

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, E-WOM,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI ONLINE
MAXIM DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Tia Nur Adhiyani
200910176**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, E-WOM,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI ONLINE
MAXIM DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:
Tia Nur Adhiyani
200910176

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, E-WOM,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI ONLINE
MAXIM DI KOTA BATAM**

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu
syarat memperoleh gelar Sarjana



Oleh:
Tia Nur Adhiyani
200910176

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Tia Nur Adhiyani

NPM : 200910176

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kemudahan Penggunaan, E-WOM, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, dididalam naskah 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 skripsi 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, 20 Januari 2024



Tia Nur Adhiyani
200910176

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, E-WOM,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI ONLINE
MAXIM DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh:

**Tia Nur Adhiyani
200910176**

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

Batam, 20 Januari 2024



**David Humala Sitorus, S.E., M.M.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Ada sejumlah sebab yang berkemungkinan besar memberi pengaruh saat memutuskan untuk membeli layanan transportasi online Maxim. Sebab-sebab itu termasuk taraf kemudahan penggunaan, E-WOM, dan kepercayaan. Penelitian memanfaatkan metode kuantitatif dan teknik pengambilan sampel dengan metode simple random sampling. Lokasi penelitian berada pada wilayah Kota Batam di Kecamatan Batam Kota dan Kecamatan Nongsa dengan total populasi 66.116 serta sampel berjumlah 100 responden secara random. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian jasa transportasi online Maxim di Kota Batam dengan nilai uji T sebesar 3,359 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Begitu pula, E-WOM juga memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai uji T sebesar 4,821 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Kepercayaan juga memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai uji T sebesar 3,439 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Selain itu, kemudahan penggunaan, E-WOM, dan Kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi online Maxim di Kota Batam, dengan nilai uji F sebesar 71,388 yang lebih besar dari 2,470 dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, E-WOM, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

There are a number of reasons that are likely to have an influence when deciding to buy Maxim's online transportation service. These reasons include the level of ease of use, E-WOM, and trust. The research utilized quantitative methods and sampling techniques using the simple random sampling method. The research location is in the Batam City area in Batam Kota District and Nongsa District with a total population of 66,116 and a sample of 100 random respondents. The research results show that ease of use has a positive influence on purchasing decisions for Maxim online transportation services in Batam City with a T test value of 3.359 and a significance of $0.001 < 0.05$. Likewise, E-WOM also has a significant positive influence on purchasing decisions with a T test value of 4.821 and a significance of $0.000 < 0.05$. Trust also has a significant positive impact on purchasing decisions, with a T test value of 3.439 and a significance of $0.001 < 0.05$. Apart from that, ease of use, E-WOM, and Trust together have a significant positive influence on purchasing decisions for Maxim online transportation services in Batam City, with an F test value of 71.388 which is greater than 2.470 and a significance of $0.000 < 0.05$.

Keyword: Ease of Use, E-WOM, Trust, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT. 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 dan selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan masukan, serta membantu selama proses perkuliahan berlangsung.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak David Humala Sitorus, S.E., M.M selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah membantu, mengarahkan, serta membimbing penulis dalam proses pembuatan naskah Skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
6. Kedua orang tua yaitu Bapak Suwadi dan Ibu Rokayah yang telah banyak membantu mendoakan dan memberikan dukungan untuk kelancaran dalam penyelesaian skripsi.
7. Rekan dan sahabat penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data serta memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah swt. membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Aamiin.

Batam, 20 Januari 2024

Tia Nur Adhiyani



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

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	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB 1_PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	14
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.6.2 Manfaat praktis.....	14
BAB II_TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Kajian Teori.....	16
2.1.1 Kemudahan Penggunaan	16
2.1.1.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan	16
2.1.1.2 Dimensi Variabel Kemudahan.....	18
2.1.1.3 Indikator Kemudahan Penggunaan.....	18
2.1.2 Electronic Word Of Mouth (E-WOM)	19
2.1.2.1 Pengertian E-WOM	19
2.1.2.2 Dimensi E-WOM.....	21
2.1.2.3 Indikator E-WOM.....	22

