

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

**JASA EKSPEDISI ANTERAJA**

**Oleh :**

**Nama : Violetta**

**NIM : 20199061**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen  
Konsentrasi Manajemen Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**APRIL 2023**

**© Hak cipta milik IBI KKG (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.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



**PENGESAHAN**

**PENGARUH WORD OF MOUTH, CITRA MEREK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN JASA EKSPEDISI ANTERAJA**

**Diajukan Oleh**

**Nama : Violettan**

**NIM : 20199061**

**Jakarta, 12 April 2023**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing**



**(Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2023**

**© Hak cipta milik IBI KKG (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.



## ABSTRAK

Violettan / 20199061 / 2023 / Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jasa Ekspedisi Anteraja / Pembimbing : Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih hadir pula toko *online* atau *e-commerce* yang membutuhkan jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang. Para pelaku bisnis atau konsumen tentu sangat berhati-hati dalam memilih jasa ekspedisi yang akan digunakan supaya barang yang diterima, diterima dalam keadaan yang bagus dan tidak mengalami cacat atau rusak. Hal ini membuat para pemilik jasa ekspedisi berlomba-lomba dalam meningkatkan citra mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jasa Ekspedisi Anteraja.

Keputusan Pembelian Konsumen merupakan keputusan yang dibuat oleh konsumen karena adanya kebutuhan yang dibutuhkan dan dibuat oleh konsumen berdasarkan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Sehingga menciptakan sebuah tindakan atau sikap yang membuat konsumen lebih berhati-hati dalam memutuskan sebuah keputusan, seperti mencari informasi mengenai produk atau jasa yang akan dibeli untuk menghindari atau meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan.

Objek Penelitian ini adalah jasa ekspedisi Anteraja. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner daftar pernyataan kepada 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *judgement sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda.

Kesimpulan dari hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi, dimana residual berdistribusi normal, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, dan tidak terdapat multikolinearitas. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 43.331 > dari  $F_{tabel}$  sebesar 2.70 dengan nilai signifikan  $0.000 <$  dari 0.05, artinya WOM, Citra Merek, dan Kualitas Layanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Hasil dari uji T menunjukkan bahwa WOM dan Citra Merek memiliki nilai signifikan di atas 0.05 sehingga hipotesis ditolak. Sedangkan, Kualitas Layanan memiliki nilai signifikan di bawah 0.05 sehingga hipotesis diterima.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Word Of Mouth* dan Citra Merek tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jasa Ekspedisi Anteraja. Sedangkan, Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jasa Ekspedisi Anteraja. Variabel *Word Of Mouth*, Citra Merek, dan Kualitas Layanan dapat menjelaskan Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 56,2%. Sisanya, 43,8% merupakan faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

Kata Kunci : *word of mouth*, citra merek, kualitas layanan, keputusan pembelian konsumen



## ABSTRACT

*Violetta / 20199061 / 2023 / The Influence of Word Of Mouth, Brand Image, and Service Quality on Consumer Purchasing Decisions of Anteraja Expedition Services / Supervisor : Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.*

*Along with the development of technology, there are also online stores or e-commerce that require expedition services to send goods. Business owners or consumers are very careful in choosing the expedition services that will be used in sending the goods, they hope the goods received in a good condition and not having any defect or damaged. This makes the owners of shipping services compete in improving their brand image. The purpose of this study was to find out how The Influence Word Of Mouth, Brand Image, and Service Quality have on Consumer Purchasing Decisions of Anteraja Expedition Services.*

*Consumer Purchase Decisions are decisions that made by consumers because of their needs and based on the value that felt by consumers. Thus creating an action or attitude that makes consumers more careful in making a decision, such as searching information about the products or services to avoid or minimize unwanted things.*

*The object of this research is the Anteraja expedition services. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires listing statements to 100 respondents. The sampling technique that used in this study used non-probability sampling with the judgment sampling method. The Data analysis techniques used are validity test, reliability test, descriptive analysis, classical assumption test, and multiple regression analysis.*

*The conclusion from the results of the classical assumption test shows that the regression model meets the assumptions, where the residuals are normally distributed, there are no symptoms of heteroscedasticity, and there is no multicollinearity. The results of the  $F_{test}$  shows that the  $F_{count}$  is  $43,331 > F_{table}$  is 2.70 with a significant value of  $0,000 < 0.05$ , means that WOM, Brand Image, and Service Quality simultaneously influence the Consumer Purchase Decisions. The results of the  $T_{test}$  show that WOM and Brand Image have a significant value above 0.05 so the hypothesis is rejected. Meanwhile, Service Quality has a significant value below 0.05 so that the hypothesis is accepted.*

*The results of this study indicate that Word of Mouth and Brand Image have no influence on Consumer Purchasing Decisions of Anteraja Expedition Services. Meanwhile, Service Quality has a positive and significant influence on Consumer Purchasing Decisions for Anteraja Expedition Services. Word Of Mouth Variables, Brand Image, and Service Quality can explain Consumer Purchase Decisions by 56.2%. The remaining 43.8% are other factors that are not included in the regression model.*

*Keywords: word of mouth, brand image, service quality, consumer purchasing decisions*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas Anugerah dan Kasih-Nya yang begitu melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Proposal yang berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jasa Ekspedisi Anteraja” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis Kwik Kian Gie.

