

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED EASE OF USE*,
SERVICE QUALITY DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN GRAB**

SKRIPSI



Nama : Khafi Fhatir Fahresa
NIM : 43118010153

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED EASE OF USE*,
SERVICE QUALITY DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN GRAB**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Khafi Fhatir Fahresa

NIM : 43118010153

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khafi Fhatir Fahresa

NIM : 43118010153

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Maret 2022



Khafi Fhatir Fahresa

Nim: 43118010153

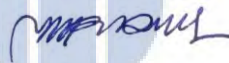
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Khafi Fhatir Fahresa
NIM : 43118010153
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image, Perceived Ease Of Use, Service Quality* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Penggunaan Grab

Tanggal Sidang : 19 Oktober 2022

Mengesahkan

Pembimbing



Dr. Tafiprios, SE, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 11221871



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul “Pengaruh *Brand Image, Perceived Ease Of Use, Service Quality, Word of Mouth* terhadap keputusan penggunaan Grab”.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Tafiprios, SE. MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya serta motivasi, saran, waktu luang selama bimbingan, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada

semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan prodopsal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof.Dr.Ir. Andi Adriansyah,M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal Jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
5. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
6. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana angkatan 2018 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
7. Seluruh Responden yang merupakan konsumen Grab di Jakarta, yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian in
8. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah meberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada sahabat saya yaitu Reyhan Akhtar, Tasya Octavia, Pasya Mirgazina, Nindy Elsa, Puteri Aurelia, Wadinda Rosaldi, Nadia Nurizza, dan Riziq Fauzan yang telah memberikan semangat, dukungan, doa, serta memberikan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.



Jakarta, April 2022

Khafi Fhatir Fahresa

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka.....	14
1. Manajemen Pemasaran	14
2. Perilaku konsumen.....	16
3. Keputusan Pengguna.....	19
4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	22
5. Kemudahan Pengguna (<i>Percieved Ease Of Use</i>)	25
6. Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	27
7. <i>Word Of Mouth</i>	30
B. Penelitian Terdahulu.....	33
C. Hubungan Antar Variabel.....	49
1. Hubungan antara <i>Brand Image</i> dengan keputusan pengguna	49
2. Hubungan antara <i>Service Quality</i> dengan Keputusan Pengguna	49
3. Hubungan antara <i>Word Of Mouth</i> dengan keputusan pengguna.....	50
4. Kerangka Pemikiran	51
D. Hipotesis.....	52

BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Waktu dan Tempat Penelitian	54
B. Desain Penelitian	54
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	55
1. Definisi Variabel.....	55
2. Operasionalisasi Variabel	57
D. Skala Pengukuran Variabel	62
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	63
F. Metode Pengumpulan Data.....	64
G. Metode Analisis Data	65
1. Analisis Deskriptif IBM SPSS Statistic 23	65
2. Uji Instrumen	66
3. <i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i> (SmartPLS 3.0)	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	71
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	71
B. Statistik Deskriptif	72
1. Deskripsi Responden	72
2. Deskripsi Variabel	75
C. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i>	81
1. Pengujian Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	82
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	94
D. Pembahasan Hasil Penelitian	99
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pengguna.....	100
2. Pengaruh <i>Perceived Of Use</i> terhadap Keputusan Pengguna.....	100
3. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Keputusan Pengguna	101
4. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pengguna.....	101
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	103
A. Simpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Hasil Pra Survey.....	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	57
Tabel 3.5	Skala Pengukuran.....	62
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	72
Tabel 4.2	Usia Responden.....	73
Tabel 4.3	Pendidikan Responden	73
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	74
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Responden Brand Image	75
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Perceived Of Use.....	76
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Service Quality	77
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Word Of Mouth	79
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pengguna	81
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Convergent Validity	85
Tabel 4.11	Pengujian Convergent Validity (Modifikasi).....	88
Tabel 4.12	Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)	89
Tabel 4.13	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)	91
Tabel 4.14	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	92
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	93
Tabel 4.16	Hasil Uji Nilai R-Square (R^2)	94
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Hipotesis	96

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	Halaman
Gambar 1.2	Data pengguna transportasi online	5
Gambar 1.3	Pengguna ojek online	7
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS	84
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	87
Gambar 4.3	Hasil Uji Boostrapping.....	99



DAFTAR LAMPIRAN

Tabel	Judul	Halaman
Lampiran 1	: Pra Survey	113
Lampiran 2	: Kuisisioner	115
Lampiran 3	: Hasil Karakteristik Responden	122
Lampiran 4	: Karakteristik Jawaban Responden.....	123
Lampiran 5	: Evaluasi Model Pengukuran (Outher Model).....	128
Lampiran 6	: Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	136

