

**PENGARUH *REBRANDING* TERHADAP CITRA MEREK DAN
LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF REBRANDING ON BRAND IMAGE AND CUSTOMER
LOYALTY OF GOJEK IN YOGYAKARTA***



Oleh :

ARBI TRIYANTA

20170410023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2021

**PENGARUH *REBRANDING* TERHADAP CITRA MEREK DAN
LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF REBRANDING ON BRAND IMAGE AND CUSTOMER
LOYALTY OF GOJEK IN YOGYAKARTA***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

ARBI TRIYANTA

20170410023

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Arbi Triyanta

NIM : 20170410023

Prodi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “**PENGARUH REBRANDING TERHADAP CITRA MEREK DAN LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI YOGYAKARTA**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam penulisan skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 08 Maret 2021



Arbi Triyanta

PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan skripsi ini untuk semua pihak yang telah memberikan doa, semangat dan motivasi yang tidak henti sampai skripsi ini terselesaikan.

1. Untuk kedua orang tua saya yang selalu memberikan dorongan moral, semangat, kasih sayang dan doa yang tidak berhenti sampai kapanpun.
2. Keluarga besar Kertoinggo yang selalu memberi support dan selalu mengajari saya tentang arti dedikasi, loyalitas dan persaudaraan.
3. Terimakasih banyai kepada Ibu Retno widowati atas waktu , ilmu dan kesabarannya dalam membimbing peneliti hingga penelitian ini dapat terselesaikan.
4. Terimakasih untuk sahabat saya Ike lilis setiowati yang selalu memberi dukungan dan support.
5. Para sahabat saya di kampus yang tidak bisa saya sebutkan satu- satu, terimakasih telah menemani dan banyak membantu saya.
6. Untuk seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan sumbangsih pemikiran untuk membantu penelitian ini..
7. Terimakasih untuk mantan kekasih, dengan rasa sakit yang telah engkau goreskan telah menjadi cambuk dan memotivasi saya agar selalu semangat dalam situasi apapun. Hingga samudra penyesalan menghantammu melihat kesuksesanku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “PENGARUH *REBRANDING* TERHADAP CITRA MEREK DAN LOYALITAS PELANGGAN GOJEK di YOGYAKARTA” dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi ini ditulis dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam pengambilan keputusan organisasional agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memberikan ide pengembangan untuk penelitian yang akan datang.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Bapak Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.SI. Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sekaligus

dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan dukungan kepada para mahasiswa Manajemen.

3. Segenap dosen pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang sudah memberikan ilmu yang luar biasa.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan didalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan, tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	v
INTI SARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu	13
C. Pengembangan Hipotesis	20
D. Model Penelitian	24
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
A. Subjek dan Objek Penelitian	26
B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
C. Jenis Data	27

D. Teknik Pengumpulan Data	28
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
F. Uji Kualitas Instrumen	30
G. Uji Hipotesis dan Analisa Data.....	31
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Objek/Subjek penelitian.....	38
B. Uji Kualitas Instrument dan Data.....	44
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	47
D. Analisa dan Uji Hipotesis	56
BAB V	63
KESIMPULAN,KETERBATASAN DAN SARAN PENELITIAN	63
A. Simpulan.....	63
B. Keterbatasan Penelitian	64
C. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Skala Likert.....	28
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel <i>Rebranding</i>	29
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Citra Merek.....	33
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan.....	34
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.7 Identifikasi Model Struktural.....	54
Tabel 4.8 Menilai <i>Goodness Of Fit</i>	55
Tabel 4.9 Hubungan Antar Variabel.....	56
Tabel 4.10 <i>Standardized Direct Effects</i>	58
Tabel 4.11 <i>Standardized Indirect Effects</i>	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbedaan Logo Gojek Setelah dan Sebelum <i>Rebranding</i>	5
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Diagram Alur.....	49
Gambar4.2 Persamaan Struktural.....	50