

**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN TARIF TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN
MELALUI GRABFOOD DI KOTA AMUNTAI**

SKRIPSI

**OLEH
AHMAD SYARWANI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2022 M / 1443 H**

**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN TARIF TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN
MELALUI GRABFOOD DI KOTA AMUNTAI**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi**

**Oleh :
Ahmad Syarwani
1601151472**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2022 M / 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Syarwani

NIM : 1601151472

Tempat, Tanggal Lahir : Kembang Kuning, 13 Mei 1998

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 9 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,



Ahmad Syarwani



Scanned with
CamScanner

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN TARIF TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN MELALUI GRABFOOD DI KOTA AMUNTAI

Ditulis oleh : Ahmad Syarwani
NIM : 1601151472
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022
Tempat dan Tanggal Lahir : Kembang Kuning, 13 Mei 1998
Alamat : Jl. Brigjen H. Hasan Basri RT 3 RW 2 No 42 Desa Kembang Kuning Kec. Amuntai Tengah Kab. Hulu Sungai Utara Kalimantan Selatan

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujui untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 30 Desember 2021

Pembimbing I



Rohana Faridah, SE., MM.
NIP. 197804272009012010

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Rohana Faridah, SE., MM.
NIP. 197804272009012010

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Tarif Terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan Melalui *Grabfood* di Kota Amuntai”, ditulis oleh Ahmad Syarwani, telah diujikan dalam sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 25 Januari 2022

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A (82,5)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Sukarni, M.Ag
NIP. 196304171991021001

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. H. Badrian, S.Ag., M.Ag.	1. 
2. Rohana Faridah, SE., M.M.	2. 
3. Muhammad Rizali, M.H.	3. 
4. Fahrudin, S.AB., M.E.	4. 

ABSTRAK

Ahmad Syarwani. 2022. *Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Tarif Terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan Melalui Grabfood di Kota Amuntai*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Rohana Faridah, S.E., M.M.

Kata Kunci: promosi, citra merek, tarif, dan loyalitas konsumen.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya bisnis jasa yang semakin beragam dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia, contohnya bisnis jasa di sektor transportasi. Pada era globalisasi 4.0 saat ini, semua kegiatan dan mobilitas banyak menggunakan teknologi berbasis daring (*online*) yang mana salah satunya adalah jasa ojek *online* layanan pesan antar makanan yang bisa di gunakan pada *smarthphone*. Kemudahan dalam menggunakan *smartphone* dimanapun dan kapanpun menjadi alasan dimana jasa ojek *online* semakin diminati.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel promosi, citra merek, dan tarif terhadap loyalitas konsumen pesan antar makanan melalui Grabfood di kota Amuntai, baik secara simultan maupun secara parsial.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif deskriptif dengan cara penelitian lapangan menggunakan metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang pernah atau sedang menggunakan layanan Grabfood di kota Amuntai. Dengan metode *unknown populations* menghasilkan sampel berjumlah 100 responden. Cara mendapatkan data adalah dengan mengisi angket kuesioner. Data tersebut dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji koefisien determinasi, uji F, dan uji T menggunakan bantuan SPSS 22 *for windows*.

Hasil analisis data penelitian ini yaitu: adanya pengaruh variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap variabel Y secara simultan dibuktikan dengan hasil uji F_{hitung} 78,164 dan F_{tabel} 2,70, maka $78,164 > 2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan secara parsial masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Al-Insyirah: 5)

“Tuhan mengangkat derajat orang yang beriman, tapi tuhan akan angkat lebih tinggi derajat orang yang berilmu sekaligus beriman.”

(Habib Ja'far)

“Ilmu, Iman, Amal”

“Kebanyakan manusia hanya ingin melihat apa yang ingin mereka lihat, bukan apa yang seharusnya terlihat, akhirnya kebenaran sesungguhnya akan tertutup. Maka, jangan melihat sesuatu hanya dari satu sisi atau satu perspektif.”

PERSEMBAHAN

Sujud syukurku kusembahkan kepadamu ya Allah, Tuhan yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir saya dengan baik. Saya persembahkan karya tulis yang sederhana ini untuk:

Kedua orang tuaku tercinta, Abah dan Mama yang telah membesarkan dan mendidikku dengan penuh kasih sayang, dan selalu memberikan doa yang terbaik untukku. Terus mendukung dan mendorongku kepada hal-hal yang baik hingga menjadikanku kepada pribadi yang lebih baik lagi.

