

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *WORD OF MOUTH*, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
APLIKASI OJEK ONLINE GRAB
(Studi Terhadap Pengguna Aplikasi Ojek Online Grab Di
Cikarang, Kabupaten Bekasi)**

SKRIPSI



OLEH:
AHMAD FADHILA
NIM: 112011289

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *WORD OF MOUTH*, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
APLIKASI OJEK ONLINE GRAB
(Studi Terhadap Pengguna Aplikasi Ojek Online Grab Di
Cikarang, Kabupaten Bekasi)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH:
AHMAD FADHILA
NIM: 112011289

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Fadhila
Nim : 112011289
Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality*, *Word Of Mouth*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ojek Online Grab (Studi Terhadap Pengguna Aplikasi Ojek Online Grab Di Cikarang, Kabupaten Bekasi)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 19 Juni 2024

Dosen Pembimbing,



Tri Mulyani Kartini, S.E., M.M

0421047703

SKRIPSI

**PENGARUH SERVICE QUALITY, WORD OF MOUTH, DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI OJEK
ONLINE GRAB**
*(Studi Terhadap Pengguna Aplikasi Ojek Online Grab Di Cikarang, Kabupaten
Bekasi)*

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Ahmad Fadhila
112011289

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 20, bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji
Dr. Hj. Surya Bintarti, S.E., M.M
NIDN: 0423107203

Tanda Tangan



Anggota Penguji
Dr. Suriyanti, S.E., M.M
NIDN: 0412046503

Tanda Tangan



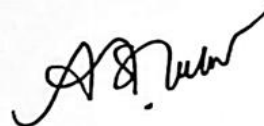
Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.
NIDN: 0406068402



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Fadhila
NIM : 112011289
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 20 Juli 2024
Tanda Tangan



Ahmad Fadhila

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

بِأَيِّ آيَاتِنَا نَكْذِبَانِ

“Maka Nikmat Tuhanmu Yang Manakah Yang Kamu Dustakan. (QS. Ar-Rahman : 28)”

سَأَلَهُ مَنْ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ كُلَّ يَوْمٍ هُوَ فِي شَأْنٍ

“Siapa yang ada di langit dan bumi selalu meminta kepada-Nya. Setiap hari Dia menangani urusan. (QS. Ar-Rahman : 29)”

“Tetap Bersyukur Apapun Yang Di Berikan Oleh-Nya, Saya Percaya Semua Yang Sudah Di Berikan Adalah Yang Terbaik”

Karya ini di persembahkan untuk:

- Kedua Orang Tua saya yang selalu mendukung dalam segala hal, dan senantiasa mendoakan dalam kebaikan.
- Keluarga dan orang-orang terdekat saya yang selalu memberikan dukungan terbaiknya.
- Ibu Tri Mulyani Kartini.,S.E.,M.M yang telah memberikan ilmu dan telah sabar membimbing saya dalam menyusun skripsi sampai selesai.
- Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.
- Diri sendiri yang sudah berjuang selama kurang lebih 4 tahun ini dalam menjalankan perkuliahan yang cukup melelahkan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Service Quality*, *Word Of Mouth*, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ojek Online Grab (Studi Terhadap Pengguna Aplikasi Ojek Online Grab Di Cikarang, Kabupaten Bekasi)”** ini dengan baik. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat.

1. Ibu Tri Mulyani Kartini, S.E.,M.M yang telah memberikan ilmu, memberikan banyak masukan, motivasi serta telah sabar membimbing kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Tim Penguji, Ibu Dr. Hj. Surya Bintarti, S.E., M.M dan Ibu Dr. Suriyanti, S.E., M.M
3. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.
4. Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis
5. Hamzah Muhammad Mardiputera, S.K.M., M.M selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati, dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.
7. Terima kasih yang tak terhingga untuk kedua orang tua tercinta yang senantiasa selalu memberikan doa dan dukungan serta kasih sayang yang tak terbatas. Terima kasih atas semua yang telah kalian berikan. Dan tak lupa juga penulis

ucapkan terima kasih kepada keluarga yang telah memberikan do'a, dukungan serta bantuannya selama ini.

8. Sahabat dan teman-teman Angkatan 2020 terima kasih atas kebersamaan dan kekompakan selama menjalani perkuliahan di Universitas Pelita Bangsa. Penulis akan selalu merindukan momen-momen berharga dari awal masuk hingga lulus.
9. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang berpotensi mengarahkan bukan menjatuhkan. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 20 Juli 2024
Penulis,



Ahmad Fadhila

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Keputusan Penggunaan	11
2.1.2 <i>Service Quality</i>	17
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i>	19
2.1.4 <i>Brand Image</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	25
2.3 Hipotesis Dan Model Penelitian	28
2.3.1 Hipotesis	28
2.3.2 Kerangka Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Dan Desain Penelitian	33
3.1.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	35
3.2.1 Definisi Operasional.....	35
3.2.2 Pengukuran Variabel	37
3.3 Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi	38
3.3.2 Sampel	38
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.4 Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data.....	40

