

PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP *BRAND IMAGE* GOJEK DI KOTA BEKASI

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Yulinda Kusumaningtias

NPM : 41183402180030



Strata 1

Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM 45

FAKULTAS EKONOMI

BEKASI

2025

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP *BRAND IMAGE* GOJEK DI KOTA BEKASI

Tanggal : 21 Mei 2025

Oleh:

Yulinda Kusumaningtias

NPM : 41183402180030

Disetujui,
Pembimbing



Tuti Sulastris, Dra., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
***BRAND IMAGE* GOJEK DI KOTA BEKASI**

Tanggal: 28 Mei 2025

Oleh:

Yulinda Kusumaningtias

NPM : 41183402180030

Dosen Penguji I



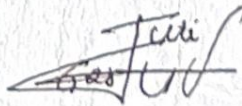
Yunike Berry, S.M.B., M.Sc.

Dosen Penguji II



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

Disetujui,
Pembimbing



Tuti Sulastri, Dra., M.M.

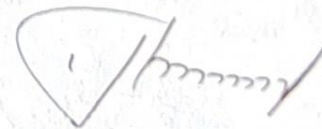
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yulinda Kusumaningtias
NPM : 41183402180030
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
E-mail : tyasyulinda@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth* dan Kualitas Layanan terhadap *Brand Image* Gojek di Kota Bekasi” bebas Plagiarisme, rujukan penulisan sudah sesuai dengan teknik penulisan yang berlaku umum.

Apabila kemudian hari dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Bekasi, 28 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



(Yulinda Kusumaningtias)

ABSTRAK

Yulinda Kusumaningtias (41183402180030)

Pengaruh *Word of Mouth* dan Kualitas Layanan terhadap *Brand Image* Gojek

xiv + 106 halaman + 21 tabel + 4 gambar + 15 lampiran

Kata Kunci : *word of mouth*, kualitas layanan, *brand image*.

Penelitian ini bertujuan mengetahui Pengaruh *Word of Mouth* dan Kualitas Layanan terhadap *Brand Image* Gojek. Konsumen yang pernah memakai layanan jasa Gojek paling tidak tiga kali atau lebih. Metode penelitian ini berupa deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan didapatkan melalui wawancara, observasi, kuesioner dengan sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Analisis didapatkan hasil yaitu F_{hitung} dengan nilai 24,443 serta 0,000, maka menolak H_0 dan menerima H_a . Hasilnya yaitu *word of mouth* dan kualitas layanan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *brand image*. Selanjutnya uji t pada variabel *word of mouth* (X_1) memperoleh 3,881 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka menolak H_0 dan menerima H_a . Hasil ini menunjukkan *word of mouth* berpengaruh signifikan. Kemudian kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, ini bisa ditinjau melalui uji t_{hitung} $X_2 = 4,348$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Pengaruh ini bisa diprediksi melalui persamaan regresi $Y = 6,699 + 0,313(X_1) + 0,262(X_2)$. Hasil ini menunjukkan *word of mouth* dan kualitas layanan secara bersama-sama mempengaruhi *brand image* sebesar 33,5%, sedangkan sisanya 66,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Daftar Pustaka : 27 (2014-2024)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Syukur kepada Allah Swt. yang sudah memberi karunia beserta rahmat-Nya, sehingga skripsi “Pengaruh *Word of Mouth*, Kualitas Layanan terhadap *Brand Image* Gojek di Kota Bekasi” dapat penulis selesaikan sebagai prasyarat meraih gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.

Penulis dalam hal ini sadar bahwasanya penyusunan skripsi ini banyak mendapati kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat Doa, bantuan, bimbingan serta nasihat dari banyak pihak. Maka dari hal tersebut, ucapan terima kasih penulis haturkan pada:

1. Ibu Tuti Sulastri, Dra., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh ketelitian dan kesabaran, serta memberi dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan secara baik.
2. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku dosen penguji dan Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Yunike Berry, S.M.B., M.Sc. selaku dosen penguji penulis.
5. Dosen beserta staf pengajar Fakultas Ekonomi yang sabar dalam membagi ilmu dan membimbing dari awal perkuliahan hingga saat ini.
6. Orang tua penulis, Bapak Amirudin beserta Ibu Sulyati, yang senantiasa memberi nasihat, dukungan dan doa pada setiap langkah hidup penulis. Terima kasih atas segala bentuk sabar selama ini, semoga penulis dapat membanggakan.