Terimakasih juga kepada kakak dan adikku, Abdul Latif dan Baihaki yang senantiasa membantuku dan memotivasi.

Untuk keponakan kecilku tercinta, Mecca Amelia. Terimakasih sudah menjadi penghiburku saat aku lelah mengerjakan karya tulis ini.

Sahabatku, Rizka Amalia yang senantiasa mendengar segala keluh kesahku dan selalu hadir untuk memotivasiku.

Terimakasih untuk teman-teman saya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Kalian semua adalah teman yang sangat baik. Terimakasih untuk semuanya.

Saya menyadari karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna, tapi dengan kekurangan yang ada, saya harap isi dari karya tulis ini bisa bermanfaat bagi para pembacanya.

Sekian.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta'	t	te
ث	sa'	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ha'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	s	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi

ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	‘el
م	mim	m	‘em
ن	nun	n	‘en
و	waw	w	we
هـ	ha’	h	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	ya’	y	ye

II. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متكبر	ditulis	<i>mutakabbir</i>
القدوس	ditulis	<i>al-qudus</i>

III. Ta’ marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	ditulis	<i>jami’ah</i>
مكتبة	ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	ditulis	<i>al-maktabah al-jamilah</i>
-----------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal Pendek

اَ	fathah	ditulis	a
اِ	kasrah	ditulis	i
اُ	dammah	ditulis	u
شكر	fathah	ditulis	<i>syakara</i>
قرأ	kasrah	ditulis	<i>quri'a</i>
ينطق	dammah	ditulis	<i>yantiqu</i>

V. Vokal Panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	a <i>kamilah</i>
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	a <i>salla</i>
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	i <i>syadid</i>
4	dammah + wawu mati صدر	ditulis ditulis	u <i>sudur</i>

VI. Vokal Rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	ai <i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati و فرعون ذي الأوتاد	ditulis ditulis	au <i>wa fir'auna zi al-autad</i>

VII. Vokal Pendek Yang Berurutan Dalam Satu Kata Dipisahkan Dengan Apostrof

أَنْتُمْ أَشَدُّ خَلْقًا	ditulis	<i>a 'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	---------------------------------

VIII. Kata Sandang Ali-Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الكتاب	ditulis	<i>al-kitab</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidgamkan*

الصبح	ditulis	<i>as-subhu</i>
الساورة	ditulis	<i>as-sahirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	ditulis	<i>birru al-walidaini</i>
إذا الشمس	ditulis	<i>Iza asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين وبه نستعين وعلى أمور الدنيا والدين والصلاة والسلام على أشرف

الأنبياء والمرسلين وعلى آله وصحبه أجمعين أما بعد

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Tarif Terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan Melalui *Grabfood* di Kota Amuntai”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

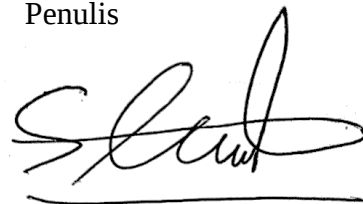
1. Bapak Dr. H. Sukarni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Ibu Rohana Faridah, SE., MM. dan Bapak M. Qamaruddin, ME. selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

3. Ibu Rohana Faridah, SE., MM. selaku Dosen Penasehat Akademik sekaligus pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan dan koreksi dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Kepala dan Staf Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan layanan yang baik kepada penulis dalam mendapatkan buku-buku yang diperlukan.
6. Seluruh keluarga, serta sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat, bimbingan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Abah dan Mama, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah ku lupakan.

Semoga Allah SWT, membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah SWT, semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan hukum Islam, Amin.

Banjarmasin, 30 Desember 2021

Penulis



Ahmad Syarwani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
E. Definisi Operasional.....	15
F. Kerangka Pemikiran.....	18
G. Hipotesis Penelitian.....	18
H. Penelitian Terdahulu	19
I. Sistematika Penulisan	21
BAB II LANDASAN TEORI	23
A. Promosi Dalam Ilmu Ekonomi	23
B. Promosi Dalam Pandangan Ekonomi Islam.....	30
C. Citra Merek dalam Ilmu Ekonomi	33
D. Tarif (Harga) Dalam Ilmu Ekonomi	41
E. Tarif (Harga) Dalam Pandangan Ekonomi Islam.....	46
F. Loyalitas Konsumen Dalam Ilmu Ekonomi.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Jenis Penelitian.....	56
B. Lokasi Penelitian.....	56
C. Populasi dan Sampel	56
D. Data dan Sumber Data	57
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
F. Variabel Penelitian	58
G. Desain Pengukuran dan Instrumen Kuesioner	59
H. Uji Instrumen Penelitian	60
I. Teknik Analisis Data.....	62
BAB IV LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	68
A. Penyajian Data	68
B. Hasil Penelitian	72

