

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM)
TERHADAP MINAT BELI JASA TRANSPORTASI
ONLINE MAXIM DI KOTA BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

Inas Fadilla Wika Anjani

201910325443



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Electroic Word of Mouth* (EWOM) terhadap Minat Beli Pada Jasa Transpotasi Online Maxim di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Inas Fadilla Wika Anjani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325443

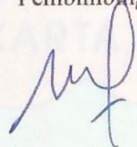
Program Studi/Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Januari 2023

Jakarta, 13 Januari 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



M. Fadhli Nursal, S.E.,M.M

NIDN 0325057908

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Electronic Word of Mouth* (EWOM) Terhadap Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Inas Fadilla Wika Anjani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325443

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Januari 2023

Jakarta, 13 Januari 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dewi Sri Woelandari P.G.,S.E., M.Sc

NIDN 0303017106

Penguji I : Widi Winarso, S.E.,M.M

NIDN 0319067606

Penguji II : M. Fadhli Nursal, S.E.,M.M

NIDN 0325057908

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN: 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, S.E., M.S. Ak

NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa,

Skripsi dengan judul pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Electronic Word of Mouth* (EWOM) terhadap Minat Beli pada Transportasi Online Maxim di Kini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 29 Desember 2022

Yang membuat pernyataan,



Inas Fadilla Wika Anjani

201910325443

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan dan *electronic word of mouth (ewom)* yang digunakan pada jasa transportasi online Maxim terhadap minat beli. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dalam mendapatkan sampel penulis menggunakan metode Purposive Sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebanyak 110 responden yang dimana fokus responden ini ialah pengguna jasa transportasi online maxim. Sebelum menganalisis data, peneliti menggunakan 30 responden sebagai pilot *study* untuk mengetahui kelayakan penelitian ini dengan menggunakan SPSS versi 22. Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f) dengan bantuan program SPSS versi 22. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan terdapat variabel-variabel yang saling berpengaruh seperti pada penjelasan singkat berikut ini: 1). Pada variabel Daya Tarik Iklan (X1) diketahui nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung $3,699 > T_{tabel} 1,987$ sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y). 2). Pada variabel Electronic Word of Mouth (X2) diketahui nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung $4,232 > T_{tabel} 1,987$ sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y). 3). Pada variabel Daya Tarik Iklan (X1) dan Electronic Word of Mouth (X2) diketahui nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai F hitung $26,797 > F_{tabel} 2,69$ berdasarkan itu, H1 dan H2 diterima yang berarti bahwa secara simultan Daya Tarik Iklan (X1) dan *Electronic Word of Mouth* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y).

Kata kunci: Daya Tarik Iklan, *Electronic Word of Mouth* dan Minat beli

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of attractiveness of advertising and electronic word of mouth by Maxim online transportation services on purchase intention used. In this study using quantitative research methods and in obtaining a sample the author uses the Purposive Sampling method. The number of samples used in this study were 110 respondents, where the focus of this respondent was maxim online transportation service users. Before analyzing the data, the researcher used 30 respondents as a pilot study to determine the feasibility of this study using SPSS version 22. Testing the research hypothesis was carried out using a partial test (t test) and simultaneous test (f test) with the help of the SPSS version 22 program. The results of the research that has been done there are variables that influence each other as in the following brief explanation: 1). In the Advertising Attractiveness variable (X1) be discovered the sig. of 0.000 < 0.05 with a t-value of 3.699 > Ttable 1.987 so that there is a positive and significant influence on Purchase Intention (Y). 2). In the Electronic Word of Mouth variable (X2) be discovered the sig. of 0.000 < 0.05 with a t- value of 4.232 > t-table 1.987 so that there is a positive and significant influence on Purchase Intention (Y). 3). In the variable Advertising Attractiveness (X1) and Electronic Word of Mouth (X2) be discovered the sig. of 0.000 < 0.05 with a calculated F value of 26.797 > F table 2.69 based on that, H1 and H2 are accepted which means that simultaneously Advertising Attractiveness (X1) and Electronic Word of Mouth (X2) have a positive and significant effect on Purchase Intention (Y).