7. Saudara kandung penulis Fitriani Rahayu Wulandari, kakak ipar penulis Yogi Prasetyo, juga keponakan penulis Aksara Hiro Azhar, yang turut memberikan semangat kepada penulis.
8. Teman-teman penulis, Sukma Dina, Nenih Anjarwati, Melania, Dyah Ayu Kintan dan keluarga besar Manajemen 2018 yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih telah memberikan dukungan untuk sama-sama berada di titik ini.
9. Teman penulis lainnya di luar lingkungan kampus, Kurnia Asih, Lusiana, Ummi, Vannindya, Tata dan Elsa Yulia. Terima kasih sudah mendukung dan mendengar segala keluh kesah selama proses penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah	9
1.5 Sistematika Pelaporan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Word of Mouth</i> (X_2).....	11
2.1.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i>	11
2.1.2 Jenis-jenis <i>Word of Mouth</i>	11
2.1.3 Indikator <i>Word of Mouth</i>	12
2.2 Kualitas Layanan.....	12
2.2.1 Pengertian Kualitas Layanan	12
2.2.2 Indikator Kualitas Layanan.....	13
2.3 <i>Brand Image</i>	14

2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	14
2.3.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	15
2.3.3 Indikator <i>Brand Image</i>	16
2.4 Penelitian Terdahulu	17
2.5 Kerangka Pemikiran	22
2.6 Hipotesis Penelitian :.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.1.1 Metode Penelitian.....	26
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.1.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.1.4 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.1.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.2 Model dan Instrumen Penelitian	28
3.2.1 <i>Word of Mouth</i> (X_1).....	29
3.2.2 Kualitas Layanan (X_2)	30
3.2.3 <i>Brand Image</i> (Y)	31
3.3 Teknik Analisis Data.....	31
3.3.1 Metode Analisis Deskriptif	31
3.3.2 Uji Instrumen	32
3.3.3 Uji Asumsi Klasik	34
3.3.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.3.5 Uji Penelitian Hipotesis	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	38
4.1.1 Sejarah Singkat Gojek	38
4.1.2 Logo Gojek	39
4.1.3 Visi dan Misi Gojek.....	39
4.2 Uji Kualitas Data.....	40
4.2.1 Deskripsi Hasil Uji Validitas	40
4.2.2 Deskripsi Hasil Uji Reliabilitas.....	42
4.3 Deskripsi Data Responden.....	42
4.4 Deskripsi Variabel.....	45
4.4.1 Deskripsi Data Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_1).....	45
4.4.2 Deskripsi Data Variabel Kualitas Layanan (X_2)	46
4.4.3 Deskripsi Data Variabel <i>Brand Image</i> (Y)	48
4.4.4 Deskripsi Hasil Uji Statistik.....	50
4.5 Uji Asumsi Klasik	50
4.5.1 Uji Normalitas	50
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	51
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas (Glejser).....	52
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
4.7 Uji Hipotesis Penelitian.....	53
4.7.1 Uji t	53
4.7.2 Uji F	54
4.7.3 Koefisien Deteminan (R^2).....	56
4.8 Pembahasan	58
4.8.1 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Image</i> Gojek	58
4.8.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>Brand Image</i> Gojek.....	59

4.8.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> dan Kualitas Layanan terhadap <i>Brand Image</i> Gojek	60
4.9 Kelemahan Penelitian.....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Simpulan.....	62
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Index Jasa Transportasi.....	5
Tabel 1.2 Hasil Pra-Survei <i>Word of Mouth</i>	6
Tabel 1.3 Hasil Pra-Survei Kualitas Layanan	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Kategori Skor Alternatif Jawaban	28
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (X_1).....	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	42
Tabel 4.5 Data Karakteristik Responden Penelitian	43
Tabel 4.6 Skor Jawaban Responden <i>Word of Mouth</i> (X_1)	45
Tabel 4.7 Skor Jawaban Responden Kualitas Layanan (X_2).....	47
Tabel 4.8 Skor Jawaban Responden <i>Brand Image</i> (Y).....	48
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial Uji t.....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
Tabel 4.17 Hasil Rekapitulasi Hasil Uji Statistik	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Kota dengan Lalu Lintas Termacet di Indonesia	3
Gambar 1.1 Diagram Aplikasi Transportasi <i>Online</i> di Indonesia	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1 Logo Gojek.....	39

Lampiran 15 Turnitin

Skripsi Yulinda			
ORIGINALITY REPORT			
30%	26%	16%	18%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	7%	
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%	
3	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%	
4	repository.usu.ac.id Internet Source	1%	
5	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	1%	
6	repository.ub.ac.id Internet Source	1%	
7	ecampus.pelitabangsa.ac.id Internet Source	1%	
8	repository.widyatama.ac.id Internet Source	<1%	
9	thesis.binus.ac.id Internet Source	<1%	
10	text-id.123dok.com Internet Source	<1%	
11	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1%	
12	scholar.archive.org Internet Source	<1%	
repository.ar-raniry.ac.id			