

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN
MENGUNAKAN JASA PADA PT. TIKI**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
Nama : Fajar Kurniawan
Nim : 43116010172
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN
MENGUNAKAN JASA PADA PT. TIKI**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi**

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Fajar Kurniawan

Nim : 43116010172

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fajar Kurniawan

NIM 43116010172

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 (penjiplak).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2021



Fajar Kurniawan

Nim: 43116010172

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fajar Kurniawan
NIM : 43116010172
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pemilihan menggunakan jasa pada PT. TIKI

Tanggal Lulus Ujian : 24 Maret 2021

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Dr. Rina Astini, MM

Tanggal : 18/04/2021



Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph.D

Tanggal : 16/04/2021

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si

Tanggal :



Dr. Daru Asih, M.Si.

Tanggal :

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pemilihan. Subjek pada penelitian ini adalah jasa pada perusahaan PT. TIKI. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu Convenience Sampling. Responden dalam penelitian ini sebanyak 182 responden dari masyarakat yang pernah menggunakan jasa pada PT. TIKI. Pendekatan yang di gunakan pada penelitian ini adalah *Struktural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel *Word Of Mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pemilihan, Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pemilihan, Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pemilihan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Kata kunci : *Word Of Mouth*, Citra Merek, Kepercayaan, Keputusan Pemilihan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of word of mouth, Citra merek, and Kepercayaan on election decisions. The subjects in this study were services at the company PT. TIKI. The sampling technique in this study is convenience sampling. Respondents in this study were 182 respondents from the community who had used services at the company PT. TIKI. The approach used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with the Smart-PLS analysis tool. The results of this study indicate that the Word Of Mouth variable has a significant positive effect on the Buying Decision, Brand Image has a significant positive effect on the Buying Decision, Trust has a significant positive effect on the Buying Decision.

Keywords: Word Of Mouth, Brand Image, Trust, Buying Decision

KATA PENGANTAR

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 *Word Of Mouth*, Citra merek, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pemilihan menggunakan jasa pada PT. TIKI”**.

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 Dr. Rina Astini, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, 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 proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, M,Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Jajaran Program studi manajemen S1, Ibu Tine Yuliantini, S.Par., MM dan Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku sekretaris I dan II program studi Manajemen S1.
5. Kedua orangtua tercinta yang menjadi motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
6. Putri Ratnayanti dan Aini Fitrianti yang telah membantu dari awal sampai akhir dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman – Teman dan Jajaran Organisasi Himpunan Mahasiswa jurusan Manajemen S1, yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
8. Teman seperjuangan Yoserizal, Endriawan Agustyobudi, Ajie Firmansyah Devania Citra, Maydena Prabandari, dan teman-teman dari Kafe Nikmat yang selalu memberi semangat dalam menyelesaikan proposal ini

9. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.

10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, 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.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2021

Fajar Kurniawan
Nim: 43116010172

DAFTAR ISI

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 I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Kontribusi Penelitian.....	15
a. Kontribusi Akademis	15
b. Kontribusi Praktis	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
A. KAJIAN PUSTAKA	17
1. Manajemen Pemasaran.....	17
2. <i>Word Of Mouth</i>	18
3. Citra Merek	22
4. Kepercayaan.....	26
5. Keputusan Pemilihan	30
B. Pengembangan Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Waktu dan Tempat Penelitian	45
B. Desain Penelitian.....	45

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	46
1. Definisi Variabel	46
2. Operasionalisasi Variabel.....	48
D. Skala Pengukuran Variabel	51
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
F. Metode Pengumpulan Data	54
G. Metode Analisis Data	55
1. Analisis Deskriptif (<i>Descriptive Analysis</i>)	55
2. Uji Instrumen	56
3. <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Gambaran Umum Ojek Penelitian.....	63
B. <i>Statistik</i> Deskriptif.....	64
1. Deskripsi Responden.....	65
2. Deskripsi Variabel.....	67
C. <i>Hasil Analisis Data Partial Least Square</i> (PLS).....	71
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	71
2. Pengujian Uji Model Struktural (Inner Model)	80
D. <i>Pembahasan Hasil Penelitian</i>	84
1. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pemilihan	84
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pemilihan.....	85
3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pemilihan	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	<i>TOP BRAND INDEX</i> Jasa Kurir di Indonesia.....	9
1.2	Omset Penjualan TIKI periode September 2014 s.d. September 2019 ..	10
1.3	Tabel Pra Survey.....	13
2.1	Penelitian Terdahulu	37
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	49
3.2	Instrument Skala Likert.....	52
4.1	Karakteristik Responden.....	65
4.2	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Word Of Mouth</i>	67
4.3	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra merek.....	68
4.4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan	69
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pemilihan.....	70
4.6	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	73
4.7	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	75
4.8	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	76
4.9	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	77
4.10	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)</i>	78
4.11	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	80
4.12	Hasil Uji Nilai R-Square (R^2).....	81
4.13	Hasil Pengujian Hipotesis	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Pengguna Internet di Indonesia 1998 - 2019.....	2
1.2	Tujuan Mengakses Internet di Perkotaan dan Perdesaan.....	3
1.3	Nominal Transaksi E-Commerce Indonesia (2017 – 2020).....	5
2.1	Rerangka Konseptual Penelitian.....	43
4.1	Hasil Algoritma PLS.....	72
4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	74
4.3	Hasil Uji Bootstrapping.....	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2 Hasil Output SPSS.....	103
Lampiran 3 Hasil Output PLS.....	106

