

SKRIPSI



**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *WOM (WORD OF MOUTH)*
TERHADAP *BUYING DECISION* JASA GO-JEK
DIKALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
JEMBER**

Oleh :

DITA NOVELIA PUTRI

NIM 1410411074

Dosen Pembimbing Utama :Drs. Akhmad Suharto, Mp

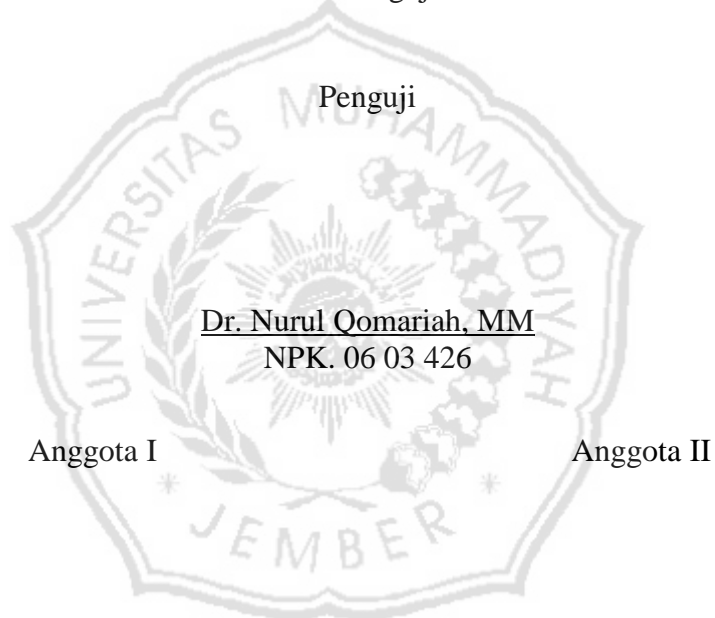
Dosen Pembimbing Pendamping :A. Hasan Hafidzi, Se, MM

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Dita Novelia Putri ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :
Tanggal :
Tempat : Gedung A ruang sidang Universitas Muhammadiyah
Jember

Tim Penguji :



Drs.Akhmad Suharto, Mp
NPK. 89 06 242

Dekan,

A.Hasan Hafidzi, Se, MM
NPK.19860514.1.1703796

Ketua Program Studi

Dr. Arik Susbiyani, M.Si
NPK. 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc
NPK. 85 03 125

MOTTO

Pelajarilah ilmu.

Barangsiapa mempelajarinya karena Allah, itu taqwa.

Menuntutnya, itu ibadah.

Mengulang-ulangnya itu tasbih.

Membahasnya, itu jihad.

Mengajarkannya orang yang tidak tahu, itu sedekah.

Memberikanya kepada ahlinya, itu mendekatkan diri kepada Tuhan.

(Abusy Syaikh Hibban dan Abdil Barr)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya khaturkan rasa syukur dan terima kasih saya kepada :

1. Allah SWT, Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang.
2. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda M.Imron dan Ibunda Darsiah Dewi Widyawati yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang telah terucap dari orang tua. Ucapan terima kasih saja takkan pernah cukup untuk membalas pengorbanan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cintaku untuk kalian Ayah dan Ibuku.
3. Saudara saya satu-satunya adik Ilmi Tarista Putri, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan do'anya untuk keberhasilan ini, terimakasih dan sayangku untukmu.
4. Dosen Pembimbing 1 Drs. Akhmad Suharto, Mp, Dosen Pembimbing 2 A.Hasan Hafidzi, Se,MM, terima kasih banyak atas ilmu yang diberikan kepada saya dan kesabaran dalam membimbing saya dari awal sampai dengan skripsi ini selesai.
5. Calon suamiku Muchlisin, S.I.Kom. terimakasih untuk segala do'a, cinta, semangat yang selalu ada dan setia menemani saya sampai saat ini..
6. Sahabat dan teman tersayang, Ratna Ayu, Nurul Wida, Romi, Nurul Ma'al, Wahyuni, Hani, Riska, Yusi, Kiki, Tantri, Vika, Lailatu Qudriyah, Alm.Aprilia Dita, teman-teman Manajemen B, tanpa semangat dukungan dan bantuan kalian semua takkan mungkin aku sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan

yang kita lewati bersama, kenangan manis yang telah terukir selama ini engan perjuangan dan kebersamaan, semoga kita semua sukses selalu.

7. Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada seluruh umatnya sampai akhir zaman.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen di Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Jember. Judul yang penulis ajukan adalah “**Pengaruh Brand Awarnes dan Word of Mouth terhadap Buying Decision Jasa GO-JEK Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember**”. Dalam Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Dr. Arik Susbiyani, M.Si.
2. Bapak Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember Drs. Anwar, M.Sc.
3. Bapak Dosen pembimbing Drs.Akhmad Suharto, Mp dan A Hasan Hafidzi, Se, MM. , dan penguji Ibu Dr. Nurul Qomariah, MM.
4. Bapak Ibu Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Semua Pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan sehingga dapat tersusun skripsi ini.

Penulis mendo'akan semoga kebaikan semua pihak yang telah membantu dibaloh oleh Allah SWT. Akhir kata penulis berharap semoga makalah penelitian ini bermanfaat bagi orang lain.

Jember, April 2018

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarini, Okta, Nurillah, Nurul Qomariah dan Anwar (2016). “Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Samsung Di Rudy Cell Komplek Mutiara Jember”. Jember:Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Penelitian IPTEKS 2016*
- Ghealita, Vevi dan Retno Setyorini (2015). “Pengaruh *Brand Awarness* terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Aqua”. Bandung :Universitas Telkom. *Jurnal riset bisnis dan manajemen, terbitan Telkom University. 2015*
- Hasyim, Alfa, Mohamad, Achmad Fauzy dan Dahlan Fanani (2017). “Pengaruh Citra Merek Terhadap *Word Of Mouth* Dan Keputusan Pembelian”. Malang: Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 43 no. 1. 2017*
- Hartimbul, Ginting dan Nembah F. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* Edisi 4. Yogyakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Pangestu, Febriant, Michael dan Ronald Suryaputra (2015). “Analisis pengaruh *Product Image, Word of Mouth* dan Kualitaas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Buah Lokal”. Surabaya. *Jurnal Gema Aktualita Vol 4 no. 2. 2015. Jurnal Gema Aktualita vol.4 no. 2. 2015*
- Puspitasari, Fenny (2016). “Pengaruh Harga, Citra Merek, dan *Word of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Panties Pizza”. Sidoarjo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 05 no.6. 2016*
- Rangkuti, Freddy. 2009. *The Power Of Brands*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Jakarta : Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumardy. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta. Gramedia Pustaka. Utama.
- Timpal, Nicky, Lopian, dan Paulina Van Rate (2016). “Pengaruh *Brand Awarness Dan Brand Attitude* Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia”. Manado : Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol. 16 no. 01 2016*
- Situs Web :

- <https://lokalkarya.com/tren-transportasi-online-di-jember.html> (Diakses pada 9/10/17)
- <http://Informatika.web.id/5-dasar-pengambilan-keputusan.html> (Diakses pada 10/10/2017)
- <http://pend-ekonomi.blospot.com/2012/07/jenis-dan-tingkatan-komunikasi-word-of.html> (Diakses pada 10/10/2017)
- <https://seputarpengertian.blogspot.co.id/2008/pengertian-merek-menurut-ahli.html> (Diakses pada 10/10/2017).
- <http://gojekid.blogspot.co.id/2016/09/profil-perusahaan-gojek> (Diakses pada 12/10/2017)
- <https://junaidichaniago.files.wordpress.com/2010/05/tabel-r.pdf> (Diakses pada 20 Maret 2018)
- <http://anadhifa.blogspot.co.id/2017/04/struktur-organisasi-pt-gojek-indonesia.html> (Diakses 23 Maret 2018)
- www.tempo.co.id (Diakses pada 9/10/2017)
- www.pendidikanekonomi.com (Diakses pada 10/10/2017)
- [www. Kumparan. Com](http://www.kumparan.com) (Diakses pada 10/10/2017)
- www.unmuhjember.ac.id (Diakses 4/17/2018)



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 LatarBelakang	1
1.2 RumusanMasalah	6
1.3.Tujuan danManfaatPenelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.1.1 Definisi <i>Brand</i> (Merek).....	8
2.1.2 Tujuan Merek	9
2.1.3 Fungsi Merek	9
2.1.4 Definisi <i>Brand Awarnes</i> (Kesadaran Merek).....	10
2.1.5 Tingkatan <i>Brand Awarnes</i>	10
2.1.6 Indikator <i>Brand Awarnes</i>	12
2.2 <i>Word Of Mouth</i> (WOM)	13
2.2.1 Definisi <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	13