Keywords: Advertising Attractiveness, Electronic Word of Mouth and Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan *Electronic Word of Mouth* (EWOM) Terhadap Minat Beli Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Bekasi”, guna memenuhi salah satu syarat untuk melanjutkan penelitian tugas akhir. Oleh karena itu, dari hati yang paling dalam penulis menyampaikan ucapan terimakasih khususnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.PD., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak M. Fadhli Nursal, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu serta selalu memberikan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi,
5. Bapak Dr. Muhammad Richo Rianto, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Kedua Orang Tua serta Kakak yang selalu menjadi penyemangat dan telah memberikan limpahan doa, dorongan, bantuan dan dukungannya.
7. Seluruh sahabat saya Allyssa, Meita, Rosa, Fitrah, Nickori, Della, Ratna dan teman seperbimbingan seperjuangan yang selalu saling mendukung selama penyusunan skripsi ini.
8. Marhiansyah Aziz Sunardi, terima kasih untuk motivasi, bantuan dan dukungannya selama penyusunan skripsi ini, semangat terus untuk kita.

Jakarta, 29 Desember 2022

Penyusun

Inas Fadilla Wika Anjani

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

Error! Bookmark not defined.

1.1 Latar Belakang	Erro
r! Bookmark not defined.		
1.2 Rumusan masalah	Erro
r! Bookmark not defined.		
1.3 Tujuan penelitian	Erro
r! Bookmark not defined.		
1.4 Manfaat penelitian	Erro
r! Bookmark not defined.		
1.4.1 Manfaat Teoritis	Erro
r! Bookmark not defined.		
1.4.2 Manfaat Praktis	Erro
r! Bookmark not defined.		

1.5 Batasan Masalah
.....**Error!**

r! Bookmark not defined.

1.6 Sistematika penulisan
.....**Error!**

r! Bookmark not defined.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Error! Bookmark not defined.

2.1 Minat beli konsumen

Error! Bookmark not defined.

2.1.2 Tujuan Iklan.....**Error!**

Bookmark not defined.

2.2.3 Fungsi Iklan Dalam Pemasaran.....**Error!**

Bookmark not defined.

2.3 Daya Tarik

Iklan.....**Error! Bookmark not defined.**

2.3.1 Pengertian Daya Tarik Iklan.....**Error!**

Bookmark not defined.

2.3.2 Karakteristik Daya Tarik Iklan.....**Error!**

Bookmark not defined.

2.4 Word Of Mouth (WOM).....**Error!**

Bookmark not defined.

2.4.1 Hubungan Word of Mouth dengan minat beli.....**Error!**

Bookmark not defined.

2.4.2 *Electronic Word of Mouth*

(eWOM).....**Error! Bookmark not defined.**

2.5 Penelitian Terdahulu

.....**Error!**
r! Bookmark not defined.

2.6 Kerangka Berpikir

.....**Error!**
r! Bookmark not defined.

2.6.1 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
2.6.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
2.6.3 Pengaruh Daya Tarik Iklan dan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Minat Beli.....	19
2.7 Hipotesis	
.....	Error! Bookmark not defined.

BAB III METODE PENELITIAN

Error! Bookmark not defined.

3.1 Desain Penelitian	
.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Tahapan Penelitian	
.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Model Konseptual Penelitian	
.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Operasionalisasi Variabel	
.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Variabel Bebas (<i>independent variabel</i>).....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Definisi Operasional	
.....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Waktu dan Tempat Penelitian	
.....	Error! Bookmark not defined.

3.7 Populasi dan Sampel	Error!
r! Bookmark not defined.		
3.7.1		
Populasi.....		Error!
Bookmark not defined.		
3.7.2		
Sampel.....		Error!
Bookmark not defined.		
3.8 Teknik Pengambilan Sampel	Error!
r! Bookmark not defined.		
3.9 Sumber Data	Error!
r! Bookmark not defined.		
3.10 Metode Pengumpulan Data	Error!
r! Bookmark not defined.		
3.11 Metode Analisis Data	Error!
r! Bookmark not defined.		
3.11.1 Uji		
Validitas.....		Error! Bookmark not defined.
3.11.2 Uji		
Realibilitas.....		Error! Bookmark not defined.
3.11.3 Uji Asumsi		
Klasik.....		Error! Bookmark not defined.
3.11.4 Analisis Regresi Liner		
Berganda.....		Error! Bookmark not defined.
3.11.5 Koefisien Determinasi		
(R ²).....		Error! Bookmark not defined.

3.10.6 Uji

Hipotesis.....**Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL DAN

PEMBAHASAN.....Error! Bookmark not defined.

