

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
KEPERCAYAAN MEREK DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI
MAXIM DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Agnesia Ina Peni Karangora
200910205**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
KEPERCAYAAN MEREK DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI
MAXIM DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:
Agnesia Ina Peni Karangora
200910205**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Agnesia Ina Peni Karangora

NPM : 200910205

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa **"Skripsi"** yang saya buat dengan judul:

"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI MAXIM DI KOTA BATAM".

Apabila hasil dari karya saya sendiri dan bukan merupakan duplikasi dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah ataupun pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dan 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, 05 Februari 2025



Agnesia Ina Peni Karangora

200910205

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
KEPERCAYAAN MEREK DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI
MAXIM DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**

**Oleh
Agnesia Ina Peni Karangora
200910205**

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

Batam, 05 Februari 2025



Asron Saputra, S.E., M.Si.

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan merek, dan iklan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi Maxim di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif dan sampel yang digunakan dari 385 responden yang pernah membeli transportasi jasa Maxim. Penelitian ini dianalisis menggunakan software SPSS versi 25 dalam menganalisis data meliputi uji kualitas, uji asumsi klasik, uji pengaruh serta uji hipotesis. Nilai Adjusted R Square dalam penelitian ini sebesar 51,6% nilai tersebut menunjukkan besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, kepercayaan merek dan iklan terhadap variabel keputusan pembelian. Dan sisanya ada 48,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dikaji pada penelitian ini. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepercayaan merek dan iklan secara positif dan signifikan memberikan pengaruh parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi Maxim di Kota Batam.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, Iklan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of service quality, brand trust and advertising on purchasing decisions for Maxim transportation services in Batam City. This research uses descriptive research with quantitative methods and the sample used is 385 respondents who have purchased Maxim transportation services. This was analyzed using SPSS version 25 software in analyzing the data including quality tests, classical assumption tests, influence tests and hypothesis tests. The Adjusted R Square value in this study was 51.6%. This value shows the large influence of service quality variables, brand trust, and advertising on purchasing decision variables. And the remaining 48.4% is influenced by other variables not studied in this research. The results of this research show that the variables of service quality, brand trust and advertising positively and significantly have a partial and simultaneous influence on decisions, purchasing Maxim transportation services in Batam City.

Keywords: *Service Quality, Brand Trust, Advertising, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus dan Bunda Maria atas segala rahmat karunia dan penyertaannya, sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) program studi manajemen di Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu kritik dan saran akan penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, masukan dan dorongan dari berbagai pihak manapun. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elvi Husda, S.Kom., M.Si., selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. 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. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang telah membantu dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan masukan dan pengetahuan kepada saya selama masa perkuliahan
6. Kedua Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta doa kepada saya hingga saat ini
7. Terkhusus saya ucapkan terimakasih kepada Monika Samnthawina Belan yang telah memberikan semangat dan dukungan selama saya menempuh masa perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada orang special, terimakasih selalu memberi dukungan, keyakinan, dan semangat untuk terus berjuang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh responden yang bersedia dan meluangkan waktunya untuk dalam pengisian kuesioner.
10. Seluruh teman dan sahabat seangkatan di Universitas Putera Batam, yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis agar tetap semangat sampai saat ini.

Semoga Tuhan Yesus dan Bunda Maria selalu melimpahkan kasih karunia dan berkat-Nya kepada kita semua Amin.

