

**Pengaruh *Ease Of Use*, *Brand Image*, dan *Word Of Mouth*
Terhadap Loyalitas Pelanggan Layanan Jasa Transportasi
*Online Maxim***

SKRIPSI



**Oleh
Anita Wahyuni
190910168**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**Pengaruh *Ease Of Use*, *Brand Image*, dan *Word Of Mouth*
Terhadap Loyalitas Pelanggan Layanan Jasa Transportasi
*Online Maxim***

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Anita Wahyuni
190910168**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Anita Wahyuni

NPM : 190910168

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

"PENGARUH *EASE OF USE*, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LAYANAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM"

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 28 Januari 2023



Anita Wahyuni
190910168

**PENGARUH *EASE OF USE*, *BRAND IMAGE*,
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN LAYANAN JASA
TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh

**Anita Wahyuni
190914168**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 28 Januari 2023



**Nura Fitri Natungulan, S.E., M.Si
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh dari masing-masing variabel yaitu *ease of use*, *brand image*, dan *word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan yang dimana keputusan penggunaan layanan jasa menjadi *variabel intervening*. Berdasarkan penelitian sebelumnya dan dikatakan dengan teori pendukung yang dikemukakan oleh para ahli dengan menggunakan program SPSS sebagai alat pengolah data statistik. Jenis penelitian ini yaitu *associative research*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* karena peneliti tidak mengetahui jumlah keseluruhan anggota populasi yang diteliti. Sedangkan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Sedangkan yang menjadi populasi adalah semua pengguna transportasi *online* Maxim yang ada di Kota Batam, dan yang dijadikan sampel yaitu 100 konsumen pengguna transportasi *online* Maxim di Kec Tiban Indah Kota Batam, dengan teknik analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Berdasarkan pengolahan data menggunakan analisis jalur, terbukti bahwa *ease of use*, *brand image* dan *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan layanan jasa transportasi *online* Maxim. Pada hasil uji t bahwa secara parsial *ease of use* dan *brand image* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: ***Ease Of Use, Brand Image, dan Word Of Mouth, Loyalitas Pelanggan***

ABSTRACT

This study aims to prove the effect of each variable, namely ease of use, brand image, and word of mouth on customer loyalty in which the decision to use services becomes an intervening variable. Based on previous research and said to be the supporting theory put forward by experts using the SPSS program as a statistical data processing tool. This type of research is associative research. In this study, researchers used non-probability sampling techniques because researchers did not know the total number of members of the population studied. While the sampling technique used in this study is accidental sampling. While the population is all users of Maxim online transportation in Batam City, and the sample is 100 consumers of Maxim online transportation users in Tiban Indah District, Batam City, with data analysis techniques using path analysis. Based on data processing using path analysis, it is proven that ease of use, brand image and word of mouth have no effect on customer loyalty for Maxim's online transportation services. On the results of the t test that partially ease of use and brand image have no effect on customer loyalty, while word of mouth has a significant effect on customer loyalty.

*Keywords: **Ease Of Use, Brand Image, and Word Of Mouth, customer loyalty***

KATA PENGANTAR

Dengan menghaturkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr.Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. Selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. Selaku Pembimbing Skripsi pada program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Orang tua, dan keluarga yang selalu berdoa kan memberikan dukungan penuh kepada penulis.
7. Wahyu Rahmawan selaku pacar yang memberi bantuan, ide serta dukungan penuh kepada penulis
8. Seluruh teman-teman dan Sabahat saya seperjuangan Universitas Putera Batam. Khususnya fakultas Manajemen yang selalu memberikan dukungan dan menyemangati penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga selesai.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya kepada Bapak, Ibu dan rekan-rekan sekalian.

Batam, 28 Januari 2023

Anita Wahyuni

190910168

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.. Error! Bookmark not defined.	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv ..
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Teori Dasar Penelitian.....	9
2.1.1 Pengertian Ease Of Use.....	9
2.1.2 Indikator <i>Ease Of Use</i>	11
2.1.3 Pengertian Brand Image	11
2.1.4. Indikator <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	12
2.1.2 Teori Variabel.....	13
2.1.2.1 Pengertian Word Of Mouth.....	13
2.1.2.2 Faktor-Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Terjadinya WOM .	14
2.1.2.3 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	15
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	17
2.1.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.3.2 Indikator Loyalitas Pelanggan	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.3.1 Hubungan <i>Ease Of Use</i> dan Loyalitas Pelanggan	23
2.3.2 Hubungan <i>Brand Image</i> dan Loyalitas Pelanggan	23
2.3.3 Hubungan <i>Word Of</i> dan Loyalitas Pelanggan	23
2.3.4 Hubungan <i>Ease Of Use, Brand Image</i> dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	24

