

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DAN *SERVICE DESIRED*
TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* PADA PENGGUNA APLIKASI
LAYANAN GOJEK DI KOTA PASURUAN**

SKRIPSI

**Disusun untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun oleh :

JILAN ZENIKASARI

NPM : 2161201002996



UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2025

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Jilan Zenikasari
Nomor Pokok Mahasiswa : 2161201002996
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi Skripsi : Pengaruh *Personal Branding*
dan *Service Desired* Terhadap
Customer Retention Pada
Pengguna Aplikasi Layanan
Gojek Di Kota Pasuruan.

Pasuruan, 7 Juli 2025

DISETUJUI DAN DITERIMA :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



(Yufenti Oktafiah, S.E., M.S.A.)

(Dr. Dwita Laksmi R, S.S., M.Li.)

Dekan

Fakultas Ekonomi



(Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM.)

TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah di uji dan dipertahankan di depan tim penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada tanggal 7 Juli 2025

TIM PENGUJI

1. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM.

1. Ketua.....

2. Yufenti Oktafiah, S.E., M.S.A.

2. Sekretaris.....

3. Dr. Dwita Laksmi R, S.S., M.Li

3. Anggota.....

Pengesahan

Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM.)

SURAT PENYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : JILAN ZENIKASARI

NPM : 2161201002996

Alamat Rumah : Dusun Sidorejo Desa Kejayan RT 02 RW 04

Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“ Pengaruh *Personal branding* Dan *Service desired* Terhadap *Customer retention* Pada Pengguna Aplikasi Layanan Gojek Di Kota Pasuruan “

Adalah hasil karya saya sendiri bukan hasil plagiat dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa artikel, thesis ataupun disertasi.

Demikian surat pernyataan ini dengan sebenarnya, jika ada sangkut pautnya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 3 Juli 2025

Yang Membuat

JILAN ZENIKASARI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : JILAN ZENIKASARI

Nomor Pokok Mahasiswa : 2161201002996

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan, 3 Oktober 2002

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Dusun Sidorejo, Desa Kejayan RT.02
RW.04 Kel. Kejayan Kec. Kejayan
Kab. Pasuruan

Nama Orang Tua

Ayah : Alm. MUHAMMAD BOYANI

Ibu : TARTINAH

Riwayat Pendidikan

Tahun 2015 : Lulus SD Negeri 1 Kejayan

Tahun 2018 : Lulus SMP Negeri 1 Gondangwetan

Tahun 2021 : Lulus SMA Negeri 1 Kejayan

Tahun 2021 : Terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah S.W.T. yang telah memberikan Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya, sehingga skripsi dengan judul " Pengaruh *Personal branding* dan *Service desired* Terhadap *Customer retention* Pada Pengguna Aplikasi Layanan Gojek Di Kota Pasuruan " ini dapat terselesaikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Penerapan dan Pengaruh *Personal Branding* dan *Service Desired* Terhadap *Customer Retention* Pada Pengguna Aplikasi Layanan Gojek Di Kota Pasuruan.

Maksud penyusun skripsi ini disusun atas dasar sebagai salah satu langkah awal untuk mengajukan penyusunan skripsi di Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan. Tentunya dalam proses menyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga saya selaku penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Sulistyawati, M.P. selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan.
2. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.
3. Yufenti Oktafiah, S.E, MSA. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Dr. Dwita Laksmi R, S.S, M.Li selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

5. Seluruh dosen dan staff Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.
6. Teristimewa kedua orang tua tercinta Ibu Tartinah dan Mendiang Alm. Bapak H.M Boyani yang selalu ada setiap saat dari kecil hingga saat ini, memberikan kasih sayang dan dukungan doa kepada penulis.
7. Kakak dan Kakak Ipar, Muslih Rupikasari dan Hadi Mustakim, yang telah memberi dukungan serta semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan kuliah, terutama Fira Rahma Amalia, Andita Kurnia Sari, dan Eviana Putri Setyawardani, yang telah berada di samping penulis selama masa kuliah dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.
9. Teman di bangku SMP, Meytha Sulistia Rochma dan Rokhimatul Mardiyah , yang selalu memberikan semangat serta dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwasanya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik letak materi maupun sistematikanya. Oleh karena itu penulis dengan rendah hati sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi penelitian ini.