2.2.2 Jenis <i>Word Of Mouth</i> (WOM)	13
2.2.3 Menciptakan <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	14
2.2.4 Indikator <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	14
2.2.5 Tingkatan <i>Word Of Mouth</i> (WOM)	16
2.3 <i>Buying Decision</i> (Keputusan Pembelian)	17
2.3.1 Definisi <i>Buying Decision</i> (Keputusan Pembelian)	17
2.3.2 Dasar-Dasar Pengambilan Keputusan.....	18
2.3.3 Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan	19
2.3.4 Tingkat Pengambilan Keputusan	20
2.3.5 Indikator Keputusan Pembelian	21
2.4 Tinjauan Empiris	21
2.5 Kerangka Konseptual	27
2.6 Hipotesis.....	28
BAB 3. METODE PENELITIAN	31
3.1. Jenis Penelitian	31
3.2. Definisi Operasional	32
3.3. Lokasi Penelitian.....	34
3.4. Sumber Data	35
3.5. Populasi dan Sampel.....	35
3.5.1 Populasi.....	35
3.5.2 Sampel	35
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	35
3.6. Metode Pengumpulan Data Skala Pengukuran.....	36
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.6.2 Skala Pengukuran	37
3.7. Uji Instrumen	38
3.7.1 Uji Validitas	38
3.7.2 Uji Realibilitas	38
3.8. Uji Asumsi Klasik.....	38

3.8.1 Uji Normalitas Data.....	39
3.8.2 Uji Autokorelasi.....	39
3.8.3 Uji Multikolinieritas.....	40
3.8.4 Uji Heterokedastisitas.....	40
3.9. Pengujian Hipotesis.....	41
3.9.1 Uji F (Simultan).....	41
3.9.2 Uji T (Parsial).....	41
3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
3.9.4 Koefisien Determinasi Berganda.....	42
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1. Profil Perusahaan PT. Go-Jek Indonesia.....	43
4.1.1 Sejarah PT.Go-Jek Indonesia.....	43
4.1.2 Visi dan Misi PT.Go-Jek Indonesia.....	44
4.1.3 Struktur Organisasi PT.Go-Jek Indonesia.....	45
4.2 Gambaran Karakteristik Responden.....	48
4.2.1 Karakteristik Menurut Jenis Kelamin.....	48
4.2.2 Karakteristik Menurut Jumlah Penggunaan.....	48
4.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	49
4.4. Hasil Analisis Data.....	52
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	52
4.4.2 Hasil Uji Reliabilita.....	53
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
4.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	54
4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	55
4.5.3 Hasil Uji Autokorelasi.....	55
4.5.4 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	56
4.5.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	57
4.6. Hasil Uji Kelayakan Model.....	57

4.6.1 Hasil Uji T.....	57
4.6.2 Hasil Uji F.....	58
4.6.3 Hasil Koefisien Determinasi	59
4.7. Pembahasan.....	59
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....

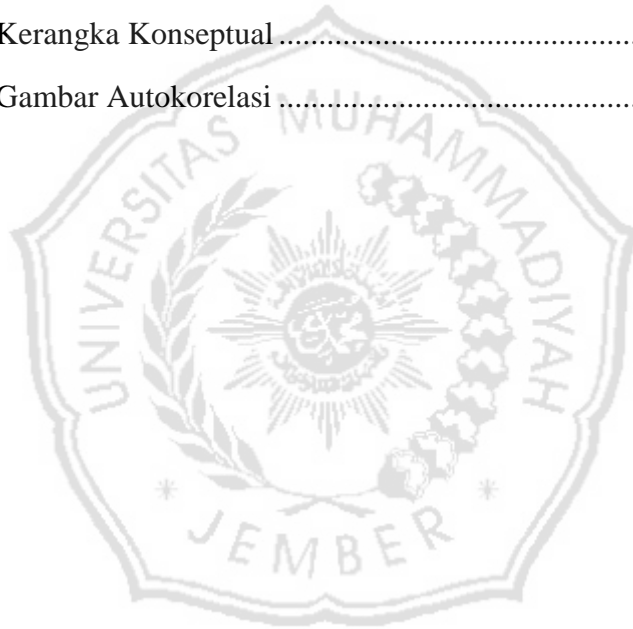


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Jumlah Penggunaan Jasa Go-Jek	49
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Brand Awarnes	49
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap WOM	50
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Buying Decision	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Data	5
4.....	
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji T.....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Peningkatan Jumlah Driver Go-Jek.....	4
Gambar 1.2 Peningkatan Jumlah Pengunduh Go-Jek App.....	5
Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness.....	11
Gambar 2.2 <i>Levelling WOM</i>	15
Gambar 2.3 Proses <i>Buying Decision</i>	19
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1 Gambar Autokorelasi.....	56



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dita Novelia Putri
NIM : 1410411074
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul Pengaruh *Brand Awarnes* dan *Word Of Mouth* Terhadap *Buying Decision* Jasa GO-JEK Dikalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember adalah hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, dan dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya, baik sebagian maupun keseluruhan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dari kebenaran isinyasesuai dengan sikap ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan/plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk pencabutan gelar akademik saya.

Jember,

Yang membuat pernyataan

Materai 6000

Dita Novelia Putri

NIM. 1410411074