



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JASA PEMBUATAN VISA PADA
PT. MULTI PRIMA VICTORY (SABANG BUSINESS
CENTER) JAKARTA**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar
Magister (S-2) Bidang Studi Ilmu Komunikasi

MERCU BUANA

Disusun Oleh:

LUKITA AMELIANA

55223120007

**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2025**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Lukita Ameliana
NIM : 55223120007
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Korporat Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengurusan Visa Pada PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Jakarta

Jakarta, 20 November 2025

Dosen Pembimbing

(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Word Of Mouth*
Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengurusan Visa Pada PT.
Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Jakarta

Nama : Lukita Ameliana

NIM : 55223120007

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

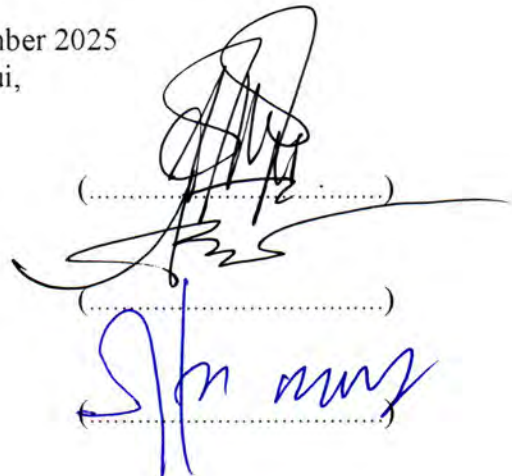
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Korporat Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 20 November 2025

Jakarta, 20 November 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Achmad Jamil, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)



(.....)

(.....)

(.....)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Word Of Mouth
Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengurusan Visa Pada PT.
Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Jakarta

Nama : Lukita Ameliana

NIM : 55223120007

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

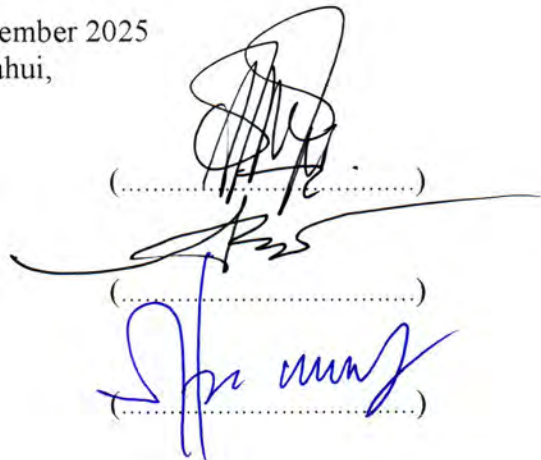
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Korporat Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 20 November 2025

Jakarta, 20 November 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Achmad Jamil, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)



(.....)

(.....)

(.....)

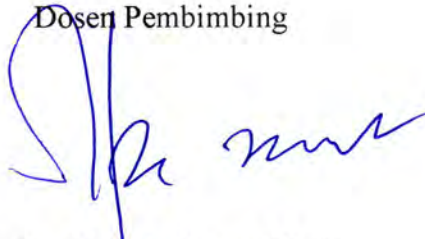
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Lukita Ameliana
NIM : 55223120007
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Korporat Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengurusan Visa Pada PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Jakarta

Jakarta, 20 November 2025

Dosen Pembimbing



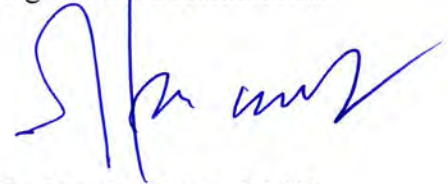
(Dr. Heri Budianto, M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M Si)

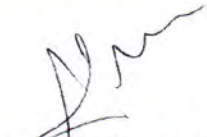
PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Lukita Ameliana
NIM : 55223120007
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “ Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pembuatan Visa Pada PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Jakarta”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 14 November 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 25%.

Jakarta, 14 November 2025
Administrator Turnitin



Aulia Rahman, S.Ikom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting). Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengurusan Visa Pada PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Jakarta
Nama : Lukita Ameliana
N I M : 55223120007
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 20 November 2025

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 20 November 2025

A handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem, the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10000', and 'METERAI TEMPEL'. A unique alphanumeric code 'A03D2ANX158446184' is printed at the bottom of the stamp.

(Lukita Ameliana)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *brand trust*, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian jasa pembuatan visa pada PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Jakarta. Latar belakang penelitian didasarkan pada pentingnya suatu citra merek, kepercayaan konsumen, dan juga rekomendasi antarpribadi dalam memengaruhi perilaku pembelian konsumen industri jasa berisiko tinggi seperti layanan pengurusan visa. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kausal. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 286 responden, sedangkan untuk analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan uji validitas, reliabilitas, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu *brand image*, *brand trust*, dan *word of mouth*, berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, *word of mouth* memiliki pengaruh paling dominan dengan kontribusi sebesar 31,4% diikuti oleh *brand trust* sebesar 20,8% dan *brand image* sebesar 20,3%. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi positif terhadap merek, tingkat kepercayaan yang tinggi, dan rekomendasi yang kuat mampu meningkatkan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan.