C. Analisis Data	99
BAB V PENUTUP.....	108
A. Simpulan	108
B. Saran-saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel I Top Brand Index 2019-2020.....	5
Tabel II Pengeluaran Rata-rata Per kapita Sebulan.....	8
Tabel III Skor Skala <i>Likert</i>	59
Tabel IV Variabel dan Indikator Penelitian	60
Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel VI Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	70
Tabel VII Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel VIII (X1.1) Tanggapan Responden Pada Iklan <i>Grabfood</i> di Media (Televisi, Sosial Media, Dll) Menjadi Daya Tarik Bagi Pelanggan.....	72
Tabel IX (X1.2) promosi potongan harga/diskon membuat saya tertarik untuk menggunakan layanan <i>Grabfood</i>	73
Tabel X (X1.3) perolehan <i>voucher</i> /kupon membuat saya tertarik untuk menggunakan layanan <i>Grabfood</i>	74
Tabel XI (X1.4) saya mengetahui promosi yang diberikan <i>Grabfood</i> melalui sesama pelanggan dari mulut ke mulut.....	74
Tabel XII (X2.1) logo Grab sangat mudah diingat	75
Tabel XIII (X2.2) driver Grab sangat mudah ditemukan.....	76
Tabel XIV (X2.3) Grab adalah perusahaan yang sangat terpercaya.....	76
Tabel XV (X2.4) Grab sangat terkenal di kalangan masyarakat Kota Amuntai...	77
Tabel XVI (X2.5) kemudahan dalam layanan <i>costumer service</i>	78
Tabel XVII (X2.6) pelayanan driver Grab sangat baik dan profesional.....	78
Tabel XVIII (X3.1) Tarif/harga layanan <i>Grabfood</i> sesuai dengan manfaat yang didapat	79
Tabel XIX (X3.2) Tarif/harga layanan <i>Grabfood</i> sesuai dengan dengan jarak pengantaran yang di tempuh	80
Tabel XX (X3.3) Tarif/harga mengalami kenaikan di banding dengan 4 bulan yang lalu.....	81
Tabel XXI (X3.4) Tarif/harga yang ditawarkan layanan <i>Grabfood</i> lebih murah daripada pesaing.....	81
Tabel XXII (X3.5) Tarif/harga yang ditawarkan layanan <i>Grabfood</i> sesuai dengan kemampuan saya	82
Tabel XXIII (Y.1) Merasa puas menggunakan layanan <i>Grabfood</i>	83
Tabel XXIV (Y.2) Saya merasa layanan <i>GrabFood</i> yang paling tepat dibanding pesaingnya.....	84
Tabel XXV (Y.3) Saya akan kembali menggunakan layanan <i>GrabFood</i> secara berulang.....	84
Tabel XXVI (Y.4) Saya jadi lebih jarang menggunakan layanan <i>Grabfood</i> semenjak kenaikan tarif yang diberlakukan	85
Tabel XXVII (Y.5) Saya sering menggunakan layanan <i>GrabFood</i> di situasi mendesak.....	86
Tabel XXVIII (Y.6) Saya tidak akan berpindah pada transportasi <i>online</i> lain selain <i>GrabFood</i>	86
Tabel XXIX Hasil Uji Validitas Instrumen Data	88
Tabel XXX Hasil Uji Reliabilitas Instrumen data	89

Tabel XXXI Uji Normalitas menggunakan <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	90
Tabel XXXII Hasil Uji Multikolinearitas	91
Tabel XXXIII Koefisien Regresi Linier Berganda	93
Tabel XXXIV Koefisien Determinasi.....	95
Tabel XXXV Hasil Uji F (Simultan)	96
Tabel XXXVI Hasil Uji T (Uji Parsial)	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar I Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar II Kurva Distribusi Normal (Uji T), Uji Dua Sisi	65
Gambar III Kurva Distribusi Normal (Uji F)	67
Gambar IV Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Gambar V Data Responden Berdasarkan Alamat.....	71
Gambar VI Data Responden Berdasarkan Usia	72
Gambar VII Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>scatterplots</i>).....	92