2.1.3	Kepercayaan.....	23
2.1.3.1	Pengertian Kepercayaan.....	23
2.1.3.2	Dimensi Kepercayaan	24
2.1.3.3	Indikator Kepercayaan	25
2.1.4	Keputusan Pembelian	26
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	26
2.1.4.2	Dimensi Keputusan Pembelian	26
2.1.4.3	Indikator keputusan Pembelian	27
2.2.	Penelitian Terdahulu	28
2.3	Kerangka Pemikiran	30
2.3.1	Hubungan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pembuatan Keputusan Pembelian.....	30
2.3.2	Hubungan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.3	Hubungan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.4	Hubungan Kemudahan Penggunaan, E-WOM, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4	Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Sifat Penelitian.....	34
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	34
3.3.1	Lokasi Penelitian	34
3.3.2	Periode Penelitian	35
3.4	Populasi dan Sampel	35
3.4.1	Populasi.....	35
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	36
3.4.3	Teknik Sampling.....	38
3.5	Sumber Data.....	38
3.6	Metode Pengumpulan Data	39
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	40
3.7.1	Variabel Independen	41
3.7.2	Variabel Dependen.....	41
3.8	Metode Analisis Data	41
3.8.1	Uji Analisis Deskriptif	41
3.8.2	Uji Kualitas Data	42

3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.4	Uji Pengaruh.....	46
3.9	Uji Hipotesis.....	47
3.9.1	Uji Parsial (Uji-T).....	47
3.9.2	Uji Simultan (Uji-F)	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Gambaran Umum Transportasi <i>Online Maxim</i>	48
4.1.1	Sejarah Transportasi <i>Online Maxim</i>	48
4.1.2	Logo Transportasi <i>Online Maxim</i>	49
4.1.3	Visi dan Misi Transpotasi <i>Online Maxim</i>	49
4.1.4	Produk yang di tawarkan Transpotasi <i>Online Maxim</i>	50
4.2	Deskripsi Kriteria Responden	51
4.2.1	Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.2	Kriteria Responden Berdasarkan Umur	52
4.2.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	53
4.2.4	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.3	Kriteria Jawaban Responden	54
4.3.1	Variabel Kemudahan Penggunaan (X1).....	54
4.3.2	Variabel E-WOM (X2).....	56
4.3.3	Variabel Kepercayaan (X3)	58
4.3.4	Variabel Keputusan Pembelian (Y1)	60
4.4	Analisis Data	62
4.4.1	Uji Kualitas Data	62
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	64
4.4.3	Uji Pengaruh.....	69
4.5	Uji Hipotesis.....	72
4.5.1	Uji Parsial (Uji-T).....	72
4.5.2	Uji Simultan (Uji-F)	74
4.6	Pembahasan.....	75
4.6.1	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian 75	
4.6.2	Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian	75
4.6.3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.6.4	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, E-WOM, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	76

4.6	Implikasi Hasil Penelitian	76
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN		79
5.1	Simpulan	79
5.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		82
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		xv
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		xliii
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian		xliv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ulasan pengguna maxim	5
Gambar 1. 2 Ulasan Pengguna Maxim	6
Gambar 1. 3 Ulasan pengguna Maxim	7
Gambar 1. 4 Ulasan pengguna Maxim	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4. 1 Logo transportasi online Maxim	49
Gambar 4. 2 Grafik Normal P-Plot Regression Standardized Residual	65
Gambar 4. 3 Uji Normalitas Histogram.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Persentase transportasi yang sering digunakan september 2022	2
Tabel 1. 2	Perbandingan pengguna transportasi online 2022	4
Tabel 2. 1	Penelitian terdahulu.....	28
Tabel 3. 1	Tabel Periode Penelitian	35
Tabel 3. 2	Rincian jumlah populasi.....	36
Tabel 3. 3	Penentuan skor jawaban kuesioner	39
Tabel 3. 4	Operasional Variabel	40
Tabel 4. 1	Klasifikasi Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 2	Responden Berdasarkan Umur	52
Tabel 4. 3	Responden Berdasarkan Domisili.....	53
Tabel 4. 4	Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4. 5	Indikator variabel Kemudahan Penggunaan.....	54
Tabel 4. 6	Indikator variabel E-WOM.....	56
Tabel 4. 7	Indikator variabel Kepercayaan	58
Tabel 4. 8	Indikator variabel keputusan pembelian.....	60
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan	62
Tabel 4. 10	Uji Reliabilitas data.....	64
Tabel 4. 11	Uji Kolmogrov-Smirnov.....	66
Tabel 4. 12	uji multikolinearitas	67
Tabel 4. 13	Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4. 14	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4. 15	Hasil Output ANOVA.....	71
Tabel 4. 16	Output SPSS Analisis Koefisien Determinasi	72
Tabel 4. 17	Uji t.....	73
Tabel 4. 18	Output Uji F.....	74

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	37
Rumus 3. 2 Pearson Product Moment.....	43
Rumus 3. 3 Conbrach Alpha.....	43
Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda	46