

**PENGARUH *CUSTOMER REVIEW* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
LAYANAN DIMEDIASI *BRAND TRUST* PADA
TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM DI GENERASI Z**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Adam Maulana Sidiq

NPM: 202110325340



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Review* Dan Kualitas
Layanan Terhadap Minat Penggunaan
Layanan Di Mediasi *Brand Trust* Pada
Transportasi
Online Maxim Digenerasi Z

Nama Mahasiswa : Adam Maulana Sidiq

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325340

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal lulus ujian skripsi :

Jakarta, 25 Juni 2025

MENYETUJUI

Pembimbing I

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

NIDN: 0329048302

Pembimbing II

Neng Siti Komariah, SE, M.M

NIDN: 0327128105

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Review* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Dimediasi *Brand Trust* Pada Transportasi Online Maxim Di Generasi Z

Nama Mahasiswa : Adam Maulana Sidiq

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325340

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 29 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA
NIDN. 0326126102

Sekretaris Tim Penguji : Dr. David Pangaribuan, S.E., M.Si
NIDN. 0425076803

Penguji : Dr. Hadita, M.M., M.Pd
NIDN. 0329048302

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 03180871

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Review* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Dimediasi *Brand Trust* Pada Penggunaan Transportasi *Online Maxim* di Generasi Z” ini adalah 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, 31 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Adam Maulana Sidiq

202110325340

ABSTRAK

Adam Maulana Sidiq 202110325340. “pengaruh *customer review* dan kualitas pelayanan terhadap minat penggunaan layanan transportasi online Maxim, dengan brand trust sebagai variabel mediasi”.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 121 responden dari Generasi Z yang merupakan pengguna Maxim. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan alat statistik SmartPLS untuk menguji hubungan antar variabel dalam model penelitian. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik Non-Probability Sampling, data nya dikumpulkan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. *Customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Trust*; 2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Trust*; 3. *Brand Trust* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan Layanan; 4. *Customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Layanan; 5. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Layanan; 6. *Customer review* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan yang di mediasi oleh *Brand Trust*; 7. Kualitas Layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan yang di mediasi oleh *Brand Trust*.

Kata Kunci : *Customer review*, Kualitas Layanan, *Brand Trust*, Minat Penggunaan, Generasi Z

ABSTRACT

Adam Maulana Sidiq 202110325340. *“the influence of customer reviews and service quality on the intention to use online transportation services from Maxim, with brand trust as a mediating variable”.*

This research employs a quantitative method with data collection conducted through questionnaires distributed to 121 Generation Z respondents who are users of Maxim. The data obtained were analyzed using the SmartPLS statistical tool to test the relationships among variables in the research model. The sampling technique used is Non-Probability Sampling, and the data were collected using questionnaires. The results of the study indicate that: 1. Customer reviews have a positive and significant effect on brand trust; 2. Service quality has a positive and significant effect on brand trust; 3. Brand trust has a positive but not significant effect on the intention to use the service; 4. Customer reviews have a positive and significant effect on the intention to use the service; 5. Service quality has a positive and significant effect on the intention to use the service; 6. Customer reviews have a positive but not significant effect on the intention to use the service when mediated by brand trust; 7. Service quality has a positive but not significant effect on the intention to use the service when mediated by brand trust.

Keywords: *Customer review, Service Quality, Brand Trust, Intention to Use, Generation Z*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Pengasih, saya panjatkan puji dan syukur kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “ Pengaruh *Customer review* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Dimediasi *Brand Trust* Pada Transportasi *Online Maxim*”

Tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) selaku 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 Navanti, S.T., M.M selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Dody Kurniawan, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan juga arahan selama perkuliahan.
5. Dr. Hadita, M.M., M.Pd Selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan dukungan serta arahan dalam penelitian ini
6. Neng Siti Komariah, S.E, M.M selaku dosen pembimbing II yang juga telah memberikan dukungan serta arahan dalam penelitian ini.

7. Seluruh Dosen serta staf Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Teruntuk kedua orang tua yang selalu ada setiap waktu, yang memberikan kasih sayang serta support bagi penulis, dan doa-doa mustajabnya yang memudahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Terima kasih untuk seluruh teman-teman
10. Untuk Megan Lituhayu, terimakasih telah menemani penulisnya lewat malam panjang yg penuh stress dan kopi, menjadi tenang ditengah panik. Terima kasih sudah ngerti kalau aku kadang butuh diam, kadang butuh cerita, dan kadang cuma butuh ditemani tanpa banyak tanya. Kalau nanti skripsi ini dibaca orang, aku cuma mau mereka tau ada kamu di balik semua ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisannya. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, peneliti mengucapkan terimakasih. Semoga penulisan ini mampu bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 29 Juli 2025

Adam Maulana Sidiq

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Telaah Teoritis	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Minat Penggunaan Layanan.....	16
2.1.3 <i>Customer review</i>	19
2.1.4 Kualitas Pelayanan	21
2.1.5 <i>Brand Trust</i>	24
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	27
2.1.7 Kerangka Berfikir.....	32
2.1.8 Hipotesis	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Desain Penelitian.....	34
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	36