Kata kunci: *brand image*, *brand trust*, *word of mouth*, keputusan pembelian, jasa pembuatan visa



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, brand trust, and word of mouth on purchase decisions for visa processing services at PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Jakarta. The research is based on the premise that brand perception, consumer trust, and interpersonal recommendations significantly shape purchasing behavior in high-risk service industries such as visa application assistance. The study employs a quantitative method with a descriptive and casual approach. Primary data were collected from 286 respondents through questionnaires, and the data were analyzed using multiple linear regression, including validity, reliability, t-test, F-test, and determination coefficient analyses. The results indicate that brand image, brand trust, and word of mouth have a positive and significant effect both individually and simultaneously on purchase decisions. Among these, word of mouth exerts the strongest influence, contributing 31,4%, followed by brand trust at 20,8% and brand image at 20,3%. These findings confirm that a positive brand perception, strong consumer trust, and active recommendations significantly enhance customers decision to use the company's services.

Keywords: brand image, brand trust, word of mouth, purchase decision, visa processing services



KATA PENGANTAR

Pertama kali penulis ingin memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembuatan Visa pada PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Jakarta” dengan baik. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Penyusunan tesis ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan saran, meluangkan waktu dan memberikan semangat selama penyusunan tesis ini dari awal sampai akhir sehingga Tesis ini dapat di selesaikan
2. Bapak Dr. Achmad Jamil, M.si selaku dosen penguji pada Seminar Proposal dan Dosen Penguji pada Sidang Seminar Hasil.
3. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. Selalu dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

6. Seluruh Dosen dan staff Universitas Mercu Buana Jakarta khususnya Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang telah membagikan ilmu, wawasan, serta inspirasi bagi penulis selama mengikuti perkuliahan hingga selesai.
7. Teruntuk kedua orang tua saya, Ibu Wasni Hutagaol S.Tr.,Keb, Ayah Dr. H. Mustapid, MA dan saudara/i saya, Abang dr.Bagus Panji Nugraha dan Adik dr.Gina Sonia Rahmah. Terima kasih atas segala dukungan, kasih sayang, nasihat, semangat yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan perkuliahan pascasarjana ini hingga selesai.
8. Teman – teman terdekat saya yang selalu memberikan semangat dan mendengarkan keluh kesah peneliti selama perkuliahan ini.
9. Terima kasih tak terhingga kepada teman-teman Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana angkatan 44 Menteng atas kebersamaan, semangat yang telah berjuang bersama selama kurang lebih 2 tahun.
10. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan ini yang dimana tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwasannya penulis bukanlah manusia sempurna, yang tidak luput dari kesalahan dan kekurangan dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari segala pihak. Maka, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis memohon maaf atas segala kekurangan, kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Namun, dibalik kekurangan tersebut, semoga tesis ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi peneliti tetapi

juga berbagai pihak-pihak lain yang membutuhkan.

Jakarta, November 2025

Lukita Ameliana

55223120007



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
LEMBAR PERNYATAAN SIMILARIY CHECK.....	v
PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Praktis.....	9
1.4.2 Manfaat Akademis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Teori <i>Planned of Behaviour</i>	32
2.3 Teori <i>Elaboration Likelihood Model</i> (ELM)	34
2.4 <i>Brand Image</i>	36
2.5 <i>Brand Trust</i>	39
2.6 <i>Word of Mouth</i> (WOM)	41
2.7 Keputusan Pembelian.....	43
2.8 Kerangka Pemikiran.....	47
2.9 Hipotesis.....	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	53
3.1 Paradigma.....	53
3.2 Metode Penelitian	54

3.3	Populasi dan Sampel	56
3.3.1	Populasi.....	56
3.3.2	Sampel	57
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	58
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	59
3.4.1	Definisi Konsep	59
3.4.2	Operasionalisasi Konsep.....	62
3.5	Validitas dan Reliabilitas	67
3.5.1	Uji Validitas.....	67
3.5.2	Uji Reliabilitas	68
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.6.1	Data primer	69
3.6.2	Data Sekunder.....	69
3.7	Teknik Analisa Data.....	70
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	70
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	71
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
3.7.4	Uji Parsial (Uji T).....	73
3.7.5	Uji Simultan (Uji F).....	73
3.7.6	Koefisien Determinasi	74
3.8	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	75
3.8.1	Uji Validitas.....	75
3.8.2	Uji Reabilitas	79
3.9	Hipotesis Penelitian.....	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		82
4.1	Deskripsi Perusahaan	82
4.1.1	Sejarah Perusahaan	82
4.1.2	Tantangan Bisnis.....	83
4.2	Statistik Deskriptif	85
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	85
4.2.2	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	88
4.2.3	Uji Statistik Deskriptif.....	116
4.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	117
4.2.5	Uji Regresi	123
4.2.6	Uji Hipotesis	124

