

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PERSEPSI
KONSUMEN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA GOJEK
DI BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Deska Audyna Sinaga
190910125**

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

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PERSEPSI
KONSUMEN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA GOJEK
DI BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Deska Audyna Sinaga
190910125**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Deska Audyna Sinaga
NPM : 190910125
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PERSEPSI KONSUMEN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA GOJEK DI BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam 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 akademik 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, 24 Januari 2023



Deska Audyna Sinaga
190910125

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PERSEPSI
KONSUMEN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA GOJEK
DI BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Deska Audyna Sinaga
190910125**

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

Batam, 27 Januari 2023



**Dr. Realize. S.Kom., M.Si.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Transportasi ialah sesuatu hal yang begitu penting fungsinya didalam tumbuhnya perekonomian di Indonesia kini. Makin banyaknya penduduk tentunya makin meningkat di perlukannya alat transportasi didalam membantu melangsungkan seluruh kegiatan keseharian. Dengan kejadian tersebut tentunya bisnis di bidang alat transportasi tentu begitu menggiurkan. Kini begitu banyak macam transportasi yang basisnya online yang sudah mengembangkan usahanya, salah satunya ialah Gojek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *word of mouth*, persepsi konsumen, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Gojek di Batam. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik kuantitatif. Sampel penelitian digunakan sebanyak 100 responden yakni pengguna aplikasi Gojek dengan menggunakan rumus Lemeshow. Kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Dengan menggunakan software SPSS 25, teknik analisis data meliputi uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil regresi linier berganda, *word of mouth*, persepsi konsumen, dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan sig. $0,00 < 0,05$. Selain itu, *word of mouth*, persepsi konsumen, dan kepercayaan berpengaruh terhadap umen pengguna jasa Gojek di Batam sebesar 61,8% berdasar hasil uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan bahwa *word of mouth*, persepsi konsumen, dan kepercayaan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Gojek di Batam.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, Persepsi, *Word of Mouth*

ABSTRACT

Transportation is a very important role in economic growth in Indonesia today. The more population increases, the more transportation is needed to carry out all daily activities. With this phenomenon, the business in the field of transportation will be very promising. At this time many types of online transportation are developing in the world, especially in Indonesia, there is an online transportation that is already familiar to hear, namely Gojek. The purpose of this study was to determine word of mouth, consumer perceptions, and trust in consumer satisfaction using Gojek services in Batam. This research was conducted using quantitative techniques. The research sample used was 100 respondents, namely users of the Gojek application using the Lemeshow formula. Questionnaires are used as data collection techniques. By using SPSS 25 software, data analysis techniques include descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis testing. Based on the results of multiple linear regression, word of mouth, consumer perceptions, and trust have an effect on consumer satisfaction with sig. $0.00 < 0.05$. In addition, word of mouth, consumer perceptions, and trust have an effect on the umen of Gojek service users in Batam by 61.8% based on the results of the coefficient of determination test. Based on the results of hypothesis testing, it was found that word of mouth, consumer perceptions, and trust partially and simultaneously had a positive and significant effect on consumer satisfaction of Gojek service users in Batam.

Keywords : *Trust, Consumer Satisfaction, Perception, Word of Mouth*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk 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 dari 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 Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.SI. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Seluruh dosen dan staff Universitas Putera Batam yang telah membagikan ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
7. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian;
8. Teman-teman se-angkatan yang selalu memberikan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan memberikan kelancaran dalam segala hal yang dikerjakan. Amin

Batam, 23 Januari 2023

Deska Audyna Sinaga



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
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.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	9
2.1.2 Persepsi Konsumen	11
2.1.3 Kepercayaan	12
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.3.1 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	21
2.3.2 Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen	22
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen	23
2.3.4 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> , Persepsi Konsumen, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen	24
2.4 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Sifat Penelitian	25
3.3 Lokasi dan Priode Penelitian.....	25
3.3.1 Lokasi Penelitian	25
3.3.2 Periode Penelitian.....	26

	Halaman
3.4	Populasi dan Sempel26
3.4.1	Populasi 26
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sempel.....27
3.4.3	Teknik Penentuan Besar Sempel.....28
3.5	Sumber Data.....28
3.6	Metode Pengumpulan Data28
3.7	Definisi Operasional Variabel29
3.8	Metode Analisis Data30
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif30
3.8.2	Uji Kualitas Data32
3.8.3	Uji Asumsi Klasik33
3.8.4	Uji Pengaruh..... 33
3.9	Uji Hipotesis.....33
3.9.1	Uji t (Uji Parsial).....33
3.9.2	Uji F (Uji Simultan)34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....35
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian35
4.1.1	Sejarah Objek Penelitian35
4.1.2	Logo Perusahaan35
4.1.3	Visi dan Misi Objek Penelitian36
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....36
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin36
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....36
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....37
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan37
4.3	Deskripsi Jawaban Responden38
4.3.1	Deskripsi Variabel <i>Word of Mouth</i>38
4.3.2	Deskripsi Variabel Persepsi Konsumen.....40
4.3.3	Deskripsi Variabel Kepercayaan.....42
4.3.4	Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen.....43
4.4	Analisis Data45
4.4.1	Hasil Uji Validitas45
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas46
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....47
4.5	Pengujian Hipotesis.....51
4.5.1	Hasil Uji t 51
4.5.2	Hasil Uji F 51
4.6	Pembahasan.....52
4.6.1	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Kepuasan Konsumen52
4.6.2	Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen.....53
4.6.3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen.....53
4.6.4	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> , Persepsi Konsumen, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen..... 54
4.7	Implikasi Penelitian.....54

	Halaman
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Simpulan	56
5.2 Saran.....	56
 DAFTAR PUSTAKA	 58
 LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Logo Gojek	35
Gambar 4.2 Kurva Histogram	47
Gambar 4.3 Normal P-Plot	47

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pengguna Transportasi Online	3
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.3 Rentang Skala.....	31
Tabel 4.1 Profil Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Profil Berdasarkan Umur.....	36
Tabel 4.3 Profil Berdasarkan Pendidikan Terakhir	37
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	37
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	38
Tabel 4.6 <i>Word of Mouth</i> (X1).....	38
Tabel 4.7 Persepsi Konsumen (X2).....	40
Tabel 4.8 Lanjutan Persepsi Konsumen (X2)	41
Tabel 4.9 Kepercayaan (X3)	42
Tabel 4.10 Lanjutan Kepercayaan (X3)	43
Tabel 4.11 Kepuasan Konsumen (Y)	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.13 Lanjutan Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Kolmogorov-smimov.....	48
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastitas	49
Tabel 4.18 Hasil Analisis Linear Berganda.....	49
Tabel 4.19 Hasil Uji R^2	50
Tabel 4.20 Hasil Uji T	51
Tabel 4.21 Hasil Uji F	51

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Metode Lemeshow	27
Rumus 3.2 Rentang Skala	30
Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda	33