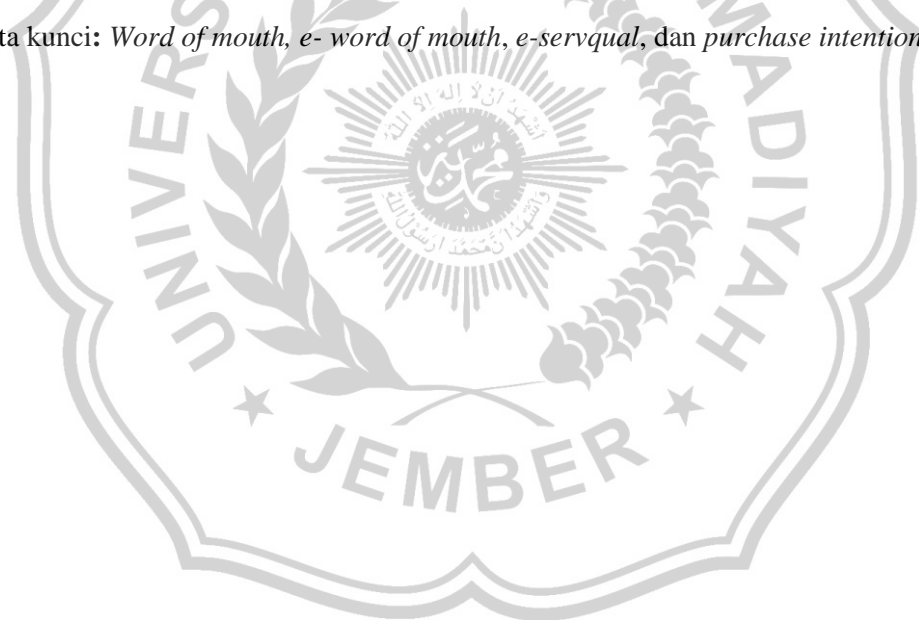


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, *e- word of mouth* dan *e-servqual* terhadap *purchase intention* jasa ojek online (GOJEK) Di Kabupaten Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa transportasi ojek online GOJEK di Kabupaten Jember. Adapun kriteria dari sampel tersebut adalah Masyarakat di Kecamatan Sumbersari yang memiliki aplikasi Gojek dan pernah menggunakan jasa gojek minimal 2 kali. Responden yang berusia minimal 17 tahun dan tidak membedakan jenis kelamin karena usia tersebut sudah dinyatakan layak untuk mengisi kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna jasa transportasi ojek online GOJEK di Kabupaten Jember yang berjumlah 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth*, *e- word of mouth* dan *e-servqual* berpengaruh terhadap *purchase intention* jasa ojek online (GOJEK) Di Kabupaten Jember.

Kata kunci: *Word of mouth*, *e- word of mouth*, *e-servqual*, dan *purchase intention*



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of word of mouth, e-word of mouth and e-servqual on the intention to buy online motorcycle taxi services (GOJEK) in Jember Regency. The population in this study were users of GOJEK online motorcycle taxi transportation services in Jember Regency. The criteria for the sample are people in Sumbersari District who have the Gojek application and have used Gojek services at least 2 times. Respondents who are at least 17 years old and do not discriminate between gender because that age is declared eligible to fill out the questionnaire. The sample in this study were users of GOJEK online motorcycle taxi transportation services in Jember Regency, totaling 100 respondents. The analytical tool used is multiple linear regression analysis to determine the effect of the independent variable on the dependent variable. The results showed that word of mouth, e-word of mouth and e-servqual had an effect on the intention to buy online motorcycle taxi services (GOJEK) in Jember Regency...

Keywords: Word of mouth, e- word of mouth, e-servqual, dan purchase intention