4.2.7 Uji Kolerasi.....	127
4.3 Pembahasan.....	129
4.3.1 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	131
4.3.2 Pengaruh Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian.....	132
4.3.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	132
4.3.4 Asumsi Klasik dan Validitas.....	134
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	136
5.1 Kesimpulan	136
5.2 Saran	137
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN PENELITIAN.....	143



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1	Operasional Konsep.....	63
Tabel 3.2	Tabel Rekap Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image	75
Tabel 3.3	Uji Validitas Variabel Brand Trust.....	76
Tabel 3.4	Uji Validitas Variabel Word of Mouth.....	77
Tabel 3.5	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	78
Tabel 3.6	Hasil Uji Reabilitas.....	79
Tabel 4.1	Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	85
Tabel 4.2	Tabel Responden Berdasarkan Usia	86
Tabel 4.3	Tabel Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	86
Tabel 4.4	Tabel Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	87
Tabel 4.5	Kemudahan Mengenali Logo PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center).....	88
Tabel 4.6	Daya Tarik Logo PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Yang Khas (n=286 responden)	89
Tabel 4.7	Kemudahan Mengingat Slogan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) (n=286 responden).....	89
Tabel 4.8	Kesan Profesional Pada PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) (n=286 responden).....	90
Tabel 4.9	Citra Merek Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) (n=286 responden).....	90
Tabel 4.10	Merek PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Memberikan Kesan Bersahabat Bagi Konsumen (n=286 responden).....	91
Tabel 4.11	Asosiasi merek PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Dengan Layanan Berkualitas (n=286 responden)	91
Tabel 4.12	Menghubungkan Merek Dengan Layanan Visa Yang Cepat (n=286 responden)	92
Tabel 4.13	Merasa Reputasi Merek Yang Positif Di Masyarakat (n=286 responden).....	92
Tabel 4.14	Staf Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Bersikap Ramah Kepada Pelanggan (n=286 responden)	93
Tabel 4.15	Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Selalu	

	Cepat Tanggap Dalam Menangani Keluhan (n=286 responden)	93
Tabel 4.16	Pelayanan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Menunjukkan Kepedulian Pada Konsumen (n=286 responden)	94
Tabel 4.17	Konsumen Percaya Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Memiliki Keunggulan Dibanding Pesaing (n=286 responden)	94
Tabel 4.18	Merek Ini Mampu Memenuhi Kebutuhan Terkait Layanan Visa (n=286 responden)	95
Tabel 4.19	Kepercayaan Konsumen Bahwa Merek Ini Memiliki Kompetensi Tinggi Dalam Pengurusan Visa (n=286 responden)	95
Tabel 4.20	Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Menepati Janji Pelayanannya (n=286 responden)	96
Tabel 4.21	Percaya Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Menyelesaikan Proses Sesuai Tenggat Waktu (n=286 responden)	96
Tabel 4.22	Layanan Yang Diberikan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Sesuai Dengan Yang Dijanjikan (n=286 responden)	97
Tabel 4.23	Perasaan Aman Menyerahkan Data Pribadi Ke Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) (n=286 responden)	97
Tabel 4.24	Prosedur Pengamanan Dokumen di PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Sangat Meyakinkan (n=286 responden)	98
Tabel 4.25	Tidak Khawatir Adanya Penyalahgunaan Dokumen (n=286 responden) ..	98
Tabel 4.26	Informasi Dari Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Transparan Dan Tidak Menyesatkan (n=286 responden)	99
Tabel 4.27	Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Tidak Melebih Lebihkan Kualitas Jasanya (n=286 responden)	99
Tabel 4.28	Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Jujur Dalam Menyampaikan Kendala (n=286 responden)	100
Tabel 4.29	Mempercayai Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Dalam Hal Profesionalisme (n=286 responden)	100
Tabel 4.30	Yakin Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Menjaga Integritasnya (n=286 responden)	101
Tabel 4.31	Percaya Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Benar-Benar Mengutamakan Kepuasan Pelanggan (n=286 responden) ..	101
Tabel 4.32	Mengetahui Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Dari Teman/Keluarga (n=286 responden)	102
Tabel 4.33	Banyak Orang Membicarakan Perusahaan PT. Multi Prima Victory	