Batam, 05 Februari 2025



Agnesia Ina Peni Karangora



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Batasan Masalah.....	14
1.4 Rumusan Masalah	14
1.5 Tujuan Penelitian.....	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
1.6.1 Manfaat Teoritis	16
1.6.2 Manfaat Praktis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Kajian Teori	18
2.1.1 Kualitas Layanan.....	18
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Layanan	18
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Layanan.....	19
2.1.1.3 Indikator Kualitas Layanan.....	20
2.1.1.4 Karakteristik Kualitas Layanan.....	22
2.1.2 Kepercayaan Merek.....	22
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan Merek	22
2.1.2.2 Dimensi Kepercayaan Merek.....	23

2.1.2.3	Indikator Kepercayaan Merek	24
2.1.2.4	Faktor-Faktor Kepercayaan Merek	25
2.1.3	Iklan.....	26
2.1.3.1	Definisi Iklan	26
2.1.3.2	Dimensi Iklan.....	27
2.1.3.3	Indikator Iklan.....	28
2.1.4	Keputusan Pembelian	28
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4.2	Dimensi Keputusan Pembelian	29
2.1.4.3	Indikator Keputusan Pembelian	31
2.2	Penelitian Terdahulu	31
2.3	Kerangka Pemikiran	33
2.3.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.2	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.3	Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.4	Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Jenis Penelitian.....	38
3.2	Sifat Penelitian	38
3.3	Lokasi Dan Periode Penelitian	38
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	38
3.3.2	Periode Penelitian.....	39
3.4	Populasi dan Sampel	40
3.4.1	Populasi	40
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	40
3.4.3	Teknik Sampling	41
3.5	Sumber Data.....	42
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.7	Definisi Operasional Variabel	43
3.7.1	Variabel Independen (X).....	43

3.7.2	Variabel Dependen (Y)	43
3.8	Metode Analisis Data	45
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	45
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	46
3.8.2.1	Uji Validitas	46
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	47
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	48
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	48
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	48
3.8.3.3	Uji Heteroskedastitas	49
3.8.4	Uji Pengaruh	49
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	50
3.9	Uji Hipotesis	51
3.9.1	Uji t (Parsial).....	51
3.9.2	Uji f (Simultan)	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	54
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan.....	56
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian Transportasi Jasa.....	57
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	57
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	58
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X2).....	59
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Iklan (X3).....	60
4.3.4	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
4.4	Analisis data.....	62
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	62

4.4.1.1 Hasil Uji Kualitas Data.....	62
4.4.1.2 Hasil Uji Relibilitas Data.....	65
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	66
4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas.....	66
4.4.2.2 Hasil Uji Multikolineritas	68
4.4.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
4.4.3 Uji Pengaruh	70
4.4.3.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	70
4.4.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71
4.5 Uji Hipotesis	72
4.5.1 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	72
4.5.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)	74
4.6 Pembahasan	74
4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian	75
4.6.3 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.6.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	77
4.7 Implikasi Penelitian.....	78
4.7.1 Implikasi Teoritis.....	78
4.7.2 Implikasi Praktis	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	80
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengguna Aplikasi Transportasi Online Di Indonesia (2022-2023)	2
Tabel 1. 2 Hasil Pra Penelitian Kualitas Pelayanan Maxim di Kota Batam	8
Tabel 1. 3 Hasil Pra Penelitian Kepercayaan Merek Maxim di Kota Batam	10
Tabel 1. 4 Hasil Pra Penelitian Iklan Maxim di Kota Batam.....	11
Tabel 1. 5 Pernyataan Pengguna Maxim Di Twitter	13
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3. 1 Periode Penelitian	39
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	43
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 3. 4 Kriteria Rentan Skala	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian Transportasi	57
Tabel 4. 6 Kriteria Analisis Deskriptif.....	58
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	59
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X2).....	60
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Iklan (X3).....	61
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, Iklan serta Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Kolmogroff-Smirnov	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolineritas	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4. 16 Analisis Regresi Linier Berganda	70
Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	72
Tabel 4. 18 Hasil Uji T	73
Tabel 4. 19 Hasil Uji F	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4. 1 Histogram Uji Normalitas.....	66
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas (P-plot).....	67

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Lameshow	40
Rumus 3. 2 Rentan Skala	46
Rumus 3. 3 Uji Validitas Pearson Correlation	47
Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda	50
Rumus 3. 5 Uji t	52