3.4.1 Sumber Data	40
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5 Metode Analisis Dan Teknik Pengujian Instrumen.....	40
3.5.1 Metode Analisis.....	40
3.5.2 Teknik Pengujian Instrumen.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Hasil Penelitian.....	48
4.1.1 Sejarah Objek Penelitian	48
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	48
4.1.3 Analisa Data dan Pengujian.....	51
4.1.4 Uji Hipotesis.....	59
4.2 Pembahasan	63
4.2.1 Hasil Pengujian Hipotesis 1.....	63
4.2.2 Hasil Pengujian Hipotesis 2.....	64
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis 3.....	65
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis 4.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	68
5.3 Keterbatasan Penelitian	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Jumlah peminat jasa ojek online tahun 2022	3
Tabel 3. 1 Definisi operasional	35
Tabel 3. 2 Ukuran skala Likert.....	38
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	49
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	49
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan	49
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan saat ini	50
Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan penghasilan per-bulan.....	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Service Quality (X1)	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Word Of Mouth (X2)	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X3).....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan (Y).....	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Realibilitas	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas One-sample Kolmogrove Smirnov	57
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan model Glejser	59
Tabel 4. 14 Uji T (Variabel Service Quality).....	60
Tabel 4. 15 Uji T (Variabel Word Of Mouth).....	61
Tabel 4. 16 Uji T (Variabel Brand Image).....	62
Tabel 4. 17 Uji F (Secara Simultan).....	62
Tabel 4. 18 Uji Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Peminat jasa ojek online tahun 2022.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka penelitian.....	32
Gambar 3. 1 Model penelitian.....	34
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Grafik Normal Probability Plot.....	56
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Mapping Penelitian Terdahulu	75
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	81
Lampiran 3 Kriteria Responden	91
Lampiran 4 Tabulasi Skor Responden	95
Lampiran 5 Hasil Output SPSS 29	110
Lampiran 6 Tabel r	129
Lampiran 7 Tabel t	132
Lampiran 8 Tabel f	138
Lampiran 9 Hasil Turnitin	149

***The Influence Of Service Quality, Word Of Mouth, And Brand Image On The Decision To Use The Grab Online Ojek Application
(Study Of Users Of The Grab Online Ojek Application In Cikarang, Bekasi District)***

Ahmad Fadhila¹)
Tri Mulyani Kartini²)

Abstract

This research aims to analyze the influence of Service Quality, Word of Mouth, and Brand Image on the Decision to Use the Grab Online Motorbike Taxi Application in Cikarang. The method used in this research is a quantitative method, with data collected from 100 Cikarang residents. The sampling technique applied was purposive sampling. The results of this research show that the Service Quality variable (X1) has a significance value of 0.001 and the T test results are $t(6.234) > t \text{ table}(1.984)$, Word Of Mouth (X2) has a significance value of 0.003 and the T test results are $t(3.051) > t \text{ table}(1.984)$ and Brand Image (X3) have a significance value of 0.027 and the T test results are $t \text{ calculated}(2.347) > t \text{ table}(1.984)$ so it can be concluded that all the independent variables Service Quality, Word Of Mouth and Brand Image partially influence positive and significant on Usage Decisions. The results of simultaneous testing (F test) have a significance value of 0.001 and a coefficient of determination (R²) of 0.286 or 28.6% of the Usage Decision variable is influenced by Service Quality, Word Of Mouth and Brand Image while the remaining 71.4% is influenced by other variables that are not used in this research.

Keywords: Service Quality, Word Of Mouth, Brand Image, Usage Decision

¹*Student*

²*Supervisor*

**PENGARUH SERVICE QUALITY, WORD OF MOUTH, DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI OJEK
ONLINE GRAB**

**(Studi Terhadap Pengguna Aplikasi Ojek Online Grab Di Cikarang,
Kabupaten Bekasi)**

Ahmad Fadhila¹⁾

Tri Mulyani Kartini²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Service Quality*, *Word Of Mouth*, Dan *Brand Image* terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ojek Online Grab di Cikarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan data yang dikumpulkan dari 100 masyarakat Cikarang.

Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah sampling purposive. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *Service Quality* (X1) nilai signifikansi 0.001 dan hasil uji T sebesar t hitung (6.234) > t tabel (1.984), *Word Of Mouth* (X2) nilai signifikansi 0,003 dan hasil uji T sebesar t hitung (3.051) > t tabel (1.984) dan *Brand Image* (X3) nilai signifikansi 0,027 dan hasil uji T sebesar t hitung (2.347) > t tabel (1.984) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen *Service Quality*, *Word Of Mouth*, dan *Brand Image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

Hasil dari pengujian simultan (uji F) nilai signifikansi 0,001 dan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,286 atau 28.6% dari variabel Keputusan Penggunaan dipengaruhi oleh *Service Quality*, *Word Of Mouth*, dan *Brand Image* sedangkan sisanya 71.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Service Quality*, *Word Of Mouth*, *Brand Image*, Keputusan Penggunaan