	(Sabang Business Center) Secara Positif (n=286 responden)	103
Tabel 4.34	Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Sering Disebut Saat Orang Membahas Jasa Visa (n=286 responden).....	103
Tabel 4.35	Testimoni Pelanggan Terdahulu Membuat Kosnumen Yakin Dengan Kualitas Layanan di PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) (n=286 responden).....	104
Tabel 4.36	Orang lain banyak membicarakan kecepatan dan keakuratan layanan perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) (n=286 responden)	104
Tabel 4.37	Testimoni Pelanggan Sebelumnya Relevan Dengan Kebutuhan Konsumen (n=286 responden).....	105
Tabel 4.38	Konsumen Sering Melihat Ulasan Pelanggan di Media Sosial Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) (n=286 responden)	105
Tabel 4.39	Konsumen Membaca Banyak Review Positif di Google/Instagram (n=286 responden)	106
Tabel 4.40	Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Memfasilitasi Pelanggan Untuk Membagikan Pengalamannya (n=286 responden)	106
Tabel 4.41	Konsumen Pernah Merekomendasikan Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) kepada orang lain (n=286 responden)	107
Tabel 4.42	Aktif Berbagi Pengalaman Menggunakan Jasa Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) (n=286 responden)	107
Tabel 4.43	Memberi Rating Atau Review Setelah Memakai Jasanya (n=286 responden)	108
Tabel 4.44	Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Menanggapi Ulasan Negatif Secara Profesional (n=286 responden).....	108
Tabel 4.45	Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Sering Mengevaluasi Dan Memperbaiki Layanannya Berdasarkan Review (n=286 responden)	109
Tabel 4.46	Melihat Testimoni Dari Pelanggan Sebelumnya Benar-Benar Ditindaklanjuti(n=286 responden)	109
Tabel 4.47	Menggunakan Jasa Karena Jenis Layanan Visa Yang Tersedia Lengkap (n=286 responden).....	110
Tabel 4.48	Memilih Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Karena Jasanya Sesuai Dengan Kebutuhan (n=286 responden)	110
Tabel 4.49	Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center)	

	Menawarkan Solusi Yang Spesifik Untuk Tujuan Perjalanan (n=286 responden)	111
Tabel 4.50	Memilih Merek Ini Karena Reputasinya Terpercaya (n=286 responden).....	111
Tabel 4.51	Percaya Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Lebih Unggul Dari Agen Visa Lain (n=286 responden).....	112
Tabel 4.52	Memilih Perusahaan PT. Multi Prima Victory (Sabang Business Center) Dibanding Kompetitor Karena Profesionalismenya (n=286 responden)	112
Tabel 4.53	Proses Pemesanan Jasa Mudah Dilakukan Secara Online (n=286 responden)	113
Tabel 4.54	Informasi Layanan Mudah Ditemukan Di Website/Media Sosial Perusahaan (n=286 responden)	113
Tabel 4.55	Tidak Kesulitan Memahami Alur Dan Prosedur Pengurusan Visa (n=286 responden)	114
Tabel 4.56	Memilih Paket Layanan Sesuai Dengan Kebutuhan Pribadi (n=286 responden)	114
Tabel 4.57	Harga Yang Ditawarkan Sebanding Dengan Manfaat Yang Diterima (n=286 responden).....	115
Tabel 4.58	Memilih Jenis Layanan (Reguler/Express)	115
Tabel 4.59	Tabel Uji Statistik Deskriptif	116
Tabel 4.60	Tabel Output SPSS Uji Normalitas	119
Tabel 4.61	Tabel Output SPSS Uji Heteroskedastisitas	121
Tabel 4.62	Tabel Output SPSS Uji Multikolinearitas	122
Tabel 4.63	Tabel Output SPSS Regresi Linear Berganda	123
Tabel 4.64	Tabel Output SPSS Uji T Partial	125
Tabel 4.65	Tabel Output SPSS Uji F Simultan	126
Tabel 4.66	Tabel Output SPSS Uji Koefisien Korelasi	127
Tabel 4.67	Tabel Output SPSS Uji Koefisien Determinasi	128
Tabel 4.68	Tabel Output SPSS Uji Koefisien Partial	128
Tabel 4.69	Tabel Perhitungan Koefisien Determinasi Partial	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tren Pencarian "Jasa Visa" di Google Trends di Indonesia (Olahan Data Pribadi, 2025).....	4
Gambar 1.2	Kueri Terkait dengan Pencarian "Jasa Visa" di Google Trends (Olahan Data Pribadi, 2025)	4
Gambar 2.1	Konseptual Model Teori Planned of Behaviour	32
Gambar 2.2	Model Lima Tahap Kotler & Keller (2016).....	44
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 4.1	Gambar Plot Normalitas	118
Gambar 4.2	Gambar Histogram Normalitas	119
Gambar 4.3	Gambar Output SPSS Uji Heteroskedastisitas.....	120

