 Uji Hipotesis	32
3.8. Jadwal Penelitian.....	32
 BAB 4	 34
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.2. Karakteristik Responden.....	35
4.3. Analisis Deskriptif.....	37
4.4. Uji Validitas	41
4.5. Uji Reliabilitas	45
4.6. Uji Asumsi Klasik	46
4.7. Uji Hipotesis	48
4.8. Analisis Linear Berganda.....	53
4.9. Pembahasan.....	54
4.9.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan	54
4.9.2 Pengaruh Citra Merk terhadap Minat Penggunaan.....	56
4.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merk terhadap Minat Penggunaan	57
 BAB 5	 60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	60
5.2.1 Saran Praktis	60
5.2.2 Saran Akademis	61
 DAFTAR PUSTAKA	 62

LAMPIRAN	68
----------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Variabel Kualitas Pelayanan	12
Tabel 2.2 Variabel Citra Merek	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	21
Tabel 3.2 Bobot Nilai Skala Likert	27
Tabel 3.3 Kategorisasi Penilaian <i>Mean</i>	28
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Gojek dalam Kurun Waktu 1 Tahun Terakhir	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman yang Kurang Memuaskan Saat Menggunakan Gojek dalam Kurun Waktu 1 Tahun Terakhir	36
Tabel 4.4 Variabel Kualitas Pelayanan (KP).....	37
Tabel 4.5 Variabel Citra Merek (CM)	38
Tabel 4.6 Variabel Minat Penggunaan.....	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (KP)	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (CM).....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan (MP).....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.13 <i>Scatterplot</i> Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4.14 Hasil Uji t Parsial	49
Tabel 4.15 Hasil Uji F Simultan	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan <i>Rating</i> Aplikasi Ojek <i>Online</i>	2
Gambar 1.2 Keluhan Pengguna Gojek @dosenkecantikan di TikTok	4
Gambar 2.1 Skema Teori ELM	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 4.1 Grafik Q-Q Plot Normalitas	46