Pasuruan, 3 Juli 2025

JILAN ZENIKASARI



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II : LANDASAN TEORI	12
A. <i>Personal Branding</i>	12
B. <i>Service Desired</i>	20
C. <i>Customer Retention</i>	24

D. Penelitian Terdahulu	30
E. Kerangka Konsep Penelitian	35
F. Hipotesis.....	36
G. Hubungan Variabel	37
BAB III : METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Definisi Operasional Variabel.....	42
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	51
D. Lokasi dan Waktu Penelitian	51
E. Populasi dan Sampel	51
F. Jenis dan Sumber Data	53
G. Teknik Pengumpulan Data.....	53
H. Instrumen Penelitian.....	54
I. Teknik Analisis Data.....	56
J. Pengujian Hipotesis.....	60
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Gambaran Objek Penelitian	62
B. Uji Instrumen Penelitian	63
C. Deskripsi Data Penelitian.....	66
D. Deskripsi Variabel Penelitian.....	80
E. Uji Asumsi Klasik.....	94
F. Analisis Regresi Linier Berganda	99
G. Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	101

H. Pengujian Hipotesis.....	102
I. Pembahasan Hasil Penelitian	104
BAB V : HASIL KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
A. Kesimpulan	112
B. Saran.....	114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Contoh Perbandingan Harga	7
Tabel 2	: Matrik Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3	: Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4	: Hasil Uji Reabilitas	65
Tabel 5	: Karakteristik berdasarkan usia responden	67
Tabel 6	: Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.....	69
Tabel 7	: Karakteristik berdasarkan pekerjaan.....	70
Tabel 8	: Karakteristik berdasarkan frekuensi penggunaan	72
Tabel 9	: Karakteristik berdasarkan layanan yang sering digunakan.....	74
Tabel 10	: Karakteristik berdasarkan alasan menggunakan Gojek	76
Tabel 11	: Karakteristik berdasarkan pengalaman pengguna	78
Tabel 12	: Deskriptif jawaban <i>personal branding</i>	80
Tabel 13	: Deskriptif jawaban <i>service desired</i>	88
Tabel 14	: Deskriptif jawaban <i>customer retention</i>	91
Tabel 15	: Hasil Uji One Sample Kolmogorov Smirnov	94
Tabel 16	: Hasil Uji Multikolinearitas	96
Tabel 17	: Hasil Uji Linearitas	98
Tabel 18	: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	99
Tabel 19	: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	101
Tabel 20	: Hasil Uji Simultan (Uji F)	102
Tabel 21	: Hasil Uji Parsial (Uji t)	103

