



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA OJEK *ONLINE* MAXIM**

SKRIPSI

ADINDA FAIZATUN NI'AM 1910111002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2022



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA OJEK *ONLINE* MAXIM**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

ADINDA FAIZATUN NI'AM 1910111002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Adinda Faizatun Ni'am

NIM : 1910111002

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 8 Desember 2022

Yang menyatakan



Adinda Faizatun Ni'am

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMI**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adinda Faizatun Ni'am
NIM : 1910111002
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non
Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
JASA OJEK *ONLINE* MAXIM**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan,
mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*),
merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Desember 2022

Yang menyatakan



(Adinda Faizatun Ni'am)

SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA OJEK *ONLINE MAXIM*

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Adinda Faizatun Ni'am 1910111002

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 19 Desember 2022 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dra. Bernadin Dwi M, MM
Ketua Penguji



Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM, CPM
Penguji I



Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidayati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 19 Desember 2022

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH,
PRICE AND SERVICE QUALITY ON THE DECISION TO USE
MAXIM'S ONLINE OJEK SERVICES***

By Adinda Faizatun Ni'am

ABSTRACT

Maxim is a type of public transportation that is an option for some individuals to support their daily mobility activities. For some, they think that using Maxim can be the right solution to deal with the hustle and bustle of traffic jams, especially in the capital city of Jakarta. Currently there are several phenomena that influence the decision to use Maxim's online motorcycle taxi so that the formulation of the problem is obtained related to whether Electronic Word of Mouth, price and service quality influence purchasing decisions. The target population in this study were active students of the Faculty of Economics and Business at UPN Veterans Jakarta, with a sample of 100 respondents using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. This research uses quantitative methods. The test equipment used is SPSS and Smart PLS 3.0. The results of this study indicate that the variables of Electronic Word of Mouth, price and service quality have an influence on the decision to purchase Maxim's online motorcycle taxi services for active management students at UPN Veteran Jakarta. Based on the statistical t test, the Electronic Word of Mouth variable shows a value of 0.760, the price variable shows a value of 0.221 and the service quality variable is 0.105. This means that Electronic Word of Mouth variables, price and service quality influence and increase consumer purchasing decisions.

Keywords: Electronic Word of Mouth, price, service quality and purchasing decisions.

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA OJEK *ONLINE* MAXIM**

Oleh Adinda Faizatun Ni'am

ABSTRAK

Maxim adalah salah satu jenis transportasi umum yang menjadi pilihan bagi beberapa individu untuk menunjang kegiatan mobilitas sehari – hari. Bagi sebagian mereka beranggapan bahwa menggunakan Maxim dapat menjadi solusi yang tepat untuk menghadapi hiruk pikuk kemacetan terutama pada daerah Ibukota Jakarta. Saat ini terjadi beberapa fenomena yang mempengaruhi keputusan penggunaan ojek online Maxim sehingga didapatkan rumusan masalah terkait apakah *Electronic Word of Mouth*, harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian. Untuk populasi target pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif fakultas ekonomi dan bisnis UPN Veteran Jakarta dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden menggunakan Teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun alat uji yang digunakan adalah SPSS dan Smart PLS 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Electronic Word of Mouth*, harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian jasa ojek online Maxim pada mahasiswa aktif manajemen UPN Veteran Jakarta. Berdasarkan uji t statistik, variabel *Electronic Word of Mouth* menunjukkan nilai 0,760, variabel harga menunjukkan nilai 0,221 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,105. Hal ini berarti bahwa variabel *Electronic Word of Mouth*, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : *Electronic Word of Mouth*, harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Senin , tanggal 19 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Adinda Faizatun Ni'am

No.Pokok Mahasiswa : 1910111002

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Electronic Word of Mouth ~~Harga~~ Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online Maxim

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Bernadin Dwi, MM	Ketua	1.
2	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM.,CPM	Anggota I	2.
3	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya sehingga penelitian ini berhasil diselesaikan dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek *Online Maxim*”**. Terima kasih peneliti ucapkan kepada ibu Dr. Dianwicakasih Ariefiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSR. selaku Dekan FEB, dan Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen. Peneliti juga menyampaikan terima kasih banyak kepada Ibu Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi dan ibu Dr. Maria Assumpta Wikantari., SS., MBA., CWM selaku dosen pembimbing akademik yang telah telah memberikan arahan dan saran-saran yang bermanfaat untuk kegiatan akademik peneliti. Serta kepada seluruh tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan dan bantuan akademik selama masa perkuliahan yang peneliti jalankan.

Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada Allah SWT yang telah memberi ridho Nya dan segala kemudahan. Mama Siti Khodijah, Ayah Aep Farokhi, Kak Vani, Reva, dan Aa Faza yang telah memberikan doa, dukungan serta saran dalam menyelesaikan penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan ucapan terima kasih banyak kepada Aldy Prasetya Utama yang dengan sepenuh hati menemani, menyemangati, menenangkan dan memberikan solusi pada setiap keluhan yang peneliti rasakan. Sahabat – sahabat kesayangan peneliti yaitu Verren, Sherly, Husniyyah, Elsa, Aas, dan Sarah yang juga telah menemani dan memberikan dukungan kepada peneliti selama menulis naskah penelitian ini, Serta teman-teman lain yang peneliti tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat yang baik di masa yang akan datang.

Jakarta, 19 Desember 2022

Adinda Faizatun Ni'am

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Perilaku Konsumen	10
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i>	13
2.1.5 Harga	16
2.1.6 Kualitas Pelayanan	18
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	19
2.3 Model Penelitian	24

2.3.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Penggunaan Jasa	24
2.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa.....	25
2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa..	26
2.4 Hipotesis.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.1.1 Definisi Konsep.....	28
3.1.2 Definisi Operasional.....	28
3.1.3 Pengukuran Variabel.....	29
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.3.1 Jenis Data	31
3.3.2 Sumber Data.....	32
3.3.3 Pengumpulan Data	32
3.4 Teknik Analisis Data.....	35
3.4.1 Analisis Data Deskriptif	35
3.4.2 Analisis Data Inferensial	36
3.4.3 Uji Validitas	39
3.4.4 Uji Reabilitas.....	40
3.4.5 Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Profil Maxim	43
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	44
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis	46
4.3.1 Analisis Data Deskriptif.....	46
4.3.2 Analisis Data Inferensial	52
4.3 Pembahasan	62
4.3.1 Pengaruh <i>Electronic word of mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.	62

4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	64
4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	66
4.4 Keterbatasan Penelitian	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
RIWAYAT HIDUP	75
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	29
Tabel 3. Skala Likert	32
Tabel 4. Kisi – Kisi Instrumen Kuesioner.....	33
Tabel 5. Peringkat Jawaban Kuesioner	35
Tabel 6. Nilai Mean, Minimum, Maksimum, dan Standar Deviasi	46
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks	47
Tabel 8. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 9. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Electronic Word of Mouth.....	49
Tabel 10. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	51
Tabel 11. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	52
Tabel 12. Uji Validitas Konvergen berdasarkan Outer Loading.....	55
Tabel 13. Average Variance Extracted (AVE)	57
Tabel 14. Composite Reability & Cronbach's Alpha.....	57
Tabel 15. Nilai R Square.....	60
Tabel 16. Nilai Q Square.....	61
Tabel 17. Uji T Statistik.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pangsa Pasar Jasa Layanan Transportasi <i>Online</i> Kawasan Asia Tenggara (2015-2025	2
Gambar 2. Jumlah Persentase Pengguna Transportasi Online di Lima Kota Besar di Indonesia	3
Gambar 3. Nama Jasa Transportasi Online yang Sering Digunakan di Indonesia	4
Gambar 4. Penilaian Ojek Online Maxim pada Google Playstore.....	5
Gambar 5. Penilaian Ojek Online Maxim pada Appstore.....	5
Gambar 6. Model Penelitian	27
Gambar 7. Langkah - Langkah PLS.....	36
Gambar 8. Model Diagram Jalur.....	37
Gambar 9. Logo Maxim.....	43
Gambar 10. Data Jenis Kelamin Responden.....	45
Gambar 11. Data Usia Responden	45
Gambar 12. Outer Model	54
Gambar 13. Inner Model.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1_Tabel Penelitian Terdahulu.....	76
Lampiran 2_Data Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis	78
Lampiran 3_Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 4_Data Kuesioner 100 Responden	84
Lampiran 5_Hasil Deskripsi Data Responden	96
Lampiran 6_Hasil Analisis Data Deskriptif	97
Lampiran 7_Hasil Output Smart PLS	99
Lampiran 8_T-Tabel	103
Lampiran 9_Bukti Penyebaran Kuesioner melalui Media Sosial	104
Lampiran 10_Surat Perizinan Sampel dan Populasi Penelitian	105
Lampiran 12_Report SmartPLS	106
Lampiran 13 Hasil Turnitin.....	107