4.1 Gambaran Umum

.....**Error! Bookmark not defined.**

4.1.1 Profil

Perusahaan.....**Error! Bookmark not defined.**

4.1.2

Visi.....**Error! Bookmark not defined.**

4.1.3

Misi.....**Error! Bookmark not defined.**

4.2 Karakteristik Responden

.....**Error! Bookmark not defined.**

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....**Error! Bookmark not defined.**

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....**Error! Bookmark not defined.**

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....**Error! Bookmark not defined.**

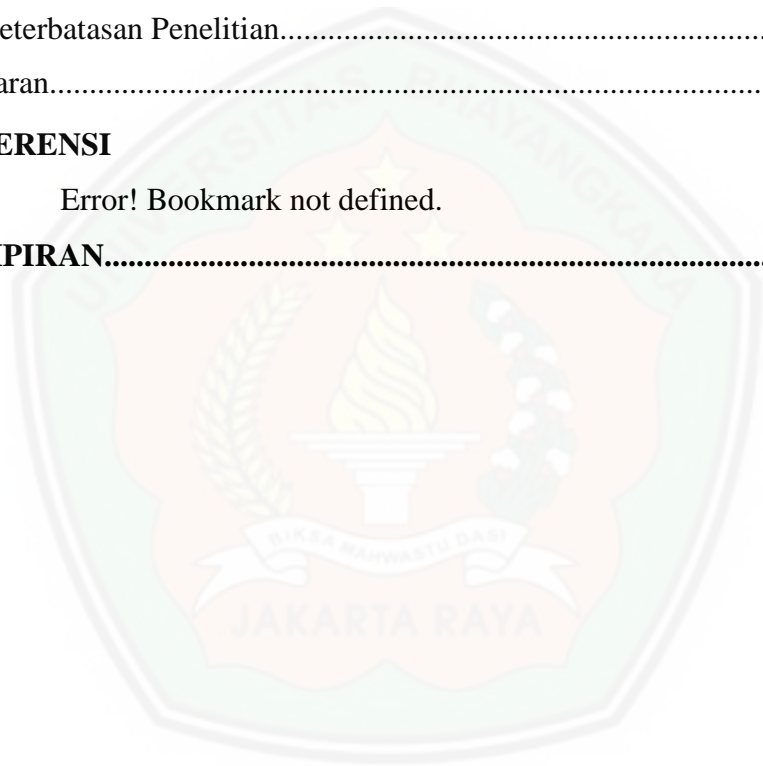
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....**Error! Bookmark not defined.**

4.3 Hasil Pengujian Data

.....**Error! Bookmark not defined.**

4.3.1 Uji Validitas	
Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	40
4.4 Uji Asumsi	
Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Hasil Uji	
Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Hasil Uji	
Multikolinieritas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Hasil Uji	
Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.5 Analisis Regresi Linier	
Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
4.6. Uji	
Hipotesis.....	Error!
Bookmark not defined.	
4.6.1 Uji t.....	45
4.6.2 Uji f.....	46
4.7 Uji Koefisien Determinasi	
(R ²).....	Error! Bookmark not defined.
4.8	
Pembahasan.....	Error!
Bookmark not defined.	
4.8.1 Pengaruh Daya Tarik Iklan (X1) terhadap Minat Beli	
(Y).....	Error! Bookmark not defined.
4.8.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (X2) Terhadap Minat Beli (Y)	
.....	Error
! Bookmark not defined.	

4.8.3 Pengaruh Daya Tarik Iklan dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli.....	Error!
Bookmark not defined.	
BAB V	
PENUTUP	Error!
Bookmark not defined.	
5.1 Kesimpulan	
.....	Error!
r! Bookmark not defined.	
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	51
5.3 Saran.....	52
REFERENSI	
Error! Bookmark not defined.	
LAMPIRAN	54



Daftar Tabel

Tabel 1.1 Perbandingan tarif dan layanan jasa transportasi online.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	24
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	27
Tabel 3.3 Contoh Kuesioner Dengan Skala Likert	27
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdsarkan Pekerjaan	37
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	38
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas	42
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Liner Berganda.....	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji t.....	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji f.....	46
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	47
Tabel Hasil Uji Plagiarisme.....	55

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Perbandingan tarif dan layanan jasa transportasi online.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	24
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	27
Tabel 3.3 Contoh Kuesioner Dengan Skala Likert	27
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdsarkan Pekerjaan	37
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	38
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas	42
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Liner Berganda.....	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji t.....	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji f.....	46
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	47
Tabel Hasil Uji Plagiarisme.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Uji Plagiarisme.....	55
Uji Referensi Skripsi.....	57
Lembar Kuesioner.....	61
Data Tabulasi Responden.....	66
Hasil Uji SPPSS versi 22.....	69
Tabel r.....	74
Tabel t.....	77
Buku Bimbingan.....	83
Daftar Riwayat Hidup.....	85