3.3.1 Jenis Data	36
3.3.2 Sumber Data.....	36
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	37
3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.4.2 Skala Pengukuran	39
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	40
3.5.1 Teknik Analisis Data SEM PLS.....	40
3.5.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	41
3.5.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	42
3.5.4 Pengujian Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum.....	45
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan	45
4.1.2 Biodata Perusahaan	46
4.1.3 Fitur Utama Maxim	47
4.2 Deskripsi Data.....	47
4.2.1 Persebaran Kuisioner.....	47
4.2.2 Identitas Responden.....	48
4.3 Analisis Data.....	52
4.3.1 Hasil Analisis Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	52
4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	58
4.3.3 Pengujian Hipotesis	61
4.4 Pembahasan	65
4.4.1 Pengaruh <i>Customer review</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	65
4.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>Brand Trust</i>	66
4.4.3 Pengaruh <i>Customer review</i> Terhadap Minat Penggunaan.....	66
4.4.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan.....	67
4.4.5 Pengaruh Brand Trust Terhadap Minat Penggunaan.....	67

BAB V	68
PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran	70
LAMPIRAN	76

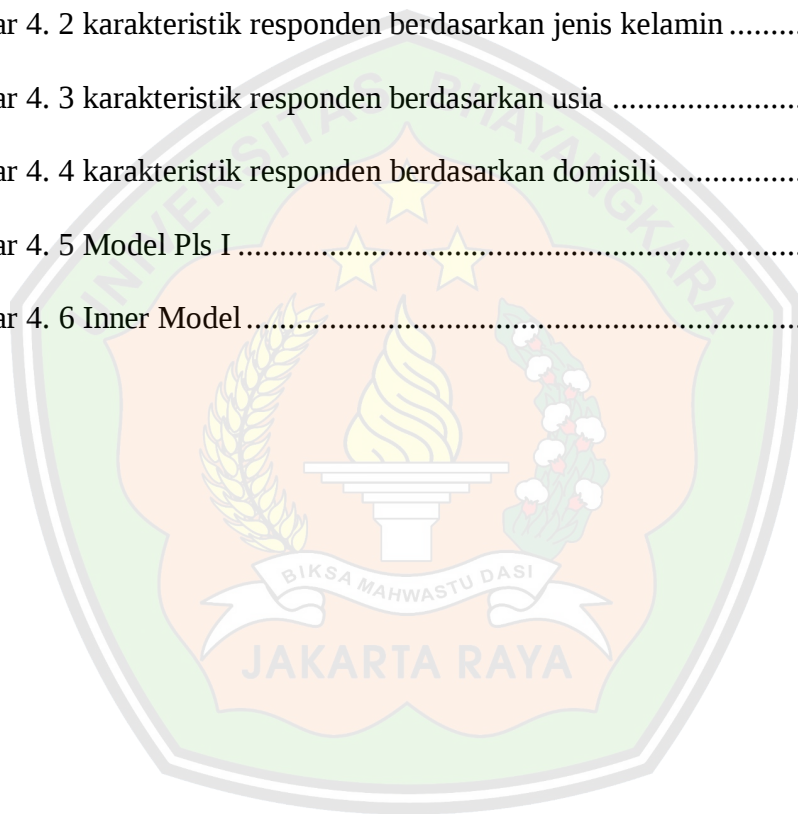


DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	37
Tabel 3. 2 Skala Likert	40
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	48
Tabel 4. 2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	49
Tabel 4. 3 karakteristik responden berdasarkan usia	50
Tabel 4. 4 karakteristik responden berdasarkan domisili.....	51
Tabel 4. 5 Outer Loading	53
Tabel 4. 6 Cross Loading	55
Tabel 4. 7 Nilai AVE	56
Tabel 4. 8 Hasil Composite Reliability	56
Tabel 4. 9 Hasil Cronbach Alpha	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji R-Square	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Q-Square	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji F-Square.....	60
Tabel 4. 13 Hasil Path Coefficient.....	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Indirrect Effect	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Survey Transportasi Online Yang Paling Sering Digunakan.....	4
Gambar 1. 2 Hasil Pra Survey	5
Gambar 2. 1 kerangka berfikir.....	32
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	46
Gambar 4. 2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	48
Gambar 4. 3 karakteristik responden berdasarkan usia	50
Gambar 4. 4 karakteristik responden berdasarkan domisili	51
Gambar 4. 5 Model Pls I	53
Gambar 4. 6 Inner Model	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme.....	
Lampiran 2 : Uji Referensi.....	
Lampiran 3 : Daftar Gambar.....	
Lampiran 4 : Lembar Kuisioner.....	
Lampiran 5 : Tabulasi Data.....	
Lampiran 6 : Hasil Uji SMARTPLS.....	
Lampiran 7 : Buku Bimbingan.....	
Lampiran 8 : Daftar Riwayat Hidup.....	