2.4	Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Sifat Penelitian.....	25
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	25
3.3.1	Lokasi Penelitian	25
3.3.2	Periode Penelitian	26
3.3	Populasi Sampel Penelitian	26
3.4.1	Populasi	26
3.4.2	Sampel.....	27
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	27
3.4.3	Teknik Sampling.....	28
3.5	Sumber Data	28
3.6	Teknik Pengumpulan Data	29
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
3.7.1	Variabel Independen (X).....	30
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	32
3.7	Metode Analisis Data.....	32
3.8.1	Analisis Deskriptif	32
3.8.2	Uji Kualitas Data	33
3.8.2.1	Uji Validitas Data	33
3.8.2.2.	Uji Reliabilitas Data.....	34
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.8.3.1	Uji Normalitas	34
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	35
3.8.3.3	Uji Heterokedastisitas	35
3.8.4	Uji Pengaruh.....	35
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	36
3.9	Uji Pengaruh.....	37
3.9.1	Uji T (Parsial)	37
3.9.2	Uji Simultan (Uji F)	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	40
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	42
4.3.1	Analisis Deskriptif	42
4.3.2	Deskriptif <i>Ease Of Use</i> (X1)	43
4.3.3	Deskriptif <i>Brand Image</i> (X2)	43
4.3.4	Deskriptif <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	44

4.3.5	Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y)	45
4.4	Analisis Data	45
4.4.1	Uji Kualitas Data	45
4.4.1.1	Uji Validitas Data	45
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	48
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.2.1	Uji Normalitas	49
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	51
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.4.3	Uji Pengaruh.....	53
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	55
4.5	Penguji Hipotesis.....	56
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	56
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	58
4.6	Pembahasan.....	58
4.6.1	Pengaruh <i>Ease Of Use</i> X1 Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Transportasi Online Maxim	58
4.6.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> X2 Terhadap Loyalitas Pelanggan Layanan Jasa Transportasi Online Maxim	59
4.6.3	Pengaruh Word Of Mouth X3 Terhadap Loyalitas Pelanggan Layanan Jasa Transportasi Online Maxim	59
4.6.4	Pengaruh Ease Of Use, Brand Image, dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Layanan Jasa Transportasi Online Maxim	60
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	60
4.7.1	Implikasi Teoritis.....	60
4.7.2	Implikasi Praktis	60
	BAB V SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1	Simpulan	61
5.2	Saran	62
	DAFTAR PUSTAKA	64
	LAMPIRAN.....	66
1.	PENDUKUNG PENELITIAN.....	77
2.	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	98
3.	SURAT IZIN PENELITIAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Riset Situs Aplikasi Transportasi Online Kuartal 1 Tahun 2020	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	23
Gambar 4. 1 Logo TransportasiOnlineMaxim.....	39
Gambar 4. 2 Grafik Histogram.....	50
Gambar 4. 3Grafik P-p plot.....	50
Gambar 4. 4 Grafik Scatterplot	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Periode Penelitian.....	26
Tabel 3. 2 Skala Likert	30
Tabel 3. 3 Operasional Variabel	31
Tabel 3. 4 Kategori Rentang Skala	33
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4. 4 Kategori Rentang Skala	42
Tabel 4. 5 Deskriptif Ease Of Use (X1)	43
Tabel 4. 6 Deskriptif Brand Image (X2)	43
Tabel 4. 7 Deskriptif Word Of Mouth (X3)	44
Tabel 4. 8 Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y)	45
Tabel 4. 9 Uji Validitas Ease Of Use (X1)	46
Tabel 4. 10 Uji Validasi Brand Image (X2)	46
Tabel 4. 11 Uji Validitas Word Of Mouth (X3)	47
Tabel 4. 12 Uji Reabilitas	49
Tabel 4. 13 Uji Kolmogorov Smirnov.....	51
Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4. 15 Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4. 16 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	55
Tabel 4. 17 Uji T.....	56
Tabel 4. 18 Uji F	58

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Lemeshow	27
Rumus 3. 2 Rentang Skala	32
Rumus 3. 3 Regresi Linier Berganda	36
Rumus 3. 4 Uji F.....	38