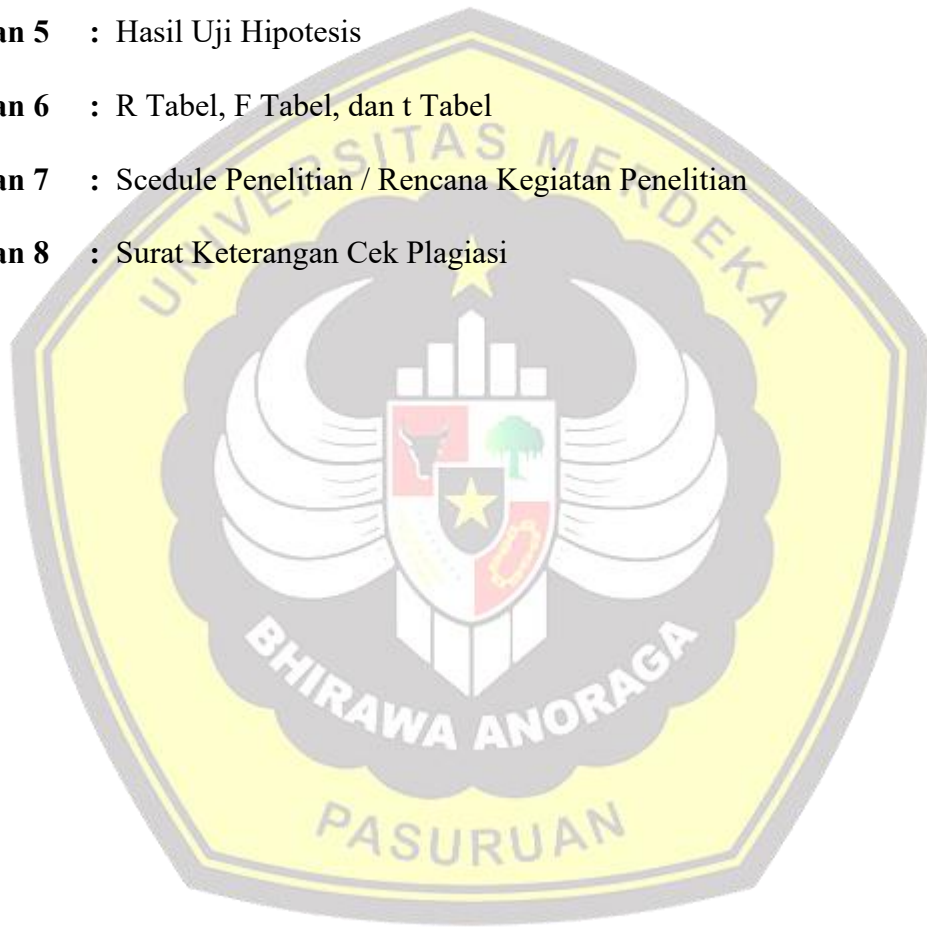
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Data Aplikasi Transportasi Online.....	2
Gambar 2	: Kutipan <i>review</i> pengguna Gojek di <i>Google Playstore</i>	5
Gambar 3	: Kerangka Konseptual	35
Gambar 4	: <i>QR Barcode</i> Kuesioner.....	67
Gambar 5	: Hasil Uji P-Plot	95
Gambar 6	: Hasil Uji Scatterplot.....	97



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** : Kuesioner
- Lampiran 2** : Tabulasi Data Jawaban Responden
- Lampiran 3** : Karakteristik Responden
- Lampiran 4** : Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 5** : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 6** : R Tabel, F Tabel, dan t Tabel
- Lampiran 7** : Scedule Penelitian / Rencana Kegiatan Penelitian
- Lampiran 8** : Surat Keterangan Cek Plagiasi



**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DAN *SERVICE DESIRED*
TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* PADA PENGGUNA APLIKASI
LAYANAN GOJEK DI KOTA PASURUAN**

Jilan Zenikasari ¹⁾, Yufenti Oktafiah²⁾, Dr. Dwita Laksmi R³⁾

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi

^{1,2,3} Universitas Merdeka Pasuruan

*jilanzenikasari0310@gmail.com ¹⁾, oktavianty@gmail.com ²⁾,
laksmiadwita@gmail.com ³⁾

Abstrak

Perkembangan layanan digital berbasis aplikasi, seperti Gojek, menuntut penyedia layanan untuk tidak hanya fokus pada efisiensi, tetapi juga pada kualitas interaksi antara mitra dan pengguna. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, mempertahankan pelanggan menjadi hal yang sangat penting. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pengguna adalah bagaimana mitra membangun citra diri (*personal branding*) dan sejauh mana layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan (*service desired*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *personal branding* dan *service desired* terhadap *customer retention* pada pengguna aplikasi layanan Gojek di Kota Pasuruan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel yang digunakan sebanyak 70 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa *personal branding* berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* dengan nilai thitung sebesar $5,339 > t_{tabel} 1,667$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. *Service desired* juga berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* dengan nilai thitung sebesar $5,050 > t_{tabel} 1,667$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Uji simultan (uji F) menunjukkan nilai Fhitung sebesar $19,970 > F_{tabel} 3,13$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti kedua variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *customer retention*. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,373 menunjukkan bahwa 37,3% variabel *customer retention* dipengaruhi oleh *personal branding* dan *service desired*, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan pentingnya membangun *personal branding* yang kuat serta memenuhi harapan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pengguna layanan digital seperti Gojek.

Kata kunci: *personal branding, service desired, customer retention, Gojek*