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

1. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia dalam memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan ajaran dan masukan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.
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. Papa, Mama, dan Keluarga yang telah memberikan dukungan, dorongan, doa, semangat, dan perhatian terhadap peneliti dari awal sampai sekarang ini.
4. Winardi selaku pasangan, teman-teman seperjuangan dari semester satu di kampus IBII Kwik Kian Gie yang tidak peneliti sebut satu-persatu yang telah membantu, mengarahkan, dan memberikan semangat kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh staf dan karyawan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.





6. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam bentuk apapun, sehingga penulisan skripsi ini bisa diselesaikan secara tepat waktu.

© Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi yang dibuat oleh peneliti bermanfaat dan berguna 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, April 2023

Violetta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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 ISI

PENGESAHAN .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Batasan Penelitian .....	8
E. Rumusan Masalah .....	8
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	10
A. Landasan Teoritis .....	10
1. Word Of Mouth .....	10
2. Citra Merek.....	14
3. Kualitas Layanan .....	18
4. Keputusan Pembelian .....	21
B. Penelitian Terdahulu .....	27
C. Kerangka Pemikiran.....	29
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN .....	33
A. Objek Penelitian .....	33
B. Desain Penelitian.....	33
C. Variabel Penelitian .....	34
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data .....	37
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas.....	40
F. Teknik Analisis Data.....	41

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dilindungi undang-undang (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



1. Analisis Deskriptif.....	41
2. Uji Asumsi Klasik .....	43
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	44
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	48
B. Analisis Deskriptif.....	50
C. Hasil Penelitian .....	65
D. Pembahasan.....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>79</b>

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.....	27
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel Word Of Mouth .....	34
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel Citra Merek.....	35
Tabel 3.3 Pengukuran Variabel Kualitas Layanan .....	35
Tabel 3.4 Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian .....	37
Tabel 3.5 Tabel Rentang Skala.....	43
Tabel 4.0.1 Hasil Uji Validitas Variabel Word Of Mouth .....	50
Tabel 4.0.2 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	51
Tabel 4.0.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan.....	52
Tabel 4.0.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	55
Tabel 4.0.5 Hasil Uji Reliabilitas Word Of Mouth (WOM) .....	56
Tabel 4.0.6 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek.....	56
Tabel 4.0.7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan .....	57
Tabel 4.0.8 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	57
Tabel 4.0.9 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.0.10 Persentase Responden Berdasarkan Usia .....	59
Tabel 4.0.11 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.0.12 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan .....	60
Tabel 4.0.13 Analisis Variabel Word Of Mouth (WOM) .....	60
Tabel 4.0.14 Analisis Variabel Citra Merek.....	61
Tabel 4.0.15 Analisis Variabel Kualitas Layanan .....	62
Tabel 4.0.16 Analisis Variabel Keputusan Pembelian .....	64
Tabel 4.0.17 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.0.18 Hasil Uji Multikolinearitas .....	66
Tabel 4.0.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel 4.0.20 Hasil Uji F .....	68
Tabel 4.0.21 Hasil Uji T .....	68
Tabel 4.0.22 Koefisien Determinasi .....	71

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

Fakultas Ilmu Komunikasi (Fakultas Komunikasi dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keluhan Perusahaan Jasa Ekspedisi Pada Tahun 2021 .....	2
Gambar 2.1 Model Komunikasi WOM .....	14
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	29
Gambar 4.1 Logo Perusahaan Ekspedisi Anteraja .....	49
Gambar 4.2 Beberapa Contoh Layanan Yang Disediakan Oleh Anteraja .....	49

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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 LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 PRA-KUESIONER .....	80
LAMPIRAN 2 Data 30 Responden Pra-Kuesioner .....	86
LAMPIRAN 3 Hasil Output Uji Validitas .....	90
LAMPIRAN 4 Hasil Output Uji Reliabilitas .....	92
LAMPIRAN 5 Kuesioner Dengan Google Form .....	93
LAMPIRAN 6 Data Kuesioner 100 Responden .....	96
LAMPIRAN 7 Data Profil Responden .....	107
LAMPIRAN 8 Hasil Output Profil Responden .....	112
LAMPIRAN 9 Hasil Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel dan Konfiden Interval .....	114
LAMPIRAN 10 Hasil Output Uji Asumsi Klasik .....	125
LAMPIRAN 11 Hasil Output Analisi Regresi Berganda .....	126
LAMPIRAN 12 Tabel Statistik .....	127

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.