

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN *ELECTRONIC WORD
OF MOUTH (EWOM)* TERHADAP MINAT PENGGUNA JASA
TRANSPORTASI ONLINE GOJEK**

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

SKRIPSI

Oleh:

Franco Nero Rupelu

202010325190



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan *Electronic Word of Mouth (EWOM)* Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Franco Nero Rupelu

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325190

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

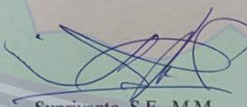
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta 25 Juli 2024

MENYETUJUI,

BIKSA MAHWASTU DASI

Dosen Pembimbing I Dosen Pembimbing II


Supriyanto, S.E., M.M
NIDN. 0020067201


Dody Kurniawan, S.E., M.M
NIDN. 0319087903

i

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan *Electronic Word of Mouth (EWOM)* Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Franco Nero Rupelu

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325190

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Tutiek Yoganingsih, S.E., M.Si
NIDN. 0302016002

Sekretaris Tim Penguji : Cahyadi Husadha, S.E., M.M
NIDN. 0304068209

Penguji : Supriyanto, S.E., M.M
NIDN. 0020067201

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Franco Nero Rupelu
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325190
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 01 Januari 2003
Alamat : Perumahan Harapan Jaya II
JL.S.Memberamo 74, Bekasi, Jawa Barat

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk 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 memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasinya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jakarta, 25 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Franco Nero Rupelu

202010325190

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Electronic Word of Mouth (EWOM)* terhadap Minat Pengguna layanan transportasi online Gojek di kalangan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada 130 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji t dan uji f untuk menguji hipotesis. Hasil uji t menunjukkan bahwa Daya Tarik Iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pengguna, dengan nilai t hitung sebesar $5.820 >$ dari t tabel sebesar 1.978 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, dan *Electronic Word of Mouth* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pengguna, dengan nilai t hitung sebesar 3.853 $>$ dari t tabel sebesar 1.978 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Sementara itu, hasil uji f menunjukkan bahwa Daya Tarik Iklan dan *Electronic Word of Mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Pengguna, dengan nilai f hitung sebesar 105.825 yang lebih besar dari f tabel sebesar 3.07 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.625 menunjukkan bahwa 62.5% variasi Minat Pengguna dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen ini. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang efektif melalui peningkatan daya tarik iklan dan mendorong *Electronic Word of Mouth* dapat meningkatkan minat pengguna terhadap layanan transportasi online Gojek.

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

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of advertising attractiveness and electronic word of mouth (EWOM) on user interest in the Gojek online transportation service among students at Bhayangkara University, Bekasi City. The research method used was a quantitative method using a questionnaire distributed to 130 respondents. Data analysis was carried out using the t test and f test to test the hypothesis. The results of the t test show that Advertising Attractiveness has a positive and significant influence on User Interest, with a calculated t value of 5,820 > from a t table of 1,978 and a significance value of $0.000 < 0.05$, and Electronic Word of Mouth also has a positive and significant influence on User Interest , with a calculated t value of 3.853 > from a t table of 1.978 and a significant value of $0.000 < 0.05$. Meanwhile, the results of the f test show that Advertising Attractiveness and Electronic Word of Mouth simultaneously have a significant effect on User Interest, with a calculated f value of 105.825 which is greater than the f table of 3.07 and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) of 0.625 indicates that 62.5% of the variation in User Interest can be explained by these two independent variables. Based on these findings, it can be concluded that an effective marketing strategy through increasing advertising attractiveness and encouraging Electronic Word of Mouth can increase user interest in Gojek online transportation services.

Keywords: Advertising Appeal, Electronic Word of Mouth, User Interest

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah swt, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”, Penelitian ini di lakukan sebagai upaya untuk memahami lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna khususnya mahasiswa, terhadap layanan transportasi online gojek di lingkungan kampus. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak terwujud tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karna itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr.Drs.Bambang Karsono, S.H., M.M.Ph.D., D. Crim(HC) Sebagai Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navianti S.T., M.M selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Rycha Kuwara Sari, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik Kelas A03 Manajemen Angkatan 2020.
5. Supriyanto, S.E., M M selaku Dosen Pembimbing I, peneliti ini bisa berproses menyelesaikan skripsi dengan lancar berkat dukungan dan bimbingan Bapak.
6. Dody Kurniawan, S.E, M.M selaku dosen pembimbing II yang selalu memberi dukungan serta ilmu dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Untuk kedua orang tua saya, Terima kasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tak pernah terhenti. Tanpa doa kalian, pengerjaan proposal ini tak mungkin bisa terwujud.
8. Untuk abang saya Chuck Noris Rupelu, terima kasih selalu memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis supaya bisa lebih semangat.
9. Untuk teman seperjuangan skripsi saya selama penyusunan skripsi Chuck Noris Rupelu, Timbo P. Simanjuntak dan Rahma Fitriani Thalitha yang semangat luar biasa untuk berjuang mengerjakan skripsi.
10. Untuk Sahabat-Sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu, terimakasih selalu memberikan bantuan dan dukungan buat saya, supaya saya tetap semangat mengerjakan skripsinya dan tidak bermalas-malasan.

Penelitian proposal skripsi yang peneliti susun ini, mungkin masih terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, oleh karena itu peneliti dengan hati terbuka menerima masukan baik berupa kritik, maupun saran-saran yang dapat membangun untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat, baik bagi peneliti pribadi maupun bagi orang lain yang membacanya.

Jakarta 25 Juli 2024

Franco Nero Rupelu
202010325190

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Telaah Teoritis.....	13
2.1.1 Minat Pengguna	13

2.1.2 Daya Tarik Iklan	14
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	16
2.2 Telaah Empiris	19
2.3 Kerangka Konseptual.....	23
2.4 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Populasi Dan Sampel.....	29
3.2.1 Populasi Penelitian.....	29
3.2.2 Sampel Penelitian.....	29
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	30
3.4 Definisi Operasional Variabel Dan Skala Pengukurannya	30
3.4.1 Definisi Operasional Variabel	30
3.4.2 Skala Pengukuran.....	32
3.5 Metode Analisis Data	33
3.5.1 Uji Validitas.....	33
3.5.2 Uji Reabilitas	33
3.6 Uji Asumsi Klasis.....	34
3.6.1 Uji Normalitas.....	34
3.6.2 Uji Multikolinieritas.....	34

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	35
3.7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.8 Uji Hipotesis.....	36
3.8.1 Uji Parsial (Uji T)	36
3.8.2 Uji Simultan (Uji F)	37
3.8.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum	38
4.1.1 Profil Perusahaan	38
4.1.2 Visi	42
4.1.3 Misi	42
4.2 Identitas Responden.....	43
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	46
4.3 Hasil Analisis Data	47
4.3.1 Uji Validitas.....	47
4.3.2 Uji Reabilitas	49
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.4.1 Uji Normalitas.....	50

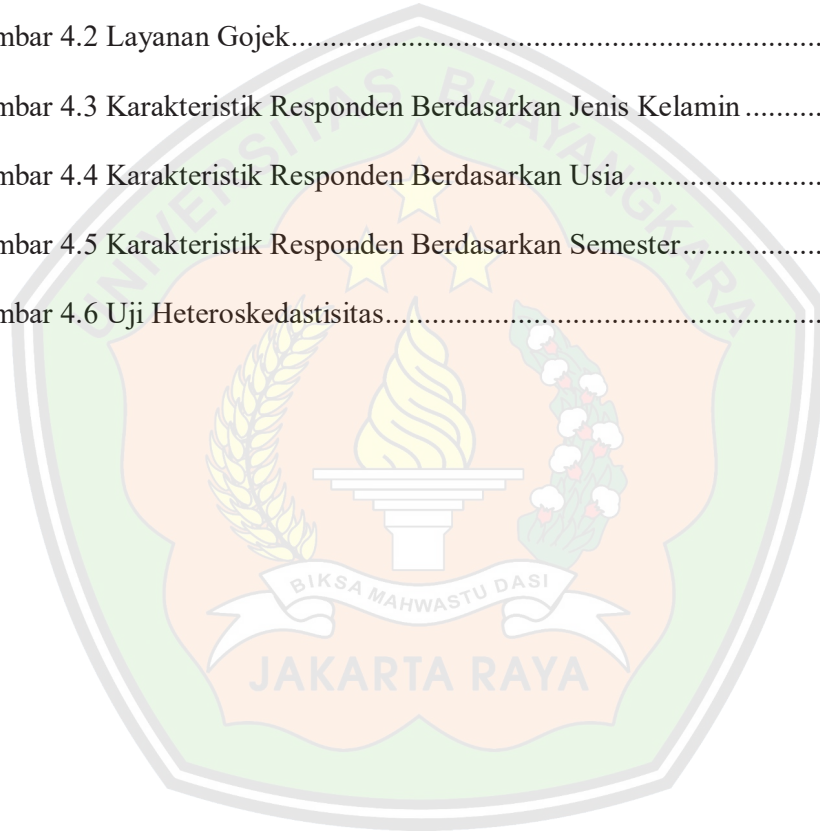
4.4.2 Uji Multikolinieritas	52
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.6 Uji Hipotesis.....	56
4.6.1 Uji Parsial (Uji T)	56
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)	57
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.7 Pembahasan Dan Hasil Penelitian.....	59
4.7.1 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Pengguna	59
4.7.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Minat pengguna	60
4.7.3 Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Minat Pengguna.....	61
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Keterbatasan.....	63
5.3 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna jasa transportasi online	5
Tabel 1.2 Pengguna transportasi online Universitas Bhayangkara	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Operasional Variabel	31
Tabel 3.2 Skala Likert.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Daya Tarik Iklan.....	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Electronic Word of Mouth	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Minat Pengguna.....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.10 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan (Uji F)	58
Tabel 4.13 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Layanan ojek online pilihan masyarakat Indonesia	4
Gambar 1.2 Promo Layanan.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 4.1 Logo Gojek Dari 2010-Sekarang.....	38
Gambar 4.2 Layanan Gojek.....	41
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	46
Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Uji Plagiarisme	76
LAMPIRAN 2 Uji Referensi.....	78
LAMPIRAN 3 Kuesioner Penelitian	91
LAMPIRAN 4 Tabulasi Data	96
LAMPIRAN 5 Uji SPSS 26	111
LAMPIRAN 6 Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana) df 1 – 200	121
LAMPIRAN 7 Titik Persentase Distribusi t DF = 1 – 200	133
LAMPIRAN 8 Titik Persentase Distribusi F Probabilita = 0.05	143
LAMPIRAN 9 Buku Bimbingan Skripsi	150
LAMPIRAN 10 Daftar Riwayat Hidup	153

