

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK, DAN  
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN GORIDE  
DARI GOJEK PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI JAKARTA**

Oleh :

Nama : Matthew Tio Devin Suryawan

NIM : 29180032

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUS BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**JANUARI 2022**



## PENGESAHAN

# **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN GORIDE DARI GOJEK PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI JAKARTA**

**Diajukan Oleh:**

**Nama : Matthew Tio Devin Suryawan**

**NIM : 29180032**

**Jakarta, 13 April 2022**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing**

**(Dr. Tony Sitinjak, M.M)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2022**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

Matthew Fio Devin Suryawan / 29180032 / 2022 / Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Layanan GoRide dari Gojek pada Masa Pandemi COVID-19 di Jakarta / Pembimbing: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Perkembangan teknologi dan internet yang semakin pesat pada masa sekarang ini sangat mendukung segala bisnis yang berbasis *online*, termasuk bisnis layanan transportasi *online*. Di sisi lain, adanya suatu permasalahan global berupa pandemi COVID-19 yang terjadi saat ini menyebabkan mobilitas masyarakat menjadi dibatasi serta pelanggan menjadi lebih selektif dalam memilih layanan transportasi ojek *online*. Salah satu layanan transportasi ojek *online* di Indonesia adalah GoRide dari *platform* aplikasi Gojek. Sikap selektif pelanggan serta dibatasinya mobilitas masyarakat pada masa pandemi ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat karena banyaknya merek lain yang menyediakan layanan sejenis. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut, faktor-faktor seperti kualitas layanan, kepercayaan merek, dan iklan merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan merek, dan iklan terhadap keputusan pembelian layanan GoRide dari Gojek pada masa pandemi COVID-19 di Jakarta.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah teori kualitas layanan, kepercayaan merek, iklan, dan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, kualitas layanan, kepercayaan merek, dan iklan sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Objek penelitian ini adalah layanan GoRide. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada 192 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan *software* WarpPLS 6.0 dan SBM SPSS Statistik 20.

Hasil *output data* menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan merek, dan iklan memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian berturut-turut sebesar 11%, 50%, dan 27%. Variabel kualitas layanan, kepercayaan merek, dan iklan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 61% dan 39% sisanya merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini,

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan kepercayaan merek dan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, Iklan, Keputusan Pembelian.

1. Penelitian mengungkap perkembangan teknologi dan internet yang semakin pesat pada masa sekarang ini sangat mendukung segala bisnis yang berbasis online, termasuk bisnis layanan transportasi online. Di sisi lain, adanya suatu permasalahan global berupa pandemi COVID-19 yang terjadi saat ini menyebabkan mobilitas masyarakat menjadi dibatasi serta pelanggan menjadi lebih selektif dalam memilih layanan transportasi ojek online. Salah satu layanan transportasi ojek online di Indonesia adalah GoRide dari platform aplikasi Gojek. Sikap selektif pelanggan serta dibatasinya mobilitas masyarakat pada masa pandemi ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat karena banyaknya merek lain yang menyediakan layanan sejenis. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut, faktor-faktor seperti kualitas layanan, kepercayaan merek, dan iklan merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan merek, dan iklan terhadap keputusan pembelian layanan GoRide dari Gojek pada masa pandemi COVID-19 di Jakarta.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRACT

Matthew Fio Devin Suryawan / 29180032 / 2022 / *The Effect of Service Quality, Brand Trust, and Advertising on Purchasing Decision of GoRide Service during the COVID-19 Pandemic in Jakarta* / Advisor: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

*The rapid development of technology and the internet at this time strongly supports all online-based businesses, including the online transportation service business. On the other hand, the current global problem in the form of the COVID-19 pandemic has caused people's mobility to be limited and customers to be more selective in choosing online motorcycle taxi transportation services. One of the online motorcycle taxi transportation services in Indonesia is GoRide from the Gojek application platform. The selective attitude of customers and the limited mobility of the people during this pandemic have created increasingly fierce competition because there are many other brands that provide similar services. In the face of increasingly fierce competition, factors such as service quality, brand trust, and advertising are important in influencing customer purchasing decisions. Therefore, this study aims to determine the effect of service quality, brand trust, and advertising on the decision to purchase GoRide services from Gojek during the COVID-19 pandemic in Jakarta.*

*The theories used to support this research is the theory of service quality, brand trust, price, and purchasing decision. In this study, service quality, brand trust, and price as the independent variables and purchasing decision as the dependent variable.*

*The object of this research is the GoRide service. The data collection technique used in this study is a communication technique by distributing questionnaires electronically via Google Forms to 192 respondents. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with a judgment sampling approach. The procedure used for model testing and data processing is a structural equation modeling (SEM) by using WarpPLS 6.0 and SBM SPSS Statistic 20.0 software.*

*The output data shows that service quality, brand trust, and advertising have a direct influence on purchasing decisions by 11%, 50%, and 27%, respectively. Variables of quality, service brand trust, and advertising affect purchasing decisions by 61% and 39% are other variables that should not be examined in this study,*

*The results of this study indicate that service quality has no influence on purchasing decision. While brand trust and advertising have a positive and significant effect on purchasing decision.*

**Keywords:** *Service Quality, Brand Trust, Advertising, Purchasing Decision.*





## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Layanan GoRide dari Gojek pada Masa Pandemi COVID-19 di Jakarta” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Tony Sitinjak, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh studi.
3. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendukung, menghibur, dan mendoakan penulis selama proses penyusunan skripsi.
4. Fengky Liu, Jeremia Kuswanda, Natalia Permatasari, Gabriella Angeline, Devi Sutandhi dan Devi Liana selaku sahabat terdekat penulis yang senantiasa memberikan bantuan, dukungan dan hiburan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.



Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai setiap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, Oktober 2021

Penulis

Matthew Tio Devin S.

1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Batasan Penelitian.....	9
E. Rumusan Masalah.....	9
F. Tujuan Penelitian.....	9
G. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teoritis.....	11
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Pemikiran.....	38
D. Hipotesis.....	41





<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
<b>A. Objek Penelitian .....</b>	<b>42</b>
<b>B. Desain Penelitian .....</b>	<b>42</b>
<b>C. Variabel Penelitian .....</b>	<b>44</b>
<b>D. Teknik Pengambilan Sampel .....</b>	<b>51</b>
<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>52</b>
<b>F. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>52</b>
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>62</b>
<b>B. Analisis Deskriptif.....</b>	<b>64</b>
<b>C. Hasil Penelitian.....</b>	<b>83</b>
<b>D. Pembahasan .....</b>	<b>84</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>90</b>
<b>A. Simpulan.....</b>	<b>90</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>91</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>96</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 1 .....	35
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu 2 .....	36
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu 3 .....	36
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu 4 .....	37
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu 5 .....	37
Tabel 2.6	Penelitian Terdahulu 6 .....	38
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan .....	45
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Kepercayaan Merek .....	48
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Iklan .....	49
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian .....	50
Tabel 4.1	Persentase Responden Berdasarkan Pengalaman Penggunaan Layanan GoRide dari Gojek Lebih dari Satu Kali pada Masa Pandemi COVID-19 .....	64
Tabel 4.2	Persentase Responden Berdasarkan Domisili di Jakarta .....	65
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan .....	66
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek .....	67
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Iklan .....	67
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	68
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	69
Tabel 4.8	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Tabel 4.9	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	70
Tabel 4.10	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
Tabel 4.11	Skor Rata-rata Variabel Kualitas Layanan .....	71
Tabel 4.12	Skor Rata-rata Variabel Kepercayaan Merek .....	75
Tabel 4.13	Skor Rata-rata Variabel Iklan .....	77





Tabel 4.14	Skor Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian .....	78
Tabel 4.15	Hasil Evaluasi Model Struktural.....	81
Tabel 4.16	Pengaruh antar Variabel .....	83

**Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

<b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b>			
<b>Gambar 1.1</b>	Pengguna Aktif Transportasi <i>Online</i> (Juta Orang).....	2	2
<b>Gambar 1.2</b>	Fitur Ceklis Pada Layanan GoRide .....	4	4
<b>Gambar 1.3</b>	Keluhan Pelanggan GoRide pada Aplikasi Gojek di <i>Play Store</i> .....	5	5
<b>Gambar 1.4</b>	Iklan It's Okay To Be Lebay dari Gojek.....	7	7
<b>Gambar 2.1</b>	Kerangka Pemikiran .....	23	23
<b>Gambar 2.2</b>	Model Proses Keputusan Pembelian .....	28	28
<b>Gambar 4.1</b>	Logo Gojek .....	63	63
<b>Gambar 4.2</b>	Logo GoRide .....	64	64
<b>Gambar 4.3</b>	Hasil Pengujian Hipotesis.....	82	82

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



1. Dilarang menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b>	Kuesioner.....	96
<b>Lampiran 2</b>	Data Kuesioner (N=30) .....	103
<b>Lampiran 3</b>	Data Kuesioner (N=192) .....	108
<b>Lampiran 4</b>	Hasil Output.....	130
	1. Uji Validitas .....	130
	2. Uji Reliabilitas .....	131
	3. Profil Responden.....	132
	4. Statistik Deskriptif Setiap Variabel .....	133
	5. Hasil Evaluasi Model Struktural.....	157
	6. Hasil Pengujian Hipotesis .....	158
	7. Pengaruh antar Variabel.....	158

**© Hal